

Gestión de satisfacción al cliente en el sector comercial.

Management guide to customer satisfaction in the commercial area

Félix Enrique Villegas Yagual

Ligia Meibol Fajardo Vaca

Carlos Efraín Vásquez Fajardo

Fecha de recepción:
5 de agosto, 2014

Fecha de aprobación:
29 de octubre, 2014

Resumen

Por medio del presente estudio se realiza un análisis del nivel de satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica, en las tarifas comerciales en las Cantones Milagro, Bucay, Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar y Marcelino Maridueña. El propósito de la investigación es establecer condiciones de mejora que permitan a las empresas de distribución del suministro eléctrico fortalecer sus estándares de servicio, contribuyendo así a que los usuarios sean atendidos de forma óptima. Por medio de las encuestas aplicadas, se ha podido conocer las deficiencias en lo que respecta a Atención al Cliente, reflejada en el hecho de que los usuarios no están siendo atendidos en forma oportuna, sin atender a las leyes del sector eléctrico; y, lo más importante, sin brindar un apoyo íntegro en el proceso del trabajo que permitirá alcanzar los objetivos del área y de las empresas que brindan este servicio.

Palabras clave: satisfacción al cliente, tarifa eléctrica, suministro de energía, distribuidora, cultura organizacional.

Abstract

This study provides an analysis of the level of customer satisfaction in the electric energy consumption based on commercial rates in counties: Milagro, Bucay, Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar, and Marcelino Maridueña. The purpose of this research is to establish conditions for improvement that will allow distributing companies of electric energy to strengthen their service standards, thus helping promote an optimal customer service. The applied surveys have shown the flaws in Customer Service. They are reflected on the fact that costumers are not being treated promptly, the laws of the electric area are being neglected; and most of all, complete support to the work that will allow achieving the goals of the area and the companies that provide this service is not being provided.

Keywords: Customer satisfaction, electric fare, energy supply, distributor, organizational culture

Félix Villegas, Docente de la Unidad de Ciencias Administrativas, Universidad Estatal de Milagro. Km 1 ½ vía Virgen de Fátima. Milagro – Ecuador. Ingeniero Comercial, Licenciado en Educación, Especialización Informática. Master en Administración y Dirección de Empresas, MAE. Máster en Educación Superior. Docente de la Universidad Estatal de Milagro y Coordinador Académico de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, ing_enriquevillegas@hotmail.com

Ligia Fajardo, Docente de la Carrera de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, Universidad Estatal de Milagro. Km 1 ½ vía Virgen de Fátima. Milagro – Ecuador. Ingeniera Comercial, Diplomado Superior en Inteligencia Emocional y Desarrollo del Pensamiento - Especialista en Docencia Universitaria, Magister en Gerencia de la Educación Abierta, Diplomado Superior en Currículo por Competencias.

Carlos Vásquez, Ingeniero en Sistemas Computacionales, Master en Administración de Empresas. Docente de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, de la Universidad Estatal de Milagro, cevazf@hotmail.com

Introducción

El objetivo de este trabajo es determinar la gestión de satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica en la tarifa comercial, está dirigido a todas las distribuidoras que hacen uso de la comercialización de energía directamente a los consumidores finales, debido a que los desafíos y entornos en que se desenvuelve este sector requieren de decisiones urgentes y necesarias que permitan solucionar los diversos problemas que plantean los usuarios.

Las expectativas que originaron inicialmente los cambios legales o liquidación de las empresas eléctricas independientes y la formulación de acciones interiores en cada una de ellas, han tenido que reforzarse con el transcurso del tiempo, como respuesta a la no atención de las necesidades de servicios de los clientes en un 100%.

Con la finalidad de mejorar la atención de los usuarios de este importante servicio básico, la energía eléctrica, en la actualidad administrada por el Gobierno Nacional, se plantea la importancia de conocer cuál es el porcentaje aceptable de satisfacción al cliente que permita a las distribuidoras desenvolverse en un ambiente de aceptación por parte de los usuarios y cumplir con las correspondientes leyes del sector eléctrico como Ley de Régimen del Sector Eléctrico, Reglamento Sustitutivo del Reglamento de Suministro del Servicio de Electricidad, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Regulaciones del Consejo Nacional de Electricidad (CONELEC).

Los resultados obtenidos a través de este estudio permitirán proponer medidas para una reducción de la insatisfacción de los clientes, a través de una mejora en la gestión de las áreas comercial y técnica, lo que producirá importantes impactos positivos en beneficio de los usuarios, cumpliéndose con la aplicación real del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 y promoviendo los niveles de eficiencia de las empresas gubernamentales.

Satisfacer a un cliente en un servicio básico, tal como lo es el suministro de energía eléctrica que nunca antes ha tenido tanta importancia como en la actualidad; la atención de los usuarios se constituye en un reto que debe iniciarse con detectar las oportunidades generadas en los mercados de un siglo marcado por la competitividad y la mejora continua.

Uno de los objetivos de la política del estado ecuatoriano es disminuir los niveles de desigualdad social, de manera que todos los ecuatorianos gocen de los servicios básicos. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), determina que las necesidades básicas insatisfechas, (NBI), consisten en la insatisfacción real de las necesidades básicas de la población, la misma que se calculan en base a las siguientes variables:

- Abastecimiento de agua potable
- Eliminación de aguas servidas
- Servicios higiénicos
- Luz eléctrica
- Ducha
- Teléfono
- Analfabetismo

- Años de escolaridad
- Médicos hospitalarios por cada 1000 habitantes
- Camas hospitalarias por cada 1000 habitantes - Esta variable no se considera en el cálculo del indicador de NBI para el área rural

Quienes integran las distribuidoras, se preocupan por el mejoramiento del servicio a los usuarios. Los directivos, el profesional, el oficinista y el operario; todos ellos, trabajan con otras personas, lo cual influye en la calidad de vida que se desarrolla en los centros de trabajo. En este contexto, los gerentes que representan el sistema administrativo (quienes toman las decisiones) deben tratar de conocer las bases de bienestar de los clientes internos y externos como medio para mejorar los resultados de satisfacción de clientes y ser más eficiente.

Uno de los aspectos que tiene importancia para el trabajador es en lo que respecta a la satisfacción que le produce la atención de los usuarios, con resultados positivos, con mayores índices de satisfacción; y, por lo tanto, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial, por lo que para comprender y lograr saber lo importante de este servicio y la aceptable satisfacción del cliente en el consumo de energía eléctrica en la tarifa comercial, será necesario conocer significados que están inmersos en este actuar.

En este trabajo también se va a analizar los efectos de los cambios legales o liquidación de las empresas

eléctricas independientes, establecer los impactos generados por la obligada restructuración administrativa a que tiene que someterse las regionales eléctricas, determinar las consecuencias que se origina por la aplicación del actual sistema de facturación, e indagar sobre las diferentes quejas de los usuarios producidos por la mala gestión de los sistemas y subsistemas del área comercial.

Materiales y Métodos

Este análisis sobre la situación de satisfacción al cliente en el sector comercial, es de tipo no experimental, observacional, transversal y descriptivo, se lo realiza mediante encuestas a los usuarios de energía eléctrica en la tarifa Comercial, en los Cantones de: Milagro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi; sobre base de los datos de viviendas y habitantes, obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el último censo nacional, realizado en el año 2012.

La tabla 1 determina la distribución del área de estudio por zonas y porcentajes, de los usuarios encuestados, la técnica de muestreo es probabilístico aleatorio simple, sistemático, por cuanto se tomó en consideración a la población con la misma posibilidad de ser elegido como parte de la muestra determinada para cada cantón.

Las encuestas practicadas a los usuarios de energía eléctrica, sector comercial, de diversos cantones, se la realizó mediante la aplicación de un cuestionario, estructurado con 28 preguntas, por medio de visitas directas

en los establecimientos comerciales. El cuestionario se elaboró segregando atributos, como: Producto, Calidad, Información y comunicación con el cliente, Facturas, Atención al Cliente e Imagen, conforme a la regulación de calidad del servicio del Consejo Nacional de Electricidad (CONELEC), adoptándose un *Índice de Satisfacción del Consumidor* (ISC), siendo los siguientes:

Variables

- Suministro de energía sin interrupción
- Suministro de energía sin variación
- Agilidad en el restablecimiento del servicio

Información y comunicación con el cliente

- Notificación previa en caso de interrupción programada
- Orientaciones para el uso eficiente de la energía
- Orientaciones sobre riesgos y peligros en el uso de la energía eléctrica
- Información sobre derechos y

deberes de los clientes

Factura

- Entrega anticipada de la factura
- Factura sin errores
- Facilidad de comprensión de la información de la factura
- Fechas para el vencimiento de la factura
- Facilidades para el pago de la factura

Atención al Cliente

- Facilidad de contacto con la empresa.
- Tiempo de atención.
- Tiempo de espera.
- Conocimientos de los funcionarios sobre el asunto.
- Claridad en la información proporcionada por el personal que atiende.
- Calidad de atención (cortesía, respeto, amabilidad, buena voluntad).
- Plazos para resolver las solicitudes.
- Solución definitiva de los problemas.
- Cumplimiento de los plazos.

Tabla 1. Muestra de usuarios encuestados.

Cantones	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Milagro	304,75	81,70
Bucay	9,70	2,60
El Triunfo	7,09	1,90
Naranjito	28,72	7,70
Simón Bolívar	14,17	3,80
Marcelino Maridueña	8,58	2,30
Total	373,00	100,00

Imagen

- Empresa ágil y moderna
- Empresa honesta seria transparente.
- Empresa preocupada con la satisfacción de sus clientes.
- Empresa que contribuye para el desarrollo de la comunidad.
- Empresa preocupada con el medio ambiente.
- Empresa en la cual se puede confiar.

Gestión de satisfacción al cliente es un instrumento indispensable para desarrollar operaciones encaminadas a dar solución a los problemas planteados por los usuarios que van en busca de satisfacción del servicio que brinda cada una de las distribuidoras.

Entorno Empresarial

La empresa distribuidora de electricidad de este sector que sirve a 70.000 clientes de una comunidad eminentemente agrícola y agroindustrial, en un área de concesión aproximada de 5.000 km² que cubre en diversas proporciones a cinco provincias de las regiones costa y sierra del Ecuador; está ubicada en una zona subtropical y algunas de las comunidades a las que atiende se encuentran en el límite de la sierra y costa, gozando de un clima agradable durante todo el año. El índice de cobertura de este servicio básico a las viviendas es llegar al 100%; por cuanto es política del gobierno cumplir con los planes de obras a los sectores urbanos marginales y rurales.

El desarrollo de la zona a la cual se provee del suministro eléctrico, se encuentra firmemente ligado al perfeccionamiento

del servicio que brinda la empresa dentro del sector; por ello, se requiere concretar un posicionamiento que la consolide y le permita generar barreras de entrada, ante la eventualidad de que otras empresas de mayor envergadura intenten penetrar en este mercado, sobre la base de un nuevo reordenamiento de las áreas de concesión.

El desarrollo industrial es el desarrollo deseado y una medida de la modernización de una sociedad. Las causas del subdesarrollo son imputadas a las propias sociedades atrasadas, desconociendo la existencia de factores externos y sin indagar sus relaciones con los procesos de acumulación capitalista.

En respuesta a lo anteriormente señalado, han surgido los planteamientos del desarrollo humano que parte de la idea de que el desarrollo debe tener como centro al ser humano y no a los mercados o a la producción. Por consiguiente, lo que se debe medir no es el PIB sino el nivel de vida de las personas, a través de indicadores relativos a la satisfacción de las necesidades humanas. El índice de desarrollo humano (IDH) intenta ser una aproximación a la medición de los niveles de desarrollo humano de las personas en los distintos países.

La Constitución de la República (2008), en el art. 52 normaliza que: “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características...”; y, en el art. 66, num. 25 reconoce “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia,

eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

El Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, objetivo 3, Mejorar la calidad de vida de la población, en su fundamento, señala que: “La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas. Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común”. (Senplades, 2009, p. 189).

El buen vivir requiere mejorar la calidad de vida, accediendo a los servicios básicos que permiten generar otros servicios adicionales; por ello, la política y lineamiento rector del gobierno nacional está enmarcada en lograr la satisfacción en los usuarios del suministro eléctrico, factor que obliga a la reestructuración tanto en el área administrativa como financiera de las empresas que se encargan de

su distribución en nuestro país, para minimizar y eliminar las deficiencias en los procesos que actualmente se ejecutan y que están ocasionando un elevado índice de insatisfacción en los usuarios.

Ante esta situación, por tratarse de un servicio básico, se considera importante realizar una investigación al interior de la empresa distribuidora de energía, con el propósito de determinar y analizar las principales causas y efectos originados por los cambios que se efectúan por disposición gubernamental. Lo antes mencionado hace necesario establecer una declaración de los factores de mayor incidencia en la insatisfacción de los usuarios, dentro del proceso de estudio que se detallan en la tabla 2 como: la finalidad para buscar alternativas y estrategias que disminuyan estos niveles negativos que afectan no solamente a la comunidad, sino a la misma empresa, tanto en su organización administrativa, como al talento humano que ahí labora.

Determinadas las variables, en tabla 3, establecemos los procedimientos para obtener la realidad, presentando definiciones que enuncian los procedimientos empleados en la medición.

Tabla 2. Declaración de Variables.

Variables dependientes	Variables Independientes
Satisfacción del cliente.	Sistema de gestión.
Procesos.	Cambios legales.
Atención al cliente.	Liquidación.
Cobertura de necesidades.	Reestructuración.
Quejas de usuarios.	Sistema de facturación.
Retraso de entrega de planillas.	Sistema y subsistemas.
Toma de lectura.	Eficiencia.

Tabla 3. Operacionalización de Variables

Variables Independientes	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Sistema de gestión	Estructura de procedimientos, procedimientos y políticas de una organización	Gestión	% de logros alcanzados	Cronograma. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Cambios legales	Variantes de las leyes	Leyes y Reglamentos	% de leyes cumplidas	Evaluaciones
Liquidaciones		Procesos	% de logros alcanzados	Cronograma. Presupuesto. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Reestructuración	Modificación en los procesos de gestión	Procesos	% de tiempo empleado en actividades de atención y solución de quejas de clientes o usuarios.	Cronograma. Presupuesto. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Sistema de facturación		Procesos	% de tiempo invertido en la facturación. Periodo de tiempo entre recepción y pago de facturas	Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Sistema y subtemas		Procesos	% de logros alcanzados	Cronograma Presupuesto Entrevistas Evaluaciones Encuestas.
Eficiencia	Correcto uso de recursos.	Procesos y desempeño.	% de logros alcanzados	Cronograma Presupuesto Entrevistas Evaluaciones Encuestas.

Tabla 4. Detalle y Resumen de Variables

Variables dependientes	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Satisfacción del cliente	Cumplimiento de las expectativas de los clientes, al usar el producto o servicio.	Clientes	% de logros alcanzados	Cronograma Entrevistas Evaluaciones Encuestas.
Procesos	Fases o etapas de una operación	Procesos	% de logros alcanzados	Cronograma. Presupuesto. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Atención al cliente	Forma en que una empresa brinda servicio a sus clientes para lograr cumplir con las expectativas que ellos poseen en relación al producto y/o servicio.	Procesos de atención al cliente	% de clientes satisfechos	Cronograma Entrevistas Evaluaciones Encuestas.
Cobertura de necesidades		Procesos	% de clientes satisfechos. % de tiempo empleado en solución de quejas.	Cronograma. Presupuesto. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Quejas de usuarios	Reclamo de clientes ante la inconformidad o insatisfacción producida por el servicio y/o producto adquirido.	Procesos de atención al cliente	% de quejas de usuarios	Cronograma. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Retraso de entrega de planillas		Procesos	% de quejas de usuarios	Cronograma. Entrevistas. Evaluaciones. Encuestas.
Toma de lectura		Procesos	% de tiempo empleado en lectura de medidores.	Cronograma Entrevistas Evaluaciones Encuestas.

Resultados

De la aplicación del instrumento de investigación, obtuvimos los siguientes resultados.

Tarifa Comercial

Sección 1: Producto

A. ¿Cómo califica el servicio eléctrico que actualmente le proporciona las empresas eléctricas del Ecuador?

1. ¿Cree usted que las interrupciones no programadas del servicio en su sector son...?
2. ¿Ha observado usted variaciones continuas en la intensidad de la energía eléctrica?
3. ¿Cuándo existen cortes del servicio en su sector, la reposición del mismo se realiza de forma que usted considera...?

En la figura 1, se ilustra la apreciación en porcentaje de las interrupciones no programadas en el servicio eléctrico.

En la figura 2, demuestra los resultados obtenidos sobre la apreciación en



Figura 1. Interrupciones no Programadas
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

porcentaje del servicio que proporcionan estas empresas a sus usuarios.

En la figura 3 están plasmados los resultados obtenidos por la reposición del servicio eléctrico cuando existen cortes.

En la figura 4, demuestra lo observado por los usuarios sobre las continuas variaciones en cuanto a la intensidad de la energía eléctrica.

Sección 2: Información y comunicación con el cliente

4. ¿Cuándo se producen cortes del servicio, programadas por la CNEL. Regional Milagro, para dar mantenimiento a su sistema de distribución; usted tiene previo conocimiento de esto?
5. ¿Recibe de parte de las empresas distribuidora de energía, orientación para el uso eficiente de la energía?
6. ¿Recibe de parte de las empresas distribuidora de energía, orientación sobre los riesgos y peligros en el uso de la energía eléctrica?

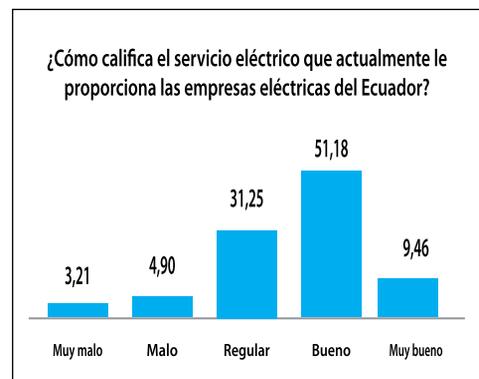


Figura 2. Variaciones en la Intensidad de la Energía Eléctrica.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

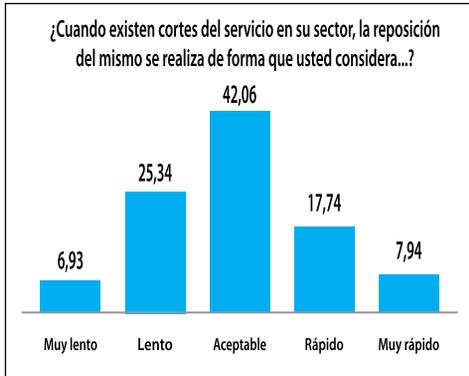


Figura 3. Reposición del Servicio en los Sectores.
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

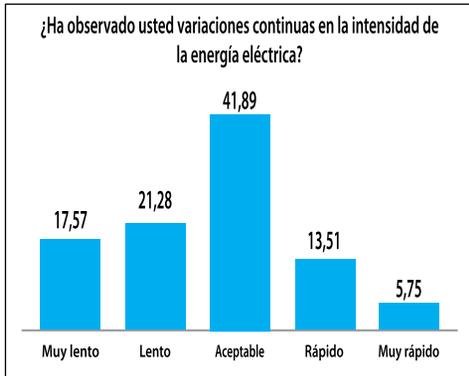


Figura 4. Servicio que Proporciona la Empresa Eléctrica.
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

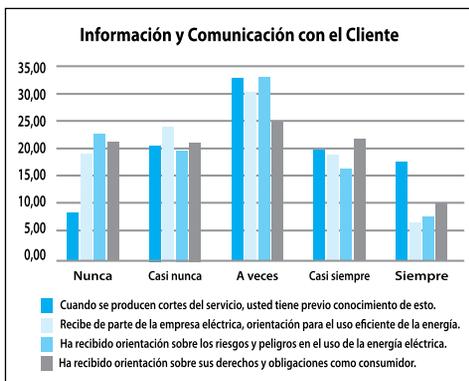


Figura 5. Resumen sobre orientación de riesgos, derechos y obligaciones como consumidor.
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

- ¿Recibe de parte de las empresas distribuidora de energía, orientación sobre sus derechos y obligaciones como consumidor?

En la figura 5, se presenta los resultados obtenidos sobre la información y comunicación con el cliente, está relacionado con el resumen sobre orientación de riesgos, derechos y obligaciones como consumidor.

Sección 3: Factura

- ¿La factura por el consumo de energía eléctrica, llega a su domicilio con suficiente tiempo para realizar el pago?
- ¿La factura por el consumo de energía eléctrica tiene errores?
- ¿La información que le presenta las empresas distribuidora de energía, en su factura/nota de venta es clara?
- ¿Considera que la cantidad de locales y medios para el pago de su factura son...?
- ¿Considera que el plazo que le asigna las empresas distribuidora de energía para cancelar su factura es adecuado?

En la figura 6 se presentan los resultados obtenidos en la pregunta 10, la misma está relacionada con la información que la distribuidora de energía otorga al emitir la nota de venta y/o facturas.

La figura 7 presenta los resultados relacionado con la factura que llega a su domicilio con suficiente tiempo para poderla cancelar.

La figura 8 refleja los resultados obtenidos por la formulación de la

pregunta 11, que está relacionada con la cantidad de locales y medios para el pago de las facturas.

Sección 4: Atención al cliente

13. ¿Usted tiene facilidad para contactarse con las empresas distribuidora de energía cuando requiere pedir información o requiere algún servicio?
14. ¿Considera que el tiempo que dedica las empresas distribuidora de energía para atender su reclamo es...?
15. ¿Considera que el tiempo que espera en las empresas distribuidora de energía al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información hasta ser atendido es...?
16. ¿Considera que los funcionarios y trabajadores que lo atendieron al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información demostraron conocimiento sobre la materia?
17. ¿Considera que los funcionarios y trabajadores que lo atendieron al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información fueron claros al proporcionarle información?
18. ¿De manera general como califica el trato y la cordialidad de los funcionarios y/o trabajadores de las empresas distribuidora de energía que lo atendieron?
19. ¿El plazo de la solución a sus reclamos, solicitudes de servicios o pedidos de información por parte de las empresas distribuidora de energía es el adecuado?

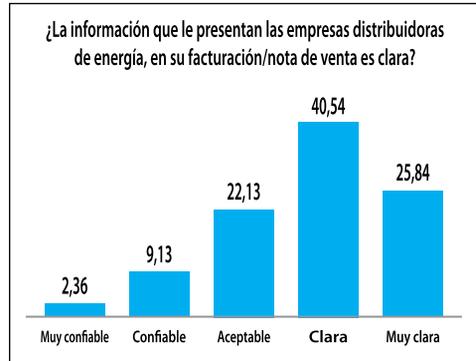


Figura 6. Información sobre la Distribución de las Facturas/Notas de Venta.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

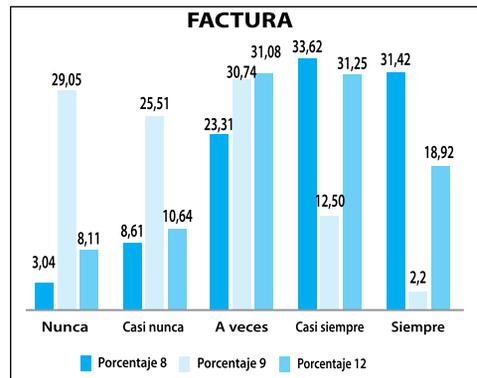


Figura 7. Facturas.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

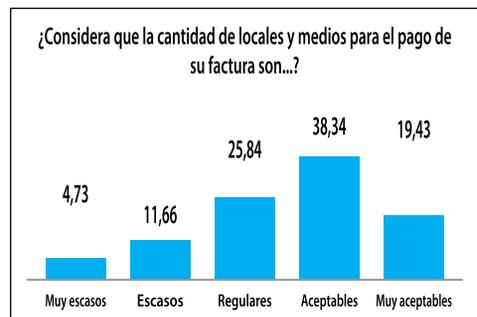


Figura 8. Cantidad de Locales y Medios de Pago.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

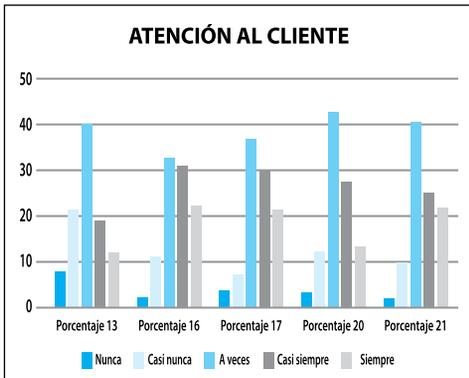


Figura 9. Atención al Cliente Distribuidoras.
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

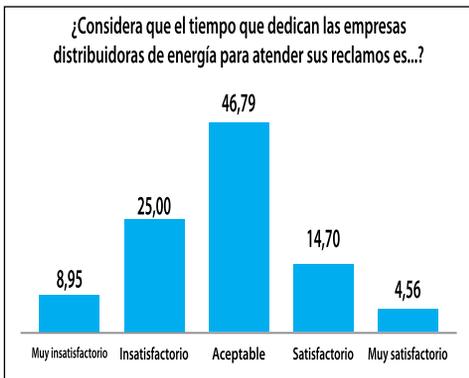


Figura 10. Atención de Reclamos de las Empresas.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

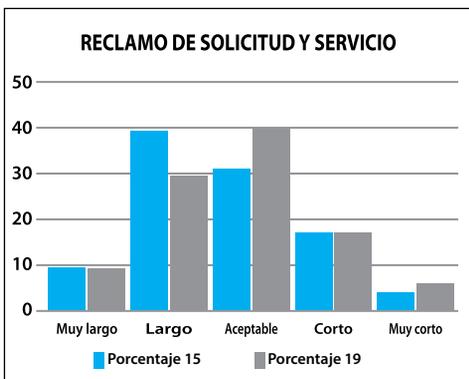


Figura 11. Reclamo de Solicitud y Servicio a los Clientes.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

20. ¿Cuándo realiza un reclamo en las empresas distribuidora de energía, se le da una solución definitiva a su problema?

21. ¿Cuándo realiza un reclamo en las empresas distribuidora de energía, esta cumple con los plazos acordados?

Los resultados obtenidos por la atención al cliente, planteadas en las preguntas desde la 13 hasta la 21, se presentan en la figura 9.

En la figura 10, se demuestra la aceptable satisfacción por el tiempo que dedica la distribuidora de energía para atender su reclamo.

En la figura 11 se plasman los resultados obtenidos en cuanto a la atención a los reclamos solicitados y al servicio prestado.

Los resultados obtenidos en la pregunta 18, están relacionados con la atención a los clientes, en cuanto al trato y la cordialidad de los funcionarios y/o trabajadores de las empresas distribuidoras de energía eléctrica, se demuestran en la figura 12.

Sección 5: Imagen

22. ¿Considera usted que las empresas distribuidoras de energía, son ágiles y modernas?

23. Considera usted que las empresas distribuidoras de energía son honestas, serias y transparentes?

24. ¿Considera usted que las empresas distribuidoras de energía se preocupan por lograr la satisfacción de sus clientes?

25. ¿Considera usted que las empresas distribuidora de energía, contribuye al desarrollo de la comunidad?
26. ¿Considera usted que las empresas distribuidora de energía está preocupada con la conservación del medio ambiente?
27. ¿Considera usted que las empresas distribuidora de energía es una empresa en la cual se puede confiar?
28. ¿Qué recomendaría usted a las empresas distribuidora de energía para mejorar las condiciones de su servicio en cada una de las áreas que se detallan a continuación?:

En la figura 13 se presenta los resultados que están relacionados con la imagen que se tienen las empresas distribuidoras de energía, en cuanto a su agilidad y modernidad.

La figura 14 resume los resultados obtenidos sobre la imagen de las empresas distribuidora de energía eléctrica, está relacionado con las preguntas 22 a la 28.

La figura 15 presenta los resultados obtenidos sobre las recomendaciones que sugieren par mejor las condiciones de servicio.

Conclusiones

Los resultados obtenidos de la investigación sobre la gestión de satisfacción al cliente, por parte de quienes suministran el servicio eléctrico, permiten concluir:

La actual atención al Cliente refleja que los usuarios no están siendo atendidos en forma oportuna, no existe una sujeción a

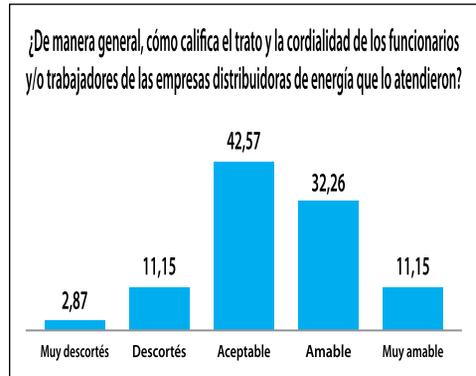


Figura 12. Trato y Cordialidad de los Funcionarios.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

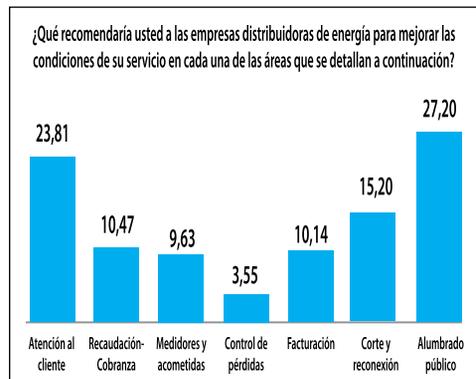
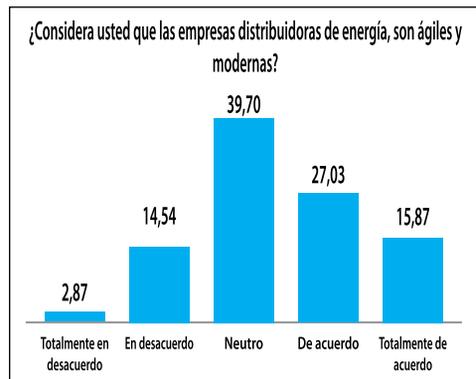


Figura 13. Empresa Distribuidora Ágil y Moderna.

Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

las leyes del sector eléctrico, no se brinda un apoyo íntegro a los usuarios en lo que respecta a sus requerimientos y los procesos de trabajo entorpecen el logro de los objetivos del área de servicio al cliente y de la empresa.

El Área Comercial (usuarios), siendo considerada el eje principal y siempre con el mayor número de clientes, es una de las más desatendidas; como resultado del escaso apoyo que se brinda para las actividades de: Inspección, instalación, medición y facturación.

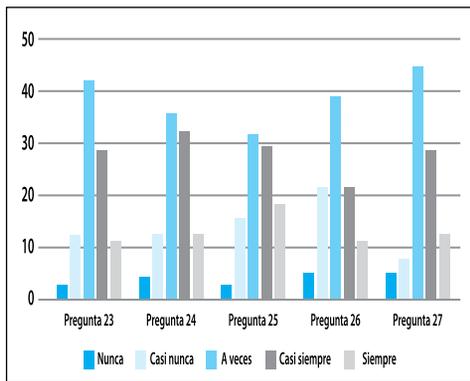


Figura 14. Imagen.
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

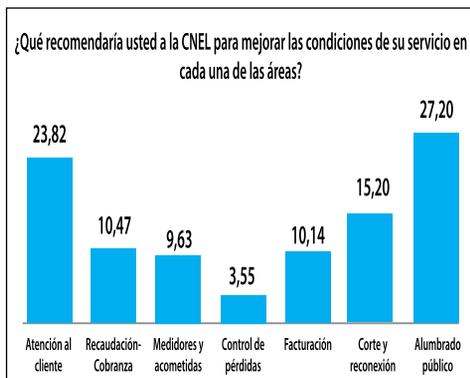


Figura 15. Mejorar las Condiciones del Servicio de Cada Área (valores en porcentajes).
Fuente: Encuestas a los usuarios-domicilios.

Se generan quejas constantes por parte de los clientes del área comercial, lo que refleja una gestión escasamente eficiente de las empresas que proveen el suministro eléctrico, al tardar un excesivo nivel de tiempo en resolver los inconvenientes presentados por sus usuarios, como resultado de la falta de materiales de trabajo. Además, lo mencionado repercute en proyectar una imagen negativa de dichos proveedores y no cumplir con los plazos establecidos en las leyes y reglamentos de los consumidores.

Los clientes del área comercial, especialmente, consideran que las empresas proveedoras de energía eléctrica deben asumir un papel más activo en lo que corresponde a instruir a sus usuarios en el manejo eficiente de la electricidad.

El capital humano de las distribuidoras de energía eléctrica no brindan un trato cordial y ampliamente satisfactorio a los clientes, generándose conflictos que influyen en la percepción de la calidad de la gestión de la corporación, en este caso la CNEL Milagro.

La empresa debe tener claramente definidos los procesos de Atención al Público a fin de conseguir exitosamente los objetivos planteados. Sin embargo, junto a eso se debería considerar la capacitación continua en materia de atención y satisfacción al cliente.

Efectuar revisiones de mantenimiento, especialmente al área comercial (usuarios), a su vez informarlos constantemente para generar en ellos conocimiento y concienciación sobre el manejo eficiente de la energía eléctrica

y reducir los riesgos de su errónea manipulación.

Generar un sistema integral de comunicación en enlace, que permita el flujo acelerado de información y garantice los resultados oportunamente; incorporando la tecnología para presentar los reclamos, mediante el uso del internet, como medida de recepción de quejas y de retroalimentación de información para generar respuestas y soluciones en forma ágil.

Incorporar como parte de las actividades de satisfacción al cliente, mediciones periódicas sobre la percepción del servicio que se está aprovisionando, esto servirá como medida de seguimiento de una mejora continua, acorde a políticas

Considerar los resultados del presente estudio, como parte de apoyo para agilizar la gestión y procesos de atención al cliente.

Efectuar oportunamente las lecturas de los medidores y entregar las planillas en forma inmediata, mediante el establecimiento de fechas de cancelación, acordes a la realidad económica del país y a los intervalos de tiempo entre lectura y facturación. Además, implementar nuevos convenios con una mayor cantidad de entidades financieras que brinden facilidades para el servicio de cancelación.

Referencias

Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. Decreto Legislativo # 0. Registro oficial # 449. 20 de octubre de 2008.

Beck, U. (2007). Modernización Reflexiva.

Recuperado de: <http://www.criterios.es/pdf/archplusbeckmoder.pdf>

Boisier, S. (agosto, 1999). ¿Desarrollo Local, de qué estamos hablando? Recuperado de: <http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/BOISIER-Desarrollo-local-de-qu%C3%A9-estamos-hablando.pdf>.

CONELEC. (22 de noviembre, 2007). Regulación 004/01. Instructivo para el manejo de los formularios de control de calidad del servicio eléctrico de distribución. Recuperado de <http://www.conelec.gob.ec/normativa/CalidadDeServicio.doc>

CONELEC. (15 de marzo, 2012). Regulación 003/12, Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Recuperado de <http://www.conelec.gob.ec/normativa/Regulacion%20No%20CONELEC%20004%2014%20Modelo%20de%20Planilla%20El%C3%A8ctrica.doc>

CONELEC. (27 de Diciembre de 2012). Regulación 119/12, Reformas a la Regulación No. CONELEC 003/12. Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Recuperado de <http://www.conelec.gob.ec/normativa/Regulacion%20No%20CONELEC%20004%2014%20Modelo%20de%20Planilla%20El%C3%A8ctrica.doc>

Congreso Nacional del Ecuador. (18 de Septiembre de 1996). Ley de Régimen del Sector Eléctrico. Suplemento del Registro Oficial No. 43 de 10 de octubre de 1996.

Congreso Nacional. (10 de julio, 2000). Ley Orgánica de Defensa al Consumidor. R.O. # 116.

- Fornell, C. (2008). El cliente satisfecho, estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor. Barcelona: Deusto
- INEC. (2012). Censo de población y vivienda 2010. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/centso-de-poblacion-y-vivienda/>
- Nevado, D., López, V., Pérez-Carballo, J. y Zariátegui, J. (2007). Cómo gestionar el binomio productividad-rentabilidad. Madrid: Especial Directivos.
- Presidencia de la República. (2006). Decreto Ejecutivo 2066. Reglamento a la Ley de Régimen del Sector Eléctrico. Registro Oficial No. 401, 21 de Noviembre de 2006.
- Rokes, B. (2003). Servicio al cliente. México: Thompson.
- SENPLADES. (2009). Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013. Quito, Ecuador: Senplades.
- Varela, R. y Bedoya, O. L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. Estudios Gerenciales, (100) 21-47. Recuperado de <http://148.215.2.11/articulo.oa?id=21210001>

Para citar este artículo utilice el siguiente formato:

Villegas, F., Fajardo, L. y Vásquez, C. (diciembre, 2014). Gestión de satisfacción al cliente en el sector comercial. *YACHANA, Revista Científica*, 3(2), 102-116.