

Ecuador – Junio 2017 - ISSN: 1696-8352

LA GESTIÓN DE LA CALIDAD FÍSICA Y SU INCIDENCIA EN LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LAS COMERCIALIZADORAS DE ENERGÍA ELÉCTRICA CNEL EP EN LA REGIÓN CINCO, ECUADOR 2011-2015

MSc. Felix Enrique Villegas Yagual MAE*

Decano Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales
Universidad Estatal de Milagro

ing_enriquevillegas@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Felix Enrique Villegas Yagual (2017): "La gestión de la calidad física y su incidencia en los servicios que ofrecen las comercializadoras de energía eléctrica CNEL EP en la región cinco, Ecuador 2011-2015", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/energia-cnelep-ecuador.html>

RESUMEN

El presente estudio está encaminado hacia la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad y Servicios que ofrecen las comercializadoras de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP en la región cinco, Ecuador 2011 - 2015. Para su desarrollo se ha recopilado valiosa información, la misma que servirá de sustento para demostrar la viabilidad del proyecto. Se realiza un análisis del nivel de satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica en la tarifa residencial en las Ciudades de Milagro, Bucay, Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar, Yaguachi, Naranjal y Marcelino Maridueña. El propósito de la investigación es el de establecer condiciones de mejoras que permitan a las empresas de distribución optimizar sus estándares de servicio, contribuyendo así a que los usuarios sean mejor atendidos. Por medio de las encuestas aplicadas, se llega a establecer que en cuanto a la Atención al Cliente, se refleja que los usuarios no están siendo atendidos en forma oportuna enmarcándose en las leyes del sector eléctrico y lo más importante no brindan un apoyo integral en el proceso del trabajo para poder alcanzar los objetivos del área y de las empresas que brindan este servicio.

Palabras claves: satisfacción al cliente, servicios, suministro de energía, distribuidora, sistemas, consumo.

ESTUDIOS REALIZADOS: 1.- UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL -Ingeniero Comercial 85-86 -Licenciado en Educación Especialización informática 1999; 2.- UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR-Maestría en Educación Superior 2002 3.- UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL GQUIL.-Magíster Administración y Dirección de Empresas 2008. *EXPERIENCIA DOCENTE:* CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO (ACTUAL)

SUMMARY

This study is aimed at the implementation of a Quality Management System and services offered by electric companies of the National Electricity Corporation CNEL EP in Region Five, Ecuador 2011 - 2015. For its development we have collected valuable information, it will serve as a support to demonstrate the feasibility of the project. An analysis of the level of customer satisfaction is done in the electricity consumption in the residential in the cities of Milagro, Bucay, Triumph, Naranjito, Simon Bolivar, Yaguachi, Naranjal and Marcelino Maridueña. The purpose of the research is to establish conditions that enable improved distribution companies optimize their service standards, thus helping users to be better served. Through the surveys, you get to establish that in terms of customer service, it reflected that users are not being treated in a timely manner framing itself in the laws of the electricity sector and most importantly do not provide support integrated into the work process to achieve the objectives of the area and the companies that offer this service.

Keywords: customer satisfaction, services, energy supply, distribution systems, consumer.

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación examinó la compleja problemática de la Gestión de calidad y servicios que ofrecen las Comercializadoras de Energía Eléctrica CNELEP en la región cinco, Ecuador 2011 al 2015, para lo cual se presenta en detalle cada una de las particularidades que caracteriza al ciclo (generación, envío y almacenamiento), y; que concita la preocupación de ejecutivos y accionistas, la búsqueda de una forma eficiente de brindar servicio al usuario.

Según la Ley de servicio de energía eléctrica (2010) y que de acuerdo a la normatividad vigente en el Ecuador obliga a que las tres fases del ciclo, sean soportados con infraestructura física y personal, así como el uso de otros recursos: vehículos, maquinaria, equipo entre otros que terminan elevando el costo de operación. El efecto deseado de la investigación es establecer un proceso alternativo al descrito, que sea ágil y tecnológicamente fundamentado cuyo impacto asegure una reducción de los costos mencionados, posibilitando una mayor aproximación al usuario.

El desarrollo de la presente investigación es en base a la necesidad que tiene la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro por ofrecer continuamente un servicio de calidad hacia sus usuarios. Además, permitirá adquirir un conocimiento profundo sobre la situación actual del Market target frente al servicio eléctrico recibido por parte de Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro, basados según criterios, percepciones y costumbres del Market target a entrevistar con el fin de que se puedan desarrollar las estrategias más adecuadas según los resultados de la investigación de mercado realizada. Y contar con un sistema de gestión de calidad, que busquen encaminar a las organizaciones hacia el logro de la excelencia en la calidad y servicios.

La investigación se inscribe en el marco de la gestión de calidad y servicios, en este caso, mediante el sistema empresarial, se propone estudiar la viabilidad de emplear la metodología de la reingeniería para concebir un nuevo diseño, con mayores capacidades, flexible y eficiente, basado en los principios de la automatización (facturación electrónica).

El estudio de la solución, tiene como marco la normatividad de otros países, como Chile, Perú y Colombia en que procesos de similar envergadura han sido transformados para operar

convenientemente, con una legislación que se renueva en base a los avances de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

El planteamiento del estudio, establecerá el marco de la problemática de la Gestión de Calidad y Servicios que ofrecen las comercializadoras de energía eléctrica CNELEP en la región cinco, Ecuador, concretamente en el proceso de atención al cliente, reclamos, facturación, imagen corporativo, planteando interrogantes, relaciones entre variables, fines e interés en el tema.

El Marco Teórico, está dividido en tres partes: la primera, reúne y examina los resultados alcanzados por investigaciones preliminares a nivel de pre y post grado en lo relativo a los procesos de alguna de las variables en estudio; la segunda parte, desarrolla las Bases teóricas, que aglutina los aportes acerca de los planteamientos de la calidad y servicios que ofrecen las comercializadoras de energía eléctrica CNELEP en la región cinco, Ecuador, enunciados por destacados investigadores, así como documentos provenientes de instituciones de prestigio en el campo de la electricidad que permita medir el impacto y establecer el logro de optimización y la tercera parte culmina con una precisión acerca del sentido en que han sido empleados los términos en la investigación.

La metodología de la investigación, describe los alcances metodológicos, que se emplearán en la investigación, los criterios, lineamientos de política para el diseño de la estrategia y el sistema de intervención en el proceso en sí. En los resultados y discusiones, objetos de estudios como son: los procesos de atención al cliente, reclamos, facturación, imagen corporativa, examinando las bases legales que regulan su competitividad. Y mediante la prueba de hipótesis, que se desarrolla considerando las mejoras en la satisfacción de los usuarios influyentes en la gestión de calidad del servicio según las normas ISO 9000; sin embargo, también se analizará si no se logra mejorar el servicio de la electricidad. La Propuesta, se avoca a la prueba de hipótesis, empleando métodos estadísticos validados en el correspondiente campo.

1.1. Formulación del Problema

¿De qué forma la Gestión de la calidad física inciden en los servicios que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015?

1.2. Sistematización del problema

¿De qué manera la implementación de mejoras continuas de la calidad influye en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad – Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015?

¿De qué forma las instalaciones físicas influyen en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015?

¿De qué manera el personal aplica la política institucional de calidad en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015?

1.3. OBJETIVOS

Objetivo General

- Establecer cómo la Gestión de Calidad física incide en los servicios que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015.

Objetivos específicos

- Determinar de qué forma la implementación de mejoras continuas de la calidad influye en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015
- Analizar como las instalaciones físicas influyen en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015
- Establecer de qué manera el personal aplica la política institucional de calidad en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015

1.4. Hipótesis de la investigación

Hipótesis General

- La Gestión de Calidad física incide en los servicios que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015.

Hipótesis Específicas

- La implementación de mejoras continuas de la calidad influye en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad – Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015
- Las instalaciones físicas influyen en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad –Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015
- El personal aplica la política institucional de calidad en el servicio que ofrece la comercializadora de energía eléctrica de la Corporación Nacional de Electricidad – Empresa Pública- Milagro en la región cinco, Ecuador 2011-2015

1.5. Justificación de la investigación

Ecuador es un país que en la última década ha sufrido una transformación social y económica, como resultado de su nueva gestión, la filosofía del buen vivir que busca fortalecer una sociedad basada en la igualdad de deberes y derechos, donde las riquezas sean de todos y se goce de los beneficios de los servicios públicos como un elemento o indicador de la calidad de vida.

La economía de nuestro país se fortalece bajo la óptica de una economía solidaria, lo que lleva a las empresas estatales a reestructurar su accionar en el mercado, a fin de responder a las demandas de todos los sectores; es así que nace el Plan Nacional para el Buen Vivir que busca REESTRUCTURAR LA MATRIZ ENERGÉTICA BAJO CRITERIOS DE TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, INCLUSIÓN, CALIDAD, SOBERANÍA ENERGÉTICA Y SUSTENTABILIDAD, CON INCREMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE ENERGÍA RENOVABLE, estableciendo objetivos, estrategias y políticas que guiarán a quienes directa o indirectamente trabajan en función de una mejor forma de vida.

En el Objetivo No.- 11 del Plan Nacional del Buen Vivir se Establece ASEGURARLA SOBERANÍA Y EFICIENCIA DE LOS SECTORES ESTRATÉGICOS PARA LA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICA, indicando la importancia de mejorar los servicios para fortalecer a nuestra sociedad y a quienes la integran, permitiendo una vida más agradable y bajo la equidad y competitividad.

La Corporación Nacional Electricidad –Empresa Pública- Milagro como empresa del estado debe acoger las disposiciones del Plan Nacional del Buen Vivir y trabajar en base a los objetivos que se han diseñado para mejorar la calidad de su servicio, de ahí la necesidad de estudiar constantemente los procesos que enmarcan su gestión, a fin de tomar medidas que lleven a una reestructuración que garantice la optimización de sus servicios a través del uso correcto de los escasos recursos que se manejan.

La necesidad de reestructuración basada en el área comercial a la que tiene que someterse la Corporación Nacional de Electricidad - Milagro que genera inconveniente en los diversos desacuerdos de los usuarios, los mismos que dan quejas sobre la atención recibida, factor que incide en la calidad y la insatisfacción de los usuarios que se sigue fortaleciendo al observar que se mide a través de los indicadores.

La reestructuración de los procesos de gestión de calidad que se aplican en la Corporación Nacional de Electricidad – Milagro contribuirá extraordinariamente a satisfacer a los clientes, brindando la oportunidad de obtener alternativas que disminuya el tiempo de gestión en sus trámites o transacciones con la empresa.

2. DESARROLLO

2.1.

Fundamentación Teórica

Gestión de calidad

(Udaonda Duran, 1992) Es el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente, mediante la gestión de calidad la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que realicen los siguientes tipos de actuación.

- Su objetivo es el mismo de la empresa: ser competitivos y mejorar continuamente.

- Pretende ayudar a satisfacer las necesidades del cliente.
- Los recursos humanos son su elemento más importante.
- Es preciso el trabajo en equipo para conseguirla.
- La comunicación, la información y la participación a todos los niveles son elementos imprescindibles.
- Se busca la disminución de costos mediante la prevención de anomalías.
- Implica fijar objetivos de mejora permanente y la realización de un seguimiento periódico de resultados.
- Formar parte de la gestión de la empresa, de cuya política de actuación constituyen un objetivo estratégico fundamental.

Son puntos importantes que menciona el autor para que una empresa sea eficiente y a su vez sea eficaz y que los usuarios tengan sus servicios adecuados.

La gestión de calidad se ha convertido en prioridad estratégica para las entidades empresariales en todo el mundo, debido a su importancia probada como medio de adquirir y mantener una ventaja competitiva, la gestión de calidad ya se reconoce por parte de un número cada vez mayor de empresas, como el arma competitiva más potente y además se ha llegado a la conclusión que van perdiendo eficacia, las fuentes tradicionales de ventaja competitiva. Empieza a ser insuficientes para el mantenimiento de liderazgo empresarial las estrategias convencionales de enfoque único, como la diferenciación de productos servicios, liderazgo de costos y poder de mercado de distribución (Kees J., 1991)

Las empresas deben estar siempre actualizadas por el funcionamiento de la globalización ya que a la calidad anteriormente no le daban la importancia del caso, pero en el presente siglo tiene un papel importante porque el cliente pide muchas comodidades para poder seguir consumiendo un determinado producto o servicio. Y esto se consigue por medio de una buena inversión y los buenos liderazgos en las diferentes empresas.

Se describen brevemente los 7 Principios de Gestión de la Calidad que debemos de tener en mente siempre para que la Gestión de Calidad funcione como debe y de manera óptima.

1. Enfoque al Cliente.
2. Liderazgo.
3. Compromiso y Competencias de las Personas.

4. Enfoque Basado en Procesos.
5. Mejora.
6. Toma de Decisiones Informadas.
7. Gestión de las Relaciones. (Gestion de calidad, 2016)

Tomando en cuenta y aplicando siempre estos 7 principios, la implementación y de la Gestión de Calidad serán mucho más fáciles y eficientes.

La Gestión de la Calidad es parte de la planificación de la Calidad es un segmento primordial y está orientada a fijar unos objetivos de calidad y a especificar los procesos operativos y recursos necesarios para cumplir con los objetivos fijados. (Boletin de calidad Blog, 2011). Así mismo La planificación de la gestión deberá estar documentada, pudiendo estar soportada en el Plan Estratégico, Plan de Gestión, Programa de Gestión de Calidad.

Dentro de la tarea de planificación de la Gestión de Calidad se encuentran las siguientes actividades:

- Definición, seguimiento y medición de objetivos.
- Desarrollo de un plan de Formación.
- Planificación de estudios para conocer la satisfacción de clientes.
- Periodos de seguimiento de indicadores (seguimiento y medición de procesos)
- Planificación del seguimiento y medición del Producto (inspecciones)
- Planificación de las Acciones correctivas y Preventivas (plazos, responsables, seguimiento).

Son actividades relevante y fundamental en una empresa y deberán tomar en cuenta estos puntos que mencionan para obtener un trabajo de calidad dentro de las organizaciones.

Según Juran es un firme defensor de la Gestión de Calidad la define como una colección de ciertas actividades relacionadas con la calidad:

1. La calidad llega a formar parte del plan de toda alta dirección.
2. Las metas de calidad se incorporan al plan empresarial.

3. Las metas ampliadas derivan del benchmarking: el énfasis está puesto en el consumidor y en la competencia; existen metas para el mejoramiento anual de la calidad.
4. Las metas se despliegan a los niveles de acción.
5. La capacitación se lleva a cabo a todos los niveles.
6. La medición se efectúa en cada área.
7. Los directivos analizan regularmente los progresos con respecto de las metas.
8. Se reconoce la performance superior.
9. Se replantea el sistema de recompensas. (Juran, 1994)

Hay que cumplir con todos los pasos necesarios a fin de conseguir la meta primordial de la empresa sobre gestión de calidad y servicio, aplicando capacitación, honras, buenos planes de acción y lograr mantener a los consumidores satisfechos con los productos o servicios.

Como referencia a las distintas etapas podemos apreciar según James (1999) nos indica cuatro pasos más relevantes de la gestión de calidad:

1. Inspección de la Calidad.
2. Control de la Calidad.
3. Desarrollo del Aseguramiento de la Calidad.
4. Gestión de la Calidad Total. (James , 1999)

Para conseguir la calidad es importante tener presente la inspección, el control, desarrollo y gestión con la finalidad que alcanzar la buena gestión de la calidad del producto o servicio.

Según (Deming, 1950) aportó una serie de puntos los cuales debemos adoptarlos como una filosofía de vida para una empresa ya sea pequeña, mediana o grande o simplemente desarrollarlos en tu vida frecuente y así lograr una mejor calidad de vida.

Nos indica los 14 puntos que Deming ofrece:

1. Crear constancia de propósito.
2. Adoptar la nueva filosofía.
3. Terminar con la dependencia de la inspección.
4. Terminar con la práctica de decidir negocios con base en los precios.
5. Mejorar el sistema de producción y de servicios.
6. Entrenamiento del trabajo.
7. Adoptar e instituir el liderazgo.

8. Eliminar temores.
9. Romper las barreras entre los departamentos.
10. Eliminar slogan.
11. Eliminar estándares.
12. Eliminar barreras que impidan alcanzar el orgullo al trabajador.
13. Instituir un activo programa de educación.
14. Implicar a todo el personal en la transformación. (Crosby, 1952)

Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no hayan malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”. En resumen, podemos decir que calidad es: Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos. (Crosby, 1952).

Pasar fronteras o cambiar paradigmas es lo bueno en el proceso de conseguir una buena gestión de calidad, porque esto implica instruir a todo el personal de la empresa y con muchos liderazgos llevar a cabo las eliminaciones de acciones negativas y poner en prácticas nuevas filosofías y aplicar nuevos planes de desarrollo.

Gestión de calidad, consiste en aplicar el concepto de “Calidad Total” a los sistemas de gestión de la empresa. Con ello lo que se pretende es integrar la calidad en todos los procesos de la organización, establece unos principios básicos para poder implementarla en una organización. Estos son: La calidad es lo primero, el cliente como una prioridad, tratar de tomar decisiones justificadas mediante hechos y datos, hacer una priorización de actividades, control en origen de la actividad y tener un trato respetuoso hacia las personas. (Morales Sánchez , 2015)

El buen trato hacia los clientes tiene un papel importante en lo que tiene que ver con la imagen de la empresa y por medio de esta brincar calidad de servicio.

La gestión de calidad se nos presenta con un elevado grado de abstracción, conviene que enfrentemos el nivel de calidad realizada que nos ofrecen productos y servicios, a los niveles de calidad necesitada, que es la requerida por los usuarios, y de calidad programada, que es la diseñada previamente por la organización. (Pinto Molina, 1998)

La preocupación sobre la gestión de calidad que se debe brindar a los clientes siempre tendrá un papel importante porque de estos resultados las dependerán las empresas para seguir en funcionamiento.

La gestión de calidad en las empresas modernas saben, que para permanecer en los mercados y garantizar una buena participación se debe tener presente, que la calidad actualmente es muy importante tenerla bien controlada, porque ella involucra lo siguiente:

- Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.
- Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.
- Despertar nuevas necesidades del cliente.
- Lograr productos y servicios con cero defectos.
- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.
- Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Sonreír a pesar de las adversidades.
- Una categoría tendiente siempre a la excelencia.
- Calidad no es un problema, es una solución.
- La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo.” “Conjunto de propiedades inherentes a un objeto que permiten apreciarlo como igual, mejor o peor que el resto de objetos de los de su especie.
- También se puede decir que la calidad es la Propiedad o conjunto de características de un elemento que le dotan de una ventaja competitiva. (Rodríguez, 2011)

Las empresas en el presente siglo saben que tiene que brindar una buena cortesía aplicando sonrisas, buenas relaciones interpersonales, hacer bien las cosas, producir un artículo o servicio y esto debe ser una solución y no un problema para los empresarios, y de esta manera se mantendrán en las actividades como buenos competidores.

Servicio al cliente

Para poder indagar esta investigación es primordial analizar las grandes teorías filosóficas del autor Maxine Kamin que tiene que ver con el servicio al cliente. En cuanto a la variable

dependiente que se encuentra en esta investigación que está enfocada en la satisfacción al cliente, en la se desprende a las siguiente teoría como son.

- Confiabilidad del personal.
- El precio.
- La amabilidad.
- Posibilidad de mantenimiento.
- Medio ambiente.

Según (Kamin, 2006) nos indican que la atención al cliente conduce a la fidelidad de los clientes. Esto se hace a través de lo que los clientes experto en relación al servicio.

- El primer paso es recibir al cliente, haciendo que se sienta como en casa.
- Segundo paso las necesidades específicas del cliente deben ser determinados.
- En tercer lugar, esas necesidades se deben cumplir de manera eficiente.
- El cuarto propósito aquí es crear una relación de amistad personal y que provee asociaciones positivas entre el cliente y el establecimiento.

Esas necesidades cubiertas deben ser verificadas y vuelto a comprobar para asegurarse de que nada se quede fuera. Por último, un servicio fantástico deja la puerta abierta, asegurándose de que el cliente tiene un incentivo para volver. El beneficio para el cliente es una experiencia agradable y eficiente, y la empresa sólo ha contratado a un cliente fiel.

Como lo mencionó Franklin Covey, “es de vital importancia detectar y atender las necesidades y deseos de los clientes de forma óptima, esto sin duda, es lo que impulsa a las empresas día con día a superar sus propios paradigmas y las normas establecidas para obtener una ventaja competitiva realmente significativa que le permita diferenciarse de las demás”.

Covey nos indican que existen 7 claves de oro para ofrecer un servicio excepcional al cliente las cuales son:

- Comunicación.
- Identificar las necesidades de tus clientes.
- Mostrar aprecio y usar el nombre.
- Mostrar humildad.

- Proporcionar mayor valor.
- Cumplir con creces.
- Mantenerse en contacto. (Covey, 2011)

En el presente siglo los prototipos fueron superados a fin de sobresalir entre sus competidores aplicando la comunicación, aprecio, humildad, valor, identificando siempre a sus clientes.

Según Carlos López planteo los 10 mandamientos del servicio a los clientes el considerado el decálogo de la atención al cliente, cumpliendo a cabalidad con él se puede lograr altos estándares de calidad en el servicio al cliente como son.

1. El cliente por encima de todo
2. No hay nada imposible cuando se quiere.
3. Cumple todo lo que prometas.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
5. Para el cliente, tú marcas la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejor.
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo. (López , 2001)

Servicio al cliente implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a descubrir nuevo negocios con ella.

Las funciones de servicio al cliente son:

- Retener a los clientes.
- Desarrollar nuevas carteras de clientes.

Expresado en términos de actitudes, servicio es:

- Preocupación y consideración por los demás
- Cortesía
- Integridad
- Confiabilidad

- Disposición para ayudar
- Eficiencia
- Disponibilidad
- Amistad
- Conocimientos
- Profesionalismo (Tschohl, 2011)

Servicio al cliente es toda actividad que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente entre estas actividades podemos mencionar las siguientes:

- Las actividades necesarias para asegurar que el producto y servicio se entrega al cliente en tiempo, unidades y presentación adecuados.
- Las relaciones interpersonales establecidas entre las empresas y el cliente.
- Los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento post-venta.
- El servicio de atención, información y reclamación de clientes.
- La recepción de pedidos de la empresa. (Paz Couso, 2005)

Las empresas han llegado a ser tan especializadas, que casi todas requieren muchos servicios, entre los cuales se cuentan las relaciones interpersonales, el proceso del pedido hasta el mantenimiento de post-venta. Lo que significa que para satisfacer la demanda de los consumidores, están empleándose muchas técnicas avanzadas en esta época de tecnología de punta para brindar servicios más rápido y a bajo costo.

3. METODOLOGÍA

El presente estudio tiene el carácter de una investigación descriptiva que permitirá establecer e identificar los conflictos existentes alrededor de la prestación del servicio eléctrico que nos garanticen los derechos de las personas, para acceder a servicios públicos eficientes y de calidad en la Distribuidora Milagro; para la preparación de información y desarrollo de la investigación se emplearon las siguientes herramientas:

Análisis documental.- se efectuó un análisis de la bibliografía existente, entre los que se pueden destacar: reportes de prensa, peticiones presentadas en la Defensoría del Pueblo y normativas vinculadas al servicio eléctrico, con la finalidad de identificar los diferentes

aspectos que determinan la falta de cumplimiento de los criterios de acceso, calidad y eficiencia de este servicio.

Encuestas.- Se desarrolló encuestas en los cantones: Milagro, Naranjito, Naranjal, Yaguachi, Simón Bolívar, Triunfo, Troncal, Bucay. Esto permitió recolectar datos e información, así como, un acercamiento con los usuarios del servicio eléctrico. La misma que hace uso del instrumento denominado cuestionario, está integrada por 28 preguntas que permitirán verificar las hipótesis planteadas, estas se aplicarán a las personas involucradas en la situación problemática. Cabe recalcar que la encuesta está diseñada por la CNELEP a nivel nacional, por lo tanto se respetó el sistema que emplean en la evaluación del servicio.

Tipo y diseño de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que se utilizará para identificar el comportamiento, actitudes y reacciones de los clientes frente a las situaciones que vive la empresa y caracterizar los motivos de la insatisfacción de los clientes por los servicios prestados de la corporación, basada en la observación de recolecciones de datos, para así poder combinar ciertos criterios de clasificación que ayuden a ordenar, agrupar y sistematizar los objetos involucrados en el estudio de este problema

La investigación a efectuarse es de tipo teórica, al acudir a fuentes bibliográficas que permitan obtener las teorías en las cuales se sustentará la hipótesis de investigación con sus correspondientes variables. Además, es no experimental al no necesitar incorporar experimentos o pruebas especiales, se trata de conocer a profundidad una realidad institucional acudiendo a la fuente directa de investigación; es decampo porque se aplicarán instrumentos de recolección de datos a clientes que responderán a técnicas e instrumentos de investigación que se acoplen a la necesidad investigativa. (Hernández Sampieri, 2014)

La recolección de datos es de tipos cuantitativas y cualitativas, porque toma bases teóricas (información obtenida de la recolección de datos y luego tabulada) al expresar en forma numérica o darle una expresión numérica a los resultados para su interpretación y conocer así que se ha probado la hipótesis. (Hernández Sampieri, 2014)

También se considerara el método Histórico, al recurrir a la base de datos de evaluaciones del desempeño laboral, historia de consumo de los clientes residenciales, leyes que rigen las actividades del servidor público, ley de defensa del consumidor, etc. Otros métodos son el Inductivo, el Deductivo, el Lógico.

El método Inductivo permitirá recurrir a la particularización de las variables y el estudio de sus características, en forma de generar un análisis amplio de cómo se desarrollan ellas para luego concluir en una teoría. En el caso del método Deductivo, este determinara el grado de insatisfacción de los clientes por los servicios recibidos y llegar a una conclusión de problemas mayores, verificando la hipótesis y obtener nuevas conclusiones. La presente investigación, se fundamentó en la aplicación de una entrevista domiciliaria y personales dirigidas al Jefe de familia, esposa/esposo, o habitantes permanente del domicilio, las entrevistas se realizaron con la aplicación de un cuestionario estructurado dirigido a una muestra del universo objetivo hombres y mujeres usuarios del servicio eléctrico.

Unidad de análisis

El proceso metodológico para cumplir con los objetivos específicos se estructuró de acuerdo a lo clásico de investigación de tipo social y siguió el flujo operacional que se plantea a continuación:

- Establecimiento de objetivos
- Determinación del universo
- Validación de instrumentos de investigación
- Trabajos de campo
- Supervisión de los datos obtenidos en el trabajo de campo
- Procesamiento de la información
- Supervisión del procesamiento de la información
- Verificación y aprobación de los datos procesados
- Análisis de la información.

La población de estudio

El conjunto poblacional de la presente investigación está conformado por los usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro, (Milagro, Naranjito, Naranjal, Triunfo, Troncal, Simón Bolívar, Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi), en base a los

datos de viviendas y habitantes obtenidos en la página de internet de la Corporación (portal web: www/Corporación CNEL Regional Milagro) desde el 2011 al 2015 (ver tabla siguiente) y datos del último censo del Ecuador, cuyo número total es:

Tabla 1.- CLIENTES DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD REGIONAL MILAGRO DURANTE LOS AÑOS 2011 AL 2015

TARIFAS	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
RESIDENCIAL	116,924	121,172	125,869	114,972	118,159
COMERCIAL	15,767	16,339	16,972	15,502	15,933
INDUSTRIAL	173	179	186	170	174
ASISTENCIA SOCIAL	61	63	65	59	61
AUTOCONSUMO	25	25	26	24	25
BENEFICIO PÚBLICO	428	443	460	420	432
BOMBEO DE AGUA	121	125	130	118	122
ESCENARIOS DEPORTIVOS	7	7	7	6	7
ENTIDADES OFICIALES	323	334	347	317	326
CULTO RELIGIOSO	421	436	453	413	425
TOTAL	134,250	139,123	144,515	132,001	135,664

Fuente. Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

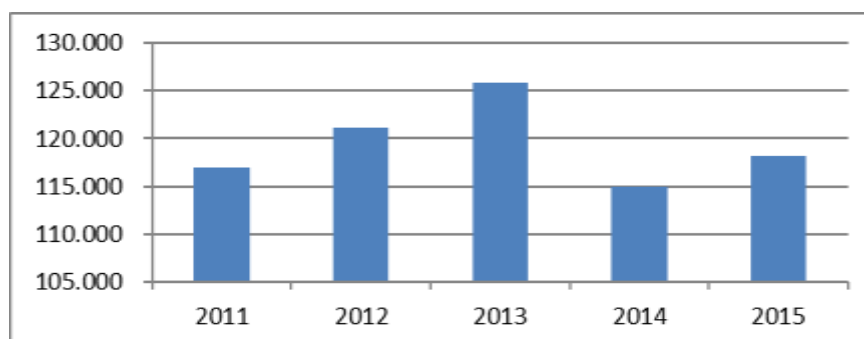


Gráfico 1.- CLIENTES CON TARIFA RESIDENCIAL. Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

Además se determina que la población es finita, debido a que se toma como referencia solo a los clientes de tarifa residencial de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro. Esta investigación requiere de un estudio preciso, debido a ello se fundamenta en la muestra de tipo probabilística, ya que elegiremos a aquellas personas que guardan relación con las características que se necesitan para solucionar el problema. Entre esas personas, podrán existir aquellas que tengan criterios muy profundizados o criterios pre-establecidos sobre el tema a investigar, lo cual permitirá obtener una respuesta mucho más acertada acerca de lo que se está analizando.

Técnicas de recolección de datos

Para una mayor efectividad de este estudio, se empleara el método analítico sintético, ya que este nos permitirá distinguir qué elementos o factores están afectando la relación empresa-usuarios, además de permitirme analizar cada uno de ellos por separado. (Hernández Sampieri, 2014)

También se utilizó para la recolección de los datos el método de la observación, ya que a través del mismo se podrá describir que tácticas está empleando la institución en el desarrollo de su labor, como por ejemplo cuales son los tipos de comunicación que utilizan y las herramientas que emplean en el proceso de atención al cliente. Se aplicó la encuesta como técnica de estudio, la misma que se realizó aleatoriamente a los abonados de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro, con el propósito de obtener sus opiniones acerca del tópico planteado. Este instrumento está formulado con preguntas a escala, es decir, preguntas que no se limitan a respuestas solamente afirmativas o negativas.

A la par se utilizó como instrumento la entrevista, la cual fue aplicada a los funcionarios de la Corporación en las diferentes áreas que intervienen para brindar un buen servicio a la comunidad, ya que son los principales actores de la problemática, aportando con importante información para el desarrollo de la investigación.

Análisis e interpretación de la información

Para la recolección de la información se utilizó un instrumento tipo encuesta para los clientes de la empresa, dicha encuesta está estructurada por preguntas para medir los indicadores, además se incluyó entrevistas como parte de opinión personal donde los funcionarios nos dejan saber las mejoras para la toma de decisiones en forma oportuna para lograr la satisfacción de los cliente en los servicios que brinda la corporación.

El presente trabajo de investigación utiliza los programas Microsoft Word 2010y Microsoft Excel 2010, del paquete de Microsoft Office, debido a que estos programas son los más básicos y precisos al momento de emprender cualquier tipo de acción y permitieron ahorrar valioso tiempo, ya que algunas de sus herramientas instaladas nos ofrecen variedad de opciones, cuando necesitamos realizar un resumen claro y preciso. (Hernández Sampieri, 2014)

Los cuadros o las distintas operaciones son de suma importancia para el desarrollo de las estadísticas que se presentan en esta investigación, y a través de Excel minimizaremos la probabilidad de que existan errores en las fórmulas a aplicarse. (Hernández Sampieri, 2014) Los procedimientos estadísticos que se aplican en la investigación dieron paso al uso del software SPSS como herramienta que permitió generar una base de datos, cuyo procesamiento de información se dio luego de aplicar la encuesta y la entrevista, llevando a una tabulación y exposición ordenada de datos para su interpretación y lectura interpretativa que permite confirmar las hipótesis que se habían planteado. Para seleccionar la muestra se toma en consideración un muestreo por zonas urbanas marginales- rurales de la tarifa residencial.

El tipo de muestreo empleado es el probabilístico. En el muestreo probabilístico los individuos de la población tienen todos la misma probabilidad de aparecer en la muestra, es un proceso por el cual se conoce la probabilidad de inclusión que tiene cada una de las unidades del universo de origen y es posible calcular la magnitud del error de muestreo. (Hernández Sampieri, 2014)

Análisis e interpretación de la información .- En el marco de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, luego de la segmentación y especialización de cada uno de los componentes del sector, los agentes de distribución tienen dificultad de compra de energía, existe déficit de oferta, quedando en la capacidad económica, la gestión y habilidad para la compra, que en mayor proporción es adquirida en el mercado spot a precios altos y en mínima parte por contratos, aumentando la crisis económica, esto último genera baja credibilidad del agente y disminuye la capacidad de endeudamiento convirtiéndose en un círculo vicioso que aumenta en función del tiempo. (CONELEC, 2007). Está formada por Organizaciones Públicas y privadas según Administradores, Especialistas en Desarrollo, Autoridades Internacionales, Nacionales y locales, Usuarios de energía eléctrica pertenecientes a la Región 5 de nuestro País el Ecuador.

ENCUESTAS REALIZADAS A USUARIOS RESIDENCIALES CNELEP REGIONAL MILAGRO

1.- CONSIDERA USTED QUE EL SERVICIO ELÉCTRICO QUE ACTUALMENTE PROPORCIONA LA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	17	4,4	4,4	4,4
	En desacuerdo	68	17,8	17,8	22,2
	Indeciso	73	19,1	19,1	41,3
	De acuerdo	141	36,8	36,8	78,1
	Muy de acuerdo	84	21,9	21,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO ES EXCELENTE

Cuadro 1. El Servicio eléctrico es excelente

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

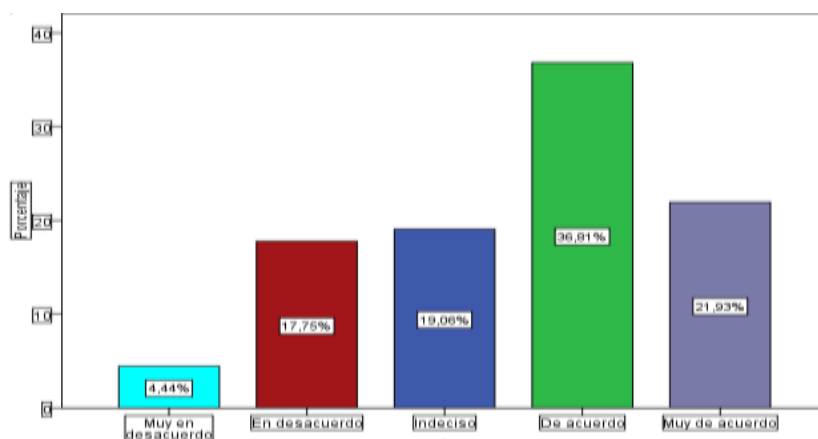


Gráfico 2. Promedio % El servicio eléctrico es excelente

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 141 usuarios dice que está de acuerdo ya que el servicio eléctrico que proporciona la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO es excelente y representa un 36,80 %, seguido por un 21,9% que indican que están muy de acuerdo y representa a un total de 84 clientes; el 19,1 % (73) señalan que están indeciso; el 17,80 % expresan que su desacuerdo; y el 4,4% exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra suman 58,7 % (36,8 %+ 21,9 %), según detalle del gráfico No. 2.

2.- CONSIDERA USTED QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS CONTINUAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO ELÉCTRICO DEBE SER UNA PRIORIDAD, EN CUANTO A LAS RESPONSABILIDAD DE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO

Cuadro 2. Mejora continuas en la calidad del servicio de energía eléctrica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	14	3,7	3,7	5,2
	Indeciso	47	12,3	12,3	17,5
	De acuerdo	204	53,3	53,3	70,8
	Muy de acuerdo	112	29,2	29,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

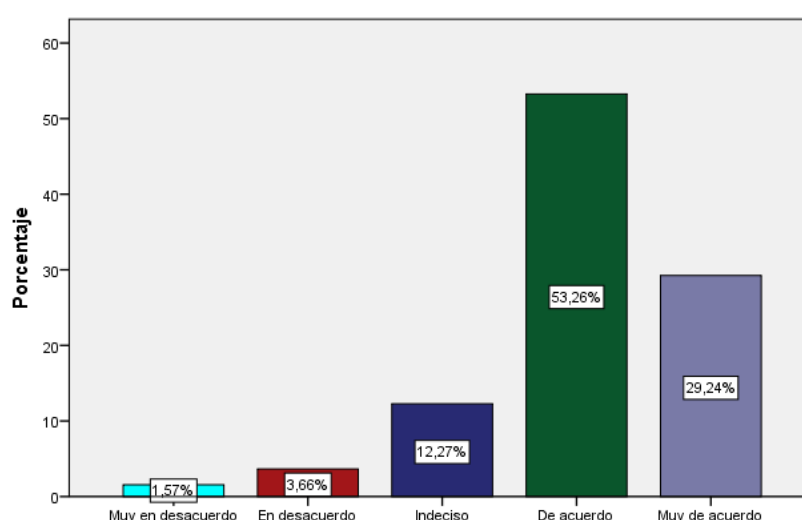


Gráfico 3. Promedio % de Variaciones continuas en la calidad del servicio de energía eléctrica. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 204 clientes dicen que están de acuerdo con la implementación de mejoras continuas en la calidad del servicios que ofrece la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 112 que expresan estar muy de acuerdo; 47 indican su indecisión; 14 explican que están en desacuerdo; y 6 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada el 82,5 % (53,3 % + 29,2 %) se muestran que están de acuerdo, según gráfico 3.

3.- CONSIDERA USTED QUE EL SERVICIO QUE LE PROPORCIONA LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO PUEDE CALIFICARSE DE CALIDAD COMO RESULTADOS DE LOS MATERIALES ELÉCTRICOS QUE SE UTILIZAN

Cuadro 3. El servicio de energía eléctrica puede calificarse de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	35	9,1	9,1	9,7
	Indeciso	89	23,2	23,2	32,9
	De acuerdo	202	52,7	52,7	85,6
	Muy de acuerdo	55	14,4	14,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

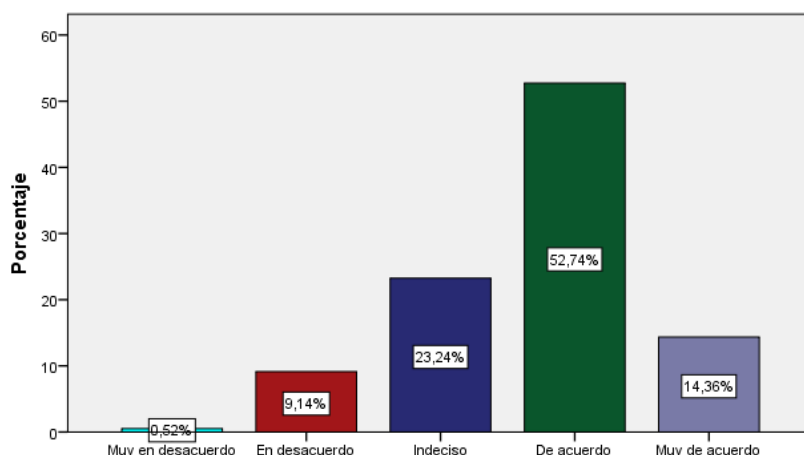


Gráfico 4. Promedio % El servicio de energía eléctrica puede calificarse. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 202 clientes dicen que están de acuerdo con la calidad de los materiales eléctricos que utiliza la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 89 que expresan su indecisión; 55 indican estar muy de acuerdo; 35 explican que están en desacuerdo; y 2 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, es 52,7 % y se puede observar en el gráfico 4.

4. CONSIDERA USTED QUE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO POSEEN INSTALACIONES MODERNAS

Cuadro 4: Poseen instalaciones modernas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	1,0	1,0	1,0
	En desacuerdo	57	14,9	14,9	15,9
	Indeciso	112	29,2	29,2	45,2
	De acuerdo	161	42,0	42,0	87,2
	Muy de acuerdo	49	12,8	12,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

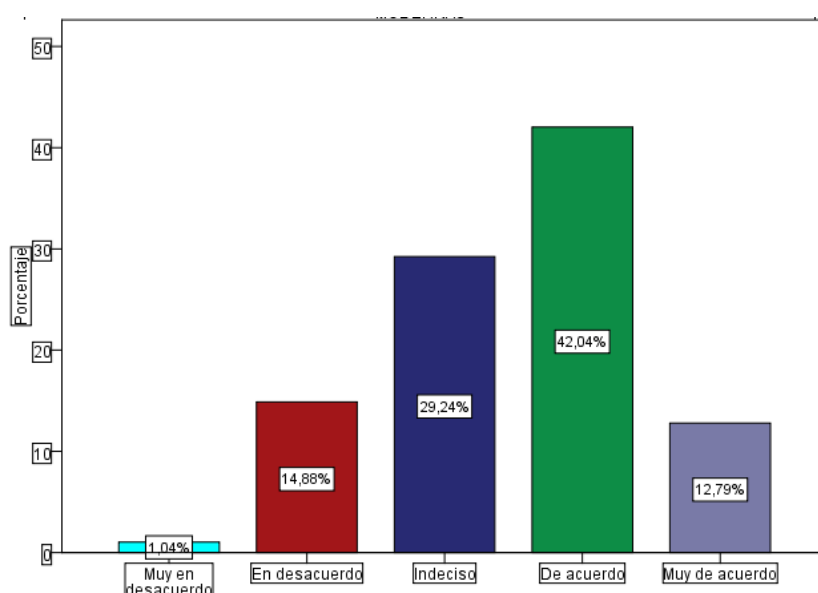


Gráfico 5: Promedio % Poseen instalaciones modernas. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 161 clientes dicen estar de acuerdo con las instalaciones modernas que posee la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO; seguido por 112 que expresan su indecisión; 57 indican estar en desacuerdo; 49 explican que están de acuerdo; y 4 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, se refleja con 42 % según el gráfico 5.

5.- CONSIDERA USTED QUE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO POSEAN INSTALACIONES NECESARIAS SUFICIENTES PARA LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN Y GENERAR UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE

Cuadro 5. Poseen instalaciones necesarias y suficientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	20	5,2	5,2	5,2
	En desacuerdo	68	17,8	17,8	23,0
	Indeciso	74	19,3	19,3	42,3
	De acuerdo	136	35,5	35,5	77,8
	Muy de acuerdo	85	22,2	22,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

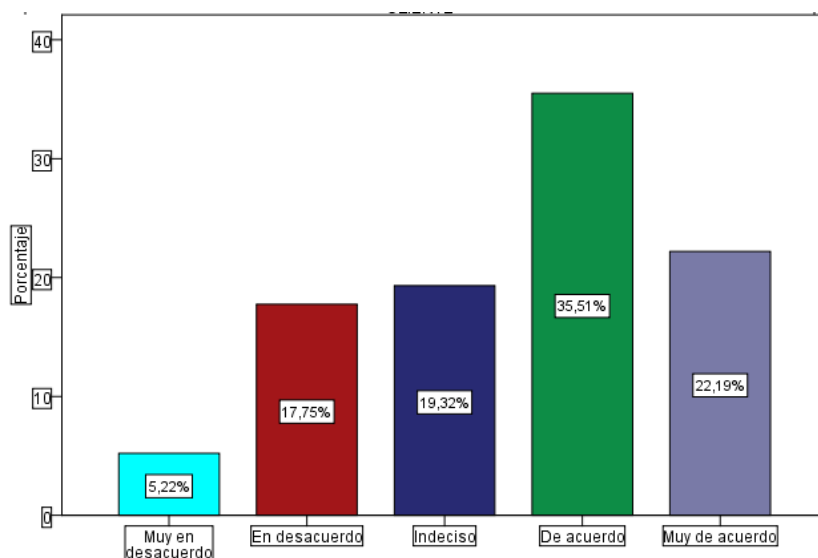


Gráfico 6. Promedio % Poseen instalaciones necesarias y suficientes. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 136 clientes dicen estar de acuerdo con las instalaciones necesarias y suficientes para las actividades que realizan en la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO a fin de generar un buen servicio al cliente, seguido por 85 que expresan estar muy de acuerdo; 74 indican su indecisión; 68 explican que están en desacuerdo; y 20 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, se refleja en las 2 últimas columnas (35,51 % y 22,19 %) del gráfico 6.

6.- CONSIDERA USTED QUE LAS FORMAS DE PAGOS QUE LE ESTABLECE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO, SE AJUSTA A SUS NECESIDADES

Cuadro 6. Los pagos que establece se ajusta a sus necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	13	3,4	3,4	3,4
	En desacuerdo	56	14,6	14,6	18,0
	Indeciso	78	20,4	20,4	38,4
	De acuerdo	193	50,4	50,4	88,8
	Muy de acuerdo	43	11,2	11,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

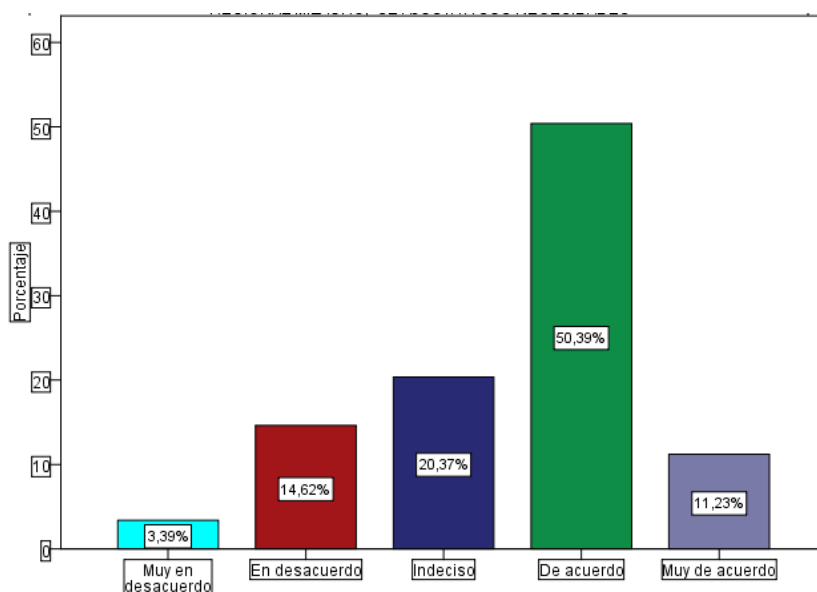


Gráfico 7. Promedio % Los pagos que establecen se ajusta a sus necesidades. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 193 clientes dicen estar de acuerdo con las formas de pagos que le establece la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 78 que expresan estar indecisos; 56 explican que están en desacuerdo; 43 señalan estar muy de acuerdo y 13 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, se refleja en las 2 últimas columnas (50,39 % y 11,23 %) del gráfico 7.

7.- CONSIDERA USTED QUE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO CUENTA CON UN PERSONAL CUYA APARIENCIA ES EL RESULTADO DE MANEJAR POLÍTICAS INSTITUCIONALES EN CUANTO A PRESENTACIÓN

Cuadro 7. La empresa cuenta con personal para manejar políticas institucionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	5	1,3	1,3	1,3
	En desacuerdo	51	13,3	13,3	14,6
	Indeciso	99	25,8	25,8	40,5
	De acuerdo	169	44,1	44,1	84,6
	Muy de acuerdo	59	15,4	15,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

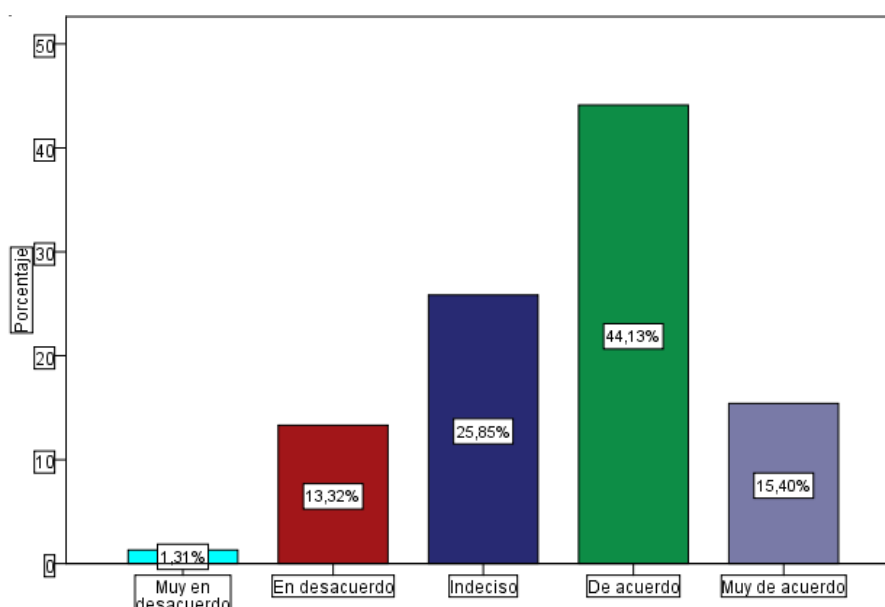


Gráfico 8. Promedio % sobre la empresa cuenta con personal para manejar políticas institucionales. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 169 clientes dicen estar de acuerdo con la apariencia como resultado de manejar políticas institucionales en cuanto a presentación del personal que labora en la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 99 que expresan estar indecisos; 59 explican que están muy de acuerdo; 51 señalan estar en desacuerdo y 5 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, es 44,13 % correspondiente a la alternativa De acuerdo según se puede observar en el gráfico 8.

8.- CONSIDERA USTED QUE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO SE CARACTERIZA POR UN BUEN AMBIENTE LABORAL EL MISMO QUE ES NOTORIO EN LAS EXCELENTES RELACIONES HUMANAS DE SU PERSONAL INTERNAMENTE Y DEL PERSONAL CON SUS CLIENTES EXTERNOS

Cuadro 8. Se caracteriza por un buen ambiente laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	7	1,8	1,8	1,8
	En desacuerdo	46	12,0	12,0	13,8
	Indeciso	141	36,8	36,8	50,7
	De acuerdo	133	34,7	34,7	85,4
	Muy de acuerdo	56	14,6	14,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

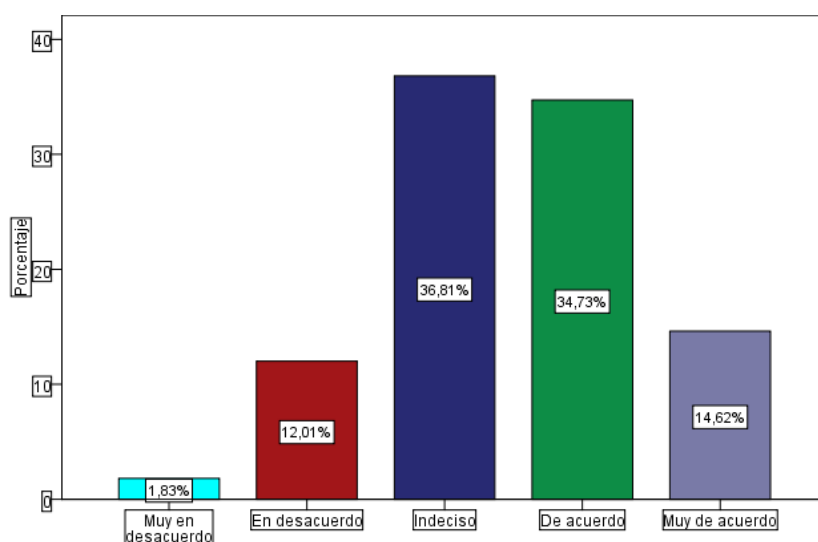


Gráfico 9. Promedio % Se caracteriza por un buen ambiente laboral. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 141 clientes dicen estar indecisos, sobre el ambiente laboral, el mismo que es notorio en las excelentes relaciones humanas de su personal internamente y del personal con sus clientes externos de la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 133 que expresan estar de acuerdo; 56 explican que están muy de acuerdo; 46 señalan estar en desacuerdo y 7 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, se centra en los indecisos con un 36,61 % según se puede observar en el gráfico 9.

9.- CONSIDERA USTED QUE LA CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL MILAGRO CONSTANTEMENTE SE PREOCUPA 'POR IMPRIMIR FOLLETOS O CATÁLOGOS QUE PERMITA A LOS USUARIOS CONOCER TODO SOBRE EL CORRECTO MANEJO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y LOS SERVICIOS QUE LE PROPORCIONA

Cuadro 9. Se preocupa por imprimir folletos o catálogos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	21	5,5	5,5	5,5
	En desacuerdo	68	17,8	17,8	23,2
	Indeciso	100	26,1	26,1	49,3
	De acuerdo	141	36,8	36,8	86,2
	Muy de acuerdo	53	13,8	13,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

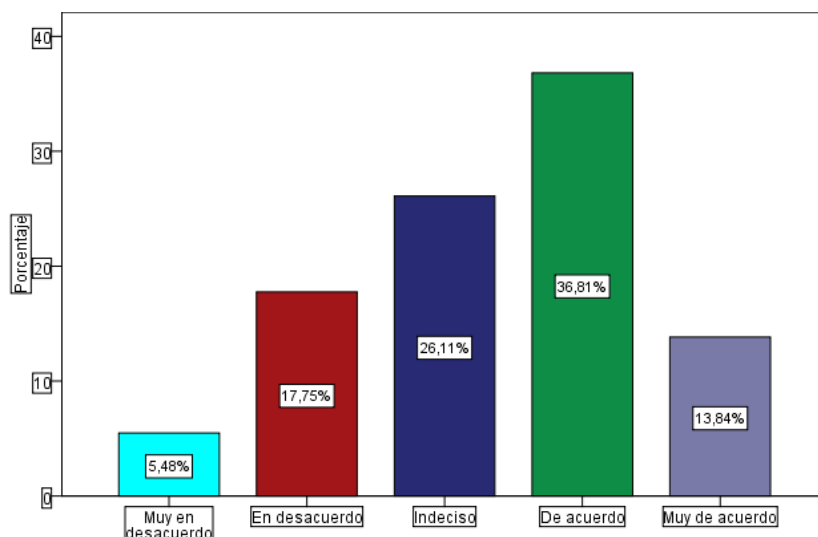


Gráfico 10. Promedio % se preocupa por imprimir folletos y catálogos. Encuesta a usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro

ANÁLISIS.- El resultado del análisis de la muestra; esto es, 383 personas encuestadas, nos da como resultado que 141 clientes dicen estar de acuerdo con las preocupaciones por imprimir folletos o catálogos que permita a los usuarios conocer todo sobre el correcto manejo de energía eléctrica y los servicios que le proporciona la CORPORACIÓN ELÉCTRICA REGIONAL DE MILAGRO, seguido por 100 que expresan estar indecisos; 68 explican que están en desacuerdo; 53 señalan estar muy de acuerdo y 21 exponen que están muy en desacuerdo. El mayor índice porcentual (%) en relación al universo total de la muestra indicada, se refleja con 36,8 % según gráfico 10.

CONCLUSIONES

La actual Gestión de satisfacción al cliente del sector eléctrico, no cumple con todos los requerimientos de los usuarios del suministro de energía eléctrica, así lo han expresado al responder a las preguntas planteadas en la encuesta. Esto afecta, en forma directa, la imagen corporativa de quienes se dedican a la generación y distribución de un elemento vital para el desarrollo de actividades cotidianas, que permiten el progreso y adelanto de las comunidades. A continuación se puntualizan aspectos concluyentes de la investigación:

- La calidad del servicio no satisface totalmente a los usuarios del suministro eléctrico, quienes indican verse afectados por cortes de energía que no fueron planificados ni comunicados con antelación, además de las variaciones de intensidad, lo que entorpece las actividades rutinarias y genera riesgos.
- El sistema de comunicación e información empresa-clientes no funciona de forma proactiva, esto lleva a un desconocimiento sobre fechas para cortes por mantenimiento del sistema de distribución, escasa capacitación sobre el uso eficiente de la energía y sobre los derechos y obligaciones como consumidores.
- La facturación presenta graves inconvenientes que perjudican a los usuarios; por ejemplo, la factura se recibe a muy escaso tiempo de su vencimiento, estas suelen contener errores y su formato no es de fácil comprensión.
- En lo que respecta a Atención al cliente, su gestión se caracteriza por brindar facilidad de contacto con la regional, los reclamos se están atendiendo con mayor agilidad, el personal encargado de esta actividad la realizan en un tiempo aceptable, dando soluciones definitivas a los reclamos, en la mayoría de los casos.
- La opinión sobre la modernidad, de quienes brindan el suministro eléctrico, se encuentra en un nivel de aceptación media; sin embargo, en base a la Regional Milagro que distribuye a Milagro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi, la mayoría de usuarios consideran que

la gestión es honesta, con demostraciones de preocupación por mejorar el servicio y conservar el medio ambiente, de ahí que se puede concluir que la imagen corporativa es positiva y genera confianza en la comunidad.

- La calidad del servicio ofrecido por la institución, de acuerdo con las encuestas efectuadas no alcanza los niveles de aceptación requeridos por sus usuarios.
- Existen una serie de problemas dentro de las áreas en estudio que dificultan el correcto desempeño de los funcionarios, problemas que van desde la falta de procedimientos documentados sobre las actividades a realizarse hasta la ausencia total de planes de capacitación ejecutados por la empresa.
- A través de la Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad se podrá disponer de las directrices necesarias que contribuyan a mejorar la calidad del servicio brindado por el área de Atención al Cliente de la organización, lo que nos ayudará a tomar las debidas acciones correctivas en el momento indicado a fin de tener a la Dirección, funcionarios y usuarios satisfechos.
- Los empleados de la empresa eléctrica Milagro se desenvuelven en un ambiente no del todo idóneo para trabajar. Esto no es del todo positivo en cuanto al desempeño del empleado se refiere, ya que está influyendo indirectamente en los factores del clima laboral.

RECOMENDACIONES

- El suministro eléctrico que provee debe mejorar su calidad, esto se logrará al disminuir y eliminar: cortes de energía y variaciones de intensidad que no fueron previstas; por ello, se recomienda planificar el mantenimiento del sistema de producción y distribución.
- Se aconseja mantener un sistema integral de comunicación de enlace, caracterizado por ser claro, preciso y a tiempo, con quienes hacen uso del suministro eléctrico, además brindar capacitación sobre cómo utilizar la energía eléctrica con

propiedad y cuáles son los riesgos de una manipulación errónea, aspectos que pueden ser dados en forma personal y por medio de la tecnología (internet).

- Revisar el sistema de lectura de medidores y facturación, asegurándose que los clientes reciban la planilla con un intervalo de tiempo prudente, entre su recepción y vencimiento, esta ampliación de período permitirá que las facturas sean canceladas y disminuir el número de cortes mensuales de este servicio. Además, implementar nuevos convenios con una mayor cantidad de entidades financieras, que brinden facilidades para el servicio de cancelación.
- Mantener la mejora continua en lo que respecta a Atención al cliente; así, esta actividad será más eficiente y brindará soluciones definitivas a reclamos. También se recomienda incorporar mediciones periódicas sobre la percepción del servicio que se está aprovisionando, esto servirá como medida de seguimiento a esa mejora continua, todo acorde a las políticas del gobierno, en lo referente a calidad de vida.
- La Gestión de satisfacción al cliente, puede planificarse estratégicamente, considerando los puntos antes mencionados, resultantes de la actual investigación, esto generará consecuencias positivas en Atención al cliente y calidad de servicio y por ende una imagen corporativa sólida de honestidad, eficiencia y arduo esfuerzo por conservar el medio ambiente y contribuir con el desarrollo del país.
- Ejecutar constantemente auditorías al Sistema de Gestión de Calidad, con el objetivo de comprobar que todos los procesos estén siendo cumplidos conforme a los parámetros establecidos, puesto que ello contribuirá a detectar cualquier anomalía.
- Implementar la propuesta, en el programa, para mejorar la gestión del área y consecuentemente la satisfacción al cliente, presentada en el presente estudio.
- Implementar la propuesta en el programa para mejorar la gestión del área de recursos humanos y consecuentemente la satisfacción laboral, presentada en el presente estudio.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Juran, J. (06 de Febrero de 1994). *www.pablogiugni.com*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2016, de <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp95/>

Pinto Molina, M. (20 de Octubre de 1998). *www.revistas.um.es*. Obtenido de <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/3031/2991>

Rodriguez, S. (15 de Julio de 2011). *www.normas9000.com*. Obtenido de <http://www.normas9000.com/importancia-gestion-calidad.html>

Alonso Martinez, M. (2010). *Gestión óptima de potencia reactiva en sistemas eléctricos con generación eólica*. Madrid - España: Universidad Carlos III de Madrid.

Arias, F. (1990). Administración de Recursos Humanos. En *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: Trillas.

Atalaya, M. (1995). Satisfacción Académica Administrativa en Estudiantes de Postgrado. En *Satisfacción Académica Administrativa en Estudiantes de Postgrado*. Lima- Perú: UMNSM.

B., R. (2003). *SERVICIO AL CLIENTE*. MEXICO: THOMPSON.

Bass, B. (1998). Psicología de las Organizaciones. En *Psicología de las Organizaciones*. Mexico: CECSA.

Bazan Navarro, C. (2011). Ensayo sobre la reforma del sector eléctrico: Tecnología y competencia. *Tesis Doctoral*. España: Universidad de análisis económico aplicado.

Besterfield, D. (2009). Control de calidad. México: Pearson Educación.

Blum, M. (1991). Psicología Industrial. En *Psicología Industrial*. México: Trillas.

BOISIER, S. (12 de AGOSTO de 1999). *DESARROLLO LOCAL, DE QUE ESTAMOS HABLANDO* . Obtenido de [\[http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/BOISIER-Desarrollo-local-de-qu%C3%A9-estamos-hablando.pdf\]](http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/BOISIER-Desarrollo-local-de-qu%C3%A9-estamos-hablando.pdf)

Boletín de calidad Blog. (05 de Mayo de 2011). *www.calidad.blogspot.com*. Obtenido de <http://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/planificacion-sistema-gestion-de.html>

Bon. (15 de 09 de 2013). *Importancia de la calidad de servicio al cliente*. Recuperado el 14 de 11 de 2016, de Importancia de la calidad de servicio al cliente: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Bravo, J. (1985). Manual de Administración para la Pequeña y Mediana Empresa . En *Manual de Administración para la Pequeña y Mediana Empresa* . Mexico: Oscar.

Calderón , N. (19 de Mayo de 2002). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-y-elementos-del-servicio-al-cliente/>

- CARREON SILVA, R. (30 de OCTUBRE de 2012). EXCELENCIA EN LA GESTION DE UNA EMPRESA PUBLICA. *REFORMAS DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACION PUBLICA*. CARTAGENA, CARTAGENA, COLOMBIA: CLAD.
- Chíavenato. (1994). Administración de Recursos Humanos. En *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: Graw Hill.
- Chiavenato, I. (1999). Introducción a la Teoría General de la Administración. En *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Colombia. Bogotá: Campus LTDA.
- Chiavenato, I. (2000). Administración de Recursos Humanos. En *Administración de Recursos Humanos* (5ta ed.). Colombia- Bogotá: McGraw- Hill.
- Chiavenato, I. (2006 - 2014). Introducción a la teoría de la administración. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- CONELEC. (2007). *INSTRUCTIVO PARA EL MANEJO DE LOS FORMULARIOS DE CONTROL DEL SERVICIO ELECTRICO DE DISTRIBUCION, REGULACIONES CONELEC*. QUITO ECUADOR: CONELEC.
- CONELEC. (2012). *Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Regulación*. QUITO: CONELEC.
- CONELEC. (2012). *Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Regulación*. QUITO: CONELEC.
- CONELEC. (10 de OCTUBRE de 2013). Obtenido de G.N. ECUADOR:
<http://www.conelec.gob.ec/contenido.php?cd=1107&l=1>
- Contreras, A. (2004). Síntesis sobre motivación y satisfacción en el trabajo. . En *Técnica motivacionales en las Empresas*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Covey, F. (13 de Julio de 2011). *www.conferenciasmotivacionales.net*. Obtenido de http://conferenciasmotivacionales.net/1977306_Las-7-claves-de-oro-del-servicio-al-cliente.html
- Crosby, P. (01 de Septiembre de 1952). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Davila Gomez, L. (2011). Modelo para la simulación, el diseño y la validación de inversores fotovoltaicos a la red eléctrica. *Universidad Nacional de Educación a distancia*, 200.
- Davis, K. N. (1991). Comportamiento humano en el Trabajo. En *Comportamiento humano en el Trabajo*. Mexico: Mc Graw Hill.
- DECRETO No. 1459. (13 de Marzo de 2013). *www.faolex.fao.org*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de <http://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu139515.pdf>
- Deming, W. (10 de Octubre de 1950). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Dessler. (2000). Administración de Personal. México: Pearson.
- Dunnette, M. (1982). Psicología Industrial. En *Psicología Industrial*. Mexico: Trillas.

- Eiglier, & Langeard. (1989). *www.academia.edu*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2016, de http://www.academia.edu/1649152/Perspectiva_cient%C3%ADfica_del_ajuste_estrat%C3%A9gico_entre_los_sistemas_de_informaci%C3%B3n_empresariales_y_la_calidad_de_servicio
- El Centro Nacional de Control de Energía. (28 de Septiembre de 2016). *www.cenace.go*. Obtenido de <http://www.cenace.gob.mx/Paginas/Publicas/Cenace/QuienesSomos.aspx>
- EL UNIVERSO. (31 de AGOSTO de 2014). LA CUENTA REGRESIVA MARCA A PROYECTOS HIDROELECTRICOS. GUAYAQUIL, GUAYAS, ECUADOR: WWW.ELUNIVERSO.COM.
- Enrique, V. Y. (2012 - 2014). GESTION DE SATISFACCION AL CLIENTE I - II. *CIENCICA UNEMI*, 7 Y 11.
- ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE. (21 de Enero de 2011). *www.elbavaro.blogspot.com*. Recuperado el 12 de Octubre de 2016, de <http://elbavaro.blogspot.com/2011/01/estrategias-para-mejorar-el-servicio-al.html>
- Evans, J. y. (2001). Administración y Control de la Calidad. En *Administración y Control de la Calidad*. (Cuarta Edición ed.). Mexico: S.A. de C.V.
- Flores Soria, M. (2009). *Evaluación del costo beneficio de energía eléctrica no servida en el sistema eléctrico ecuatoriano durante el período 2007-2008*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Fornell, C. (2008). *EL CLIENTE SATISFECHO, ESTRATEGIAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS PARA DIFELIZAR AL CONSUMIDOR*. BARCELONA: DEUSTO.
- Garzón Soria, C. (2010). *Evaluación de alternativas de generación de electricidad desde el punto de vista de su impacto, para sectores no conectados a redes eléctricas*. Cotopaxi : Universidad técnica de Cotopaxi.
- Gestion de calidad. (18 de Junio de 2016). *www.sistemasycalidadtotal.com*. Obtenido de <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/los-7-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- GOBIERNO NACIONAL. (24 de MAYO de 2009). PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013. *PLAN ESTRATEGICO*. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR: REGISTRO OFICIAL.
- Gómez Escobar. (2009). Barreras contra el buen servicio. En *Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)* (1era ed.). Argentina: El Cid Editor.
- Gómez, L. (2011). *Modelado para la simulación de diseño y la validación de inversores fotovoltaicos conectados a la red eléctrica*. Universidad Nacional de Educación a distancia.
- Gordon, J. (1997). Comportamiento Organizacional,. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Grande Turcios, N., & Guevara Ayala, R. (2012). *Calidad de Energía y eficiencia energética en edificios públicos*. El Salvador: Universidad centroamericano "José Simeón Cañas".
- Gronroos. (1984 - 1994). *www.academia.edu*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2016, de http://www.academia.edu/1649152/Perspectiva_cient%C3%ADfica_del_ajuste_estrat%C3%A9gico_entre_los_sistemas_de_informaci%C3%B3n_empresariales_y_la_calidad_de_servicio

- Guzmán Cerna, N., Manrique Rivera, L., & Mañuico Mallma, J. (2011). *Modelo de Gestión para las empresas distribuidoras eléctricas estatales*. Santiago de Chile: Universidad de Santiago de Chile.
- Hamner, W. C. (2005). Behavior Modification on the Bottom Line. . En *Organizational Dynamics*, (págs. 3-21). Mexico: Interamericana.
- Hampton. (1997). *Administración*. Mexico: McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (Sexta Edición ed.). Mexico: MCGRAW HILL.
- Hodgetts y Aitman. (1983). Comportamiento en las Organizaciones. . En *Comportamiento en las Organizaciones*. Mexico: Interamericana.
- INEC. (18 de AGOSTO de 2007). *OBTENIDO DE NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=35
- INEC. (2010). *OBTENIDO DEL SISTEMA REDATAM*. Obtenido de CENSO POBLACIONAL Y VIVIENDA: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction>
- INEC. (2011). *NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS*. QUITO: GOBIERNO.
- info@prensaverdad.com. (9 de abril de 2016). Sigue cortes de energía eléctrica. *prensa la verdad*, pág. 3.
- Integrando Conocimiento de Negocios. (04 de Junio de 2009). *www.encyclopedia.rodinias.com*. Recuperado el 13 de Octubre de 2016, de http://encyclopedia.rodinias.com/index.php?option=com_content&view=article&id=54:target-market&catid=39:glosario&Itemid=67
- James, P. (04 de Septiembre de 1999). *www.efdeportes.com*. Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd76/calidad.htm>
- Kamin, M. (2006). *Servicio al cliente*. London: Pergamon Flexible Learning.
- Kano, N. (06 de Mayo de 2011). *www.servicioalcliente.com*. Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Desktop/servicio/SERVICIO%20POR%20HUMBERTO%20SERNA.html>
- Kees J., V. (1991). *Gestión de Calidad*. Madrid: Boletín de Estudios Económicos.
- Kinicki, K. (2003). Comportamiento de las organizaciones. En *Comportamiento de las organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- Kleyman Nudel, S. (16 de Julio de 2009). *Expansión*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2016, de La importancia del servicio al cliente: <http://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Koontz, & Weihrich. (1994). *Administración*. En K. & Weihrich. Mexico: MC. GRAW-HILL.
- Lara Yance, R., & Maza Sibre, R. (2010). *Gestión basada en procesos caso Corporación Nacional Electricidad*. Esmeralda: Corporación Nacional de Electricidad Esmeralda.

- Lazo Alvarado, V., & Muñoz Rojas, J. (2009). *Diseño del sistema de distribución en la calidad del servicio de la subestaciones de playa y posorja*. Guayaquil: Universidad ESPOL.
- Lehtinen. (1982). *www.academia.edu*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2016, de http://www.academia.edu/1649152/Perspectiva_cient%C3%ADfica_del_ajuste_estrat%C3%A9gico_entre_los_sistemas_de_informaci%C3%B3n_empresariales_y_la_calidad_de_servicio
- Leon Velazquez, J. (2014). *Recurso Potenciales de Energía Renovables en el estado de Sinaloa*. México: Atlantic International University.
- Lewis. (1993). *www.academia.edu*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2016, de http://www.academia.edu/1649152/Perspectiva_cient%C3%ADfica_del_ajuste_estrat%C3%A9gico_entre_los_sistemas_de_informaci%C3%B3n_empresariales_y_la_calidad_de_servicio
- LEY ORGÁNICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR. (2000). *DEFENSA AL CONSUMIDOR R.O.S.* QUITO-ECUADOR: CONGRESO NACIONAL.
- López, C. (18 de Mayo de 2001). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente/>
- Marquez Cordeiro, J. (2011). *Propuesta de un plan de la calidad para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad del proceso transmitir energía eléctrica de electrificación del CARONIC. C.A.* Puerto Ordaz: Universidad Católica de Andrés Bello.
- Martínez, A. y. (1999). Clima organizacional. . En *Clima organizacional*. . Mexico: Trillas.
- Mejia Arroyo, R. (2010). *Modelo de gestión y control en los programas de electrificación FERUN de la empresa eléctrica EMELNORTE S.A.* Ibarra - Ecuador: Universidad Técnica del Norte.
- Miguel Gomez, C. (2012). La eficiencia energética en el uso de la biomasa para la generación de energía: Optimización energética. *Universidad Complutense de Madrid*, 150.
- Ministerio de electricidad y energia renovable. (9 de Enero de 2014). *www.energia.gob.ec*. Obtenido de <http://www.energia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/PLAN-ESTRAT%C3%89GICO-2.pdf>
- Morales Sánchez, V. (30 de Octubre de 2015). *www.pdcahome.com*. Obtenido de <http://www.pdcahome.com/tqm/>
- Moreno Alvarado, M., Barrezueta Moreira, V., & Alvarez Brito, B. (2009-2010). Guayaquil: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Moreno Coronado, T. (2003). *Evaluación de externalidades en la generación de energía eléctrica en Mexico, un mecanismo para promover energía sostenible*. Rioja - España: Universidad de la Rioja.
- MURILLO, P. A. (2005). ESTUDIO SOBRE EL SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA EN EL ECUADOR Y SU IMPACTO EN EL CONSUMIDOR. *REVISTA GESTION* 123, 20 -30.
- Nash, M. (1988). Como Incrementar la Productividad de los Recursos Humanos. . En *Productividad de los Recursos Humanos*. . Colombia: Norma.

- NEVADO, D. (2007). *GESTIONAR EL BINOMIO PRODUCTIVIDAD RENTABILIDAD*. MADRID: ESPECIAL DIRECTIVOS.
- Nunez, H. (2003). Servicio al cliente. México. México: Edamsa impresiones.
- Ortiz Flores, R., & Machado Hernandez, E. (2005). Pequeñas centrales hidroeléctricas. Bogotá - Colombia: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Paz Couso, R. (2005). Servicio al cliente. En *Servicio al Cliente* (pág. 142). España: Ideaspropia S.L.
- PAZ, A. E. (1 de JUNIO de 2007). DISEÑO EN UN EQUIPO PARA INDICAR EL CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA. CARABOBO, CARABOBO, VENEZUELA: FACULTAD DE INGENIERIA.
- Pinilla, A. (2008). Dinámica de la Gestión Empresarial. . En *Gestión Empresarial*. . Lima- Perú: Iberoamericana de Editores S.A.
- Pinto Santos, J. (2012). Costos de energia electrica y su relacion con los controles de eficiencia energetica en las empresas mercantiles de la region noroccidental de Honduras. *Universidad Tecnologica de Honduras*, 120.
- PLAN NACIONAL BUEN VIVIR. (2009- 2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. QUITO: SENPLADES.
- Porter, M. (1982). Estrategia Competitiva. En M. Porte. Mexico: Continental S.A.
- Reyes Ponce, A. (2009). Administraron de Empresas teoría y práctica. En *Administraron de Empresas* (Vol. Primera parte). Mexico: Limusa.
- Rifkin, J. (19 de Octubre de 2014). *www.eluniverso.com*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/10/19/nota/4116876/estaciones-espaciales-islas-granjas-solares-aportan-energia>
- Robbins, S. (1998). Comportamiento Organizacional, Teoría y práctica. Prentice-hall.
- Robbins, S. (2010). Fundamentos del Comportamiento Organizacional. En *Fundamentos del Comportamiento Organizacional*. Mexico: Prentice Hall.
- Robbins, S. (2011). Comportamiento Organizacional. En *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Prentice Hall.
- Rodríguez, D. (2012). Diagnóstico Organizacional. En *Diagnóstico Organizacional*. México: Alfa omega S.A. de C.V.
- Sabino, C. (9 de Febrero de 2010). *El proceso de la Investigacion Cientifica*. Buenos Aire: El Cld Editor.
- SALAMANCA MARIN, M. E. (1 de diciembre de 2012). DESARROLLO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD APLICADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE. En M. E. SALAMANCA MARIN. CARACAS: UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO.
- Schultz, D. P. (2011). Psicología Industrial. En *Psicología Industrial*. Mexico: Me Graw Hill.
- SERNA GÓMEZ , H. (06 de Mayo de 2009). Servicio al cliente. En *Conceptos basicos* (págs. 19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.

- Serna Perez. (2009). Servicio al Cliente. En *Del servicio al cliente a la gestión de clientes* (pág. 5). Colombia: Ltda.
- Sinche Luján, J., & Urbina Polo, J. (2011). *Plan de gestión para la mejora de la eficiencia energética eléctrica en la empresa Avicola Yugosiavia S.A.C.* Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Stonner, J., & Freeman, E. (2010). Administración Estratégica. En *Administración Estratégica*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Storne, J., & Gilbert. (1989). Administración. México: Prontica - Hall Hispano Americana.
- Taylor, S. E. (2010). Primitive Culture. Mexico: McHill.
- Tschohl, J. (2011). www.scribd.com. En *Servicio al cliente* (8va ed., págs. 9-10). Mexico.
- Udaonda Duran, M. (1992). Gestion de calidad. En U. D. Miguel. Madrid: Diaz de Santo S.A.
- Valdivieso Sarabia, R. (2014). *Modelo y simulación de la distribución de energía eléctrica en sistemas genéricos consistentes en diversas fuentes y múltiples modos de transmisión , optimización del uso de las fuentes con criterios de sostenibilidad*. Alicante: Universidad de Alicante.
- VARELA, R. Y. (2006). *MODELO CONCEPTUAL DE DESARROLLO EMPRESARIAL* . U. ICE ED.SI.
- Vendrell Peña, P. (2009). El oro gris de las organizaciones. En *To know or not to be conocimiento*. España: Fundación Dintel.
- VILLEGAS Y, E., Valero C, M., & Dalva, I. (2015). SISTEMA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE CNEL. *EUMED.NET*, 20-25.
- Villegas Yagual, F., & Zúñiga Santillan, X. (2014). Gestion de satisfaccion al cliente II. *Ciencia UNEMI*, 7, 107 - 121.
- Wexley, K., & Yuki, G. (2012). Conducta Organizacional y Psicología del Personal. En *Conducta Organizacional y Psicología del Personal*. CECSA.
- Wiley , J., & Sons. (2002). Control de calidad. México: Limusa S.A.
- Wiliam, E., & Camilo Reinoso, R. (2012). *Enfoque curricular para el desarrollo de competencias profesionales para la construcción y comercialización de equipos de energías renovables*. Lima - Perú: Universidad Alas Peruanas.
- Yescas Mendoza, E. (2013). *Control de una planta generadora de energía eléctrica*. Huajuapán de León : Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Yunes A, C., & Boles, M. (2012). Termodinámica. México: Mc Graw-Hill.