

Gestión de Satisfacción al Cliente en el sector eléctrico

Resumen

En el presente estudio se realiza un análisis del nivel de satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica, en cuanto a las tarifas residencial y comercial, en Milagro, Bucay, El Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar y Coronel Marcelino Maridueña. El propósito de la investigación es el de establecer condiciones de perfeccionamiento que permitan, a las empresas de distribución, optimizar sus estándares de servicio, y así contribuir para que los consumidores sean mejor atendidos. Por medio de la aplicación de encuestas se llegó a determinar que, en lo relacionado con Atención al Cliente, de acuerdo a leyes del sector eléctrico, a los usuarios no se les satisface sus requerimientos de manera oportuna y, lo más importante, no existe un apoyo íntegro en el proceso interno de trabajo para poder alcanzar las metas propuestas por las empresas que brindan este servicio.

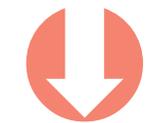
Palabras clave: Satisfacción al cliente, tarifa eléctrica, suministro de energía, distribuidora, cultura organizacional.

Abstract

The present study is an analysis of the level of customer satisfaction amongst both residential and commercial consumers of electrical power in the towns of Milagro, Bucay, El Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar and Coronel Marcelino Maridueña. The purpose of the research is to establish conditions that enable the distribution companies to optimize their service standards, thereby ensuring that users are better served. Through the surveys it was determined that, in terms of customer service. User's needs are not met in a timely manner, according to laws of the electricity sector and, most importantly, there is a lack of full support in the internal work processes to achieve the stated objectives of the companies that provide this service.

Key words: Customer satisfaction, electricity rates, energy supply, distribution, organizational culture.

Recibido: Marzo, 2012
Aceptado: Junio, 2012



Félix Enrique Villegas Yagual, Ing.¹

Ciencias Administrativas y Comerciales

ing_enriquevillegas@hotmail.com

¹Ingeniero Comercial graduado en la Universidad de Guayaquil (1986); Licenciado en Educación, especialización Informática por la misma universidad (1999); Máster en Educación Superior, Universidad Agraria del Ecuador (2002); Magister en Administración y Dirección de empresas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (2008). Actualmente es catedrático de la Universidad Estatal de Milagro y Coordinador Académico de la Unidad Académica Ciencias Administrativas.



INTRODUCCIÓN

El presente estudio de *Gestión de satisfacción al cliente*, en el sector eléctrico, está dirigido a las distribuidoras que comercializan energía directamente a los consumidores finales, ya que los desafíos y entornos en los que se desenvuelve el sector, requieren de decisiones urgentes y necesarias, que permitan solucionar los diversos problemas que plantean los usuarios, a fin de alcanzar su satisfacción. Tiene el propósito de buscar alternativas que mejoren el servicio que ofrecen, determinando los factores que inciden en él, mediante el análisis de los sistemas de gestión que operan en las empresas.

La búsqueda por establecer un porcentaje aceptable de satisfacción al cliente, que permita a las distribuidoras obtener el beneplácito por los servicios prestados y dar cumplimiento a 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; se realiza en base a mejorar el promedio de calificación anual y acortar el tiempo de espera utilizado por el usuario.

Las expectativas que originaron inicialmente los cambios legales o liquidación de las empresas eléctricas independientes, que actualmente constituyen la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL), y la formulación de acciones interiores, ocurridas en cada una de ellas, han tenido que reforzarse con el transcurso del tiempo, por la no atención en un 100% a las necesidades de servicios del cliente.

En la actualidad, la CNEL es administrada por el gobierno nacional, convencido de la aplicación real del Plan Nacio-

nal del Buen Vivir, propende optimar su imagen y eficiencia [1].

De los resultados del estudio, y en procura de mejorar el nivel de satisfacción del cliente, se desprende una serie de recomendaciones enfocadas hacia la gestión de las áreas Comercial y Técnica.

Marco Conceptual

La satisfacción del cliente en un servicio básico, como es el suministro de energía, nunca antes ha tenido tanta importancia como en la actualidad [2]. La reestructuración de las empresas y la reducción de costos son factores de productividad; la competencia global requiere que los empleados sean más flexibles y que aprendan a enfrentar los cambios rápidos e innovaciones. En pocas palabras, la atención de los usuarios enfrenta muchos retos y tienen muchas oportunidades hoy en día [3].

La 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 [4].

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 en equipo, lo cual influye en la calidad de vida que se desarrolla en los centros de trabajo [5]. En este contexto, los gerentes que representan el sistema administrativo (quienes toman las decisiones), deben tratar de conocer las bases de satisfacción a los clientes internos y externos, como medio para mejorar sus resultados y ser más eficiente [6].

En este marco, uno de los aspectos que más importancia tiene, para el trabajador,

es el bienestar 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 [7].

Filosofía corporativa

Misión

Distribuir y comercializar energía eléctrica garantizando un servicio de calidad y confiabilidad, para satisfacer a nuestros clientes, en forma eficaz y eficiente, mediante la gestión de un talento humano competitivo y el uso apropiado de la tecnología.

Visión

Desarrollar una cultura empresarial competitiva basada en el servicio al cliente, a fin de posicionarnos como una empresa rentable y modelo, a nivel nacional e internacional.

Valores

- Atención efectiva al cliente
- Profesionalismo
- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Respeto al medio ambiente

Políticas de calidad

- Ofrecer a nuestros clientes un servicio eléctrico eficiente, continuo, de calidad y con un mínimo de interrupciones
- Otorgar a nuestros clientes, sin distinciones, el trato que se merecen y considerarlos socios en el negocio
- Atender sus reclamos y sus solicitudes de servicio con prontitud y esmero
- Mantener una información oportuna, rápida y veraz
- Implantar procesos ágiles y evitar trámites engorrosos
- Reiterar nuestro compromiso de servicio a la comunidad
- La responsabilidad del

éxito o el fracaso es de todos quienes conforman una empresa

- Asegurar la máxima calidad y confiabilidad del servicio eléctrico en el área de concesión otorgada por el estado, con una mínima afectación a nuestro frágil ecosistema
- Garantizar la máxima eficiencia en el uso y asignación de los recursos disponibles, con el fin de obtener el menor costo económico, para la empresa y para la comunidad, en la prestación del servicio eléctrico
- Electrificar las zonas rurales con tecnologías adecuadas que minimicen costos de inversión, operación, mantenimiento e impacto ambiental, y que el servicio eléctrico sirva como un medio para acelerar el desarrollo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de las localidades aisladas y rurales, de nuestra zona de influencia
- Disminuir la migración del campo a la ciudad, mediante la entrega del servicio en áreas rurales que les permita aumentar la productividad de la zona y generar mayor número de empleos

Marco Metodológico

El análisis situacional se lo realiza mediante encuestas a los usuarios de energía eléctrica, en las tarifas residencial y comercial, en las ciudades de: Milagro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi. Partiendo de los datos del Censo Nacional de población y Vivienda 2010, obtenidos por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC; y conforme a la Regulación de Calidad del Servicio del CONELEC, se adopta el "Índice de Satisfac-

ción del Consumidor" (ISC), considerando los siguientes atributos [8]:

Caracterización del servicio

- 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

Imagen

- Empresa ágil y moderna
- Empresa honesta, seria y

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

Resultados

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

El desarrollo de la zona a la que sirve, se encuentra firmemente ligado a la gestión de esta empresa del sector eléctrico, para lo cual se quiere posicionar convenientemente, 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.

La Tabla 1 muestra la distribución del área en estudio por zonas y porcentajes; a continuación, en las Tablas 2-6 se presentan los resultados (por sección) de las encuestas aplicadas a los usuarios del servicio en el sector residencial (1614 clientes); y finalmente, la Tabla 7 expone las recomendaciones planteadas por los encuestados.

UBICACIÓN	RESIDENCIAL			
	A	B	TOTAL	%
MILAGRO	238	945	1183	73.3
ROBERTO ASTUDILLO	24	0	24	1.5
BARCELONA	0	25	25	1.6
PARAÍSO	0	25	25	1.6
BUENOS AIRES	24	0	24	1.5
AVISPAS	24	0	24	1.5
DESEO	0	25	25	1.6
VIRGEN DE FÁTIMA	12	0	12	0.7
VIA MARISCAL SUCRE	12	0	12	0.7
MARISCAL SUCRE	24	0	24	1.5
VIA BUCAY	0	25	25	1.6
TRIUNFO	12	0	12	0.7
NARANJITO	0	125	125	7.7
SIMON BOLÍVAR	12	25	37	2.3
MARCELINO MARIDUEÑA	12	25	37	2.3
TOTAL	394	1220	1614	100.0

Tabla 1. Resumen de usuarios encuestados por zonas y porcentajes

SECCIÓN 1: SERVICIO	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
1. Cortes imprevistos en el servicio de energía eléctrica	
Extremadamente frecuente	2
Muy frecuentes	9
Frecuentes	25
Poco frecuentes	48
Muy poco frecuentes	16
TOTAL	100
2. Variaciones continuas en la intensidad de la energía eléctrica	
Nunca	9
Casi nunca	24
A Veces	48
Casi siempre	14
Siempre	5
TOTAL	100
3. Reposición del servicio después de un corte imprevisto de energía	
Muy lento	8
Lento	31
Aceptable	41
Rápido	15
Muy rápido	5
TOTAL	100

Tabla 2. Cortes imprevistos, variaciones y reposición del servicio de energía eléctrica.

SECCIÓN 2: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
4. Notificación previa en caso de interrupción programada	
Nunca	12
Casi nunca	14
A veces	33
Casi siempre	24
Siempre	17
TOTAL	100
5. Orientación para el uso eficiente de energía	
Nunca	28
Casi nunca	24
A veces	30
Casi siempre	12
Siempre	6
TOTAL	100
6. Orientación sobre riesgos en el uso de la energía	
Nunca	31
Casi nunca	23
A veces	28
Casi siempre	13
Siempre	5
TOTAL	100
7. Información sobre derechos y obligaciones del consumidor	
Nunca	37
Casi nunca	24
A veces	24
Casi siempre	10
Siempre	5
TOTAL	100

Tabla 3. Cortes de servicios, eficiencia, prevención, y orientaciones a los usuarios

SECCIÓN 3: FACTURA	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
8. Factura entregada a tiempo para realizar el pago	
Nunca	2
Casi nunca	8
A veces	28
Casi siempre	29
Siempre	33
TOTAL	100
9. Errores en la factura por consumo de energía eléctrica	
Nunca	29
Casi nunca	25
A veces	29
Casi siempre	12
Siempre	5
TOTAL	100

SECCIÓN 3: FACTURA (CONTINUACIÓN)	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
10. Claridad en la información de la factura/ nota de venta	
Muy confusa	4
Confusa	10
Aceptable	25
Clara	38
Muy clara	23
TOTAL	100
11. Plazo para el pago de la factura	
Inadecuado, muy poco tiempo	4
Poco adecuado	14
Medianamente adecuado	34
Parcialmente adecuado	28
Totalmente adecuado	20
TOTAL	100
12. Cantidad de sitios para el pago de facturas	
Muy escasos	5
Escasos	11
Regulares	28
Aceptables	44
Muy aceptables	12
TOTAL	100

Tabla 4. Errores y plazos de las planillas de consumo.

SECCIÓN 4: ATENCIÓN A LOS CLIENTES Y RECLAMOS	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
13. Facilidad de contacto cuando se requiere información o servicio	
Nunca	18
Casi nunca	25
A veces	32
Casi siempre	18
Siempre	7
TOTAL	100
14. Tiempo de atención a los reclamos del cliente	
Muy insatisfactorio	4
Insatisfactorio	30
Aceptable	43
Satisfactorio	19
Muy satisfactorio	4
TOTAL	100
15. Tiempo de espera hasta ser atendido	
Muy largo	9
Largo	37
Aceptable	36
Corto	16
Muy corto	3
TOTAL	100

SECCIÓN 4: ATENCIÓN A LOS CLIENTES Y RECLAMOS (CONTINUACIÓN)	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
16. Funcionarios y trabajadores muestran conocimiento sobre la materia	
Nunca	3
Casi nunca	9
A veces	35
Casi siempre	30
Siempre	24
TOTAL	100
17. Claridad en la información facilitada por el personal	
Muy confusa	4
Confusa	11
Aceptable	36
Clara	28
Muy clara	21
TOTAL	100
18. Cordialidad del personal de la empresa	
Muy descortés	3
Descortés	10
Aceptable	47
Amable	31
Muy amable	9
TOTAL	100
19. Plazo para resolver reclamos, información o servicios	
Muy largo	9
Largo	30
Aceptable	40
Corto	18
Muy corto	3
TOTAL	100
20. Solución definitiva de los problemas o reclamos	
Nunca	6
Casi nunca	16
A veces	40
Casi siempre	26
Siempre	12
TOTAL	100
21. Cumplimiento de los plazos acordados	
Nunca	5
Casi nunca	15
A veces	43
Casi siempre	27
Siempre	10
TOTAL	100

Tabla 5. Atención a los clientes y reclamos.

SECCIÓN 5: IMAGEN	
ALTERNATIVA	PORCENTAJE (%)
22. La empresa distribuidora de energía eléctrica es ágil y moderna	
Totalmente en desacuerdo	3
En desacuerdo	16
Neutro	46
De acuerdo	28
Totalmente de acuerdo	7
TOTAL	100
23. La empresa es honesta, seria y transparente	
Totalmente en desacuerdo	7
En desacuerdo	15
Neutro	36
De acuerdo	30
Totalmente de acuerdo	12
TOTAL	100
24. Se preocupa por lograr la satisfacción de sus clientes	
Nunca	5
Casi nunca	13
A veces	41
Casi siempre	30
Siempre	11
TOTAL	100
25. La empresa contribuye al desarrollo de la comunidad	
Totalmente en desacuerdo	5
En desacuerdo	11
Neutro	43
De acuerdo	29
Totalmente de acuerdo	13
TOTAL	100
26. Se preocupa por la conservación del ambiente	
Totalmente en desacuerdo	7
En desacuerdo	12
Neutro	40
De acuerdo	29
Totalmente de acuerdo	12
TOTAL	100
27. Es una empresa en la cual se puede confiar	
Totalmente en desacuerdo	4
En desacuerdo	14
Neutro	39
De acuerdo	30
Totalmente de acuerdo	13
TOTAL	100

Tabla 6. Imagen de las empresas distribuidoras de energía eléctrica.

RECOMENDACIONES	PORCENTAJE (%)
Atención al cliente	27
Alumbrado público	27
Corte y re conexión	16
Medidores y acometidas	9
Recaudación-cobranza	8
Facturación	8
Control de pérdidas	5
TOTAL	100

Tabla 7. Recomendaciones por parte de los usuarios

Conclusiones

A través de la investigación y por medio de los resultados obtenidos se concluye:

- En cuanto a la Atención al Cliente, la mayoría de los usuarios consideran, de acuerdo a leyes del sector eléctrico, que no están siendo atendidos en forma oportuna o no se les brinda un apoyo íntegro.
- El presente documento es el insumo básico para determinar el grado de importancia de las áreas dentro de la empresa como producto del nivel de funciones, diario y permanente.
- Es de vital importancia que las empresas se adapten a los nuevos entornos organizacionales, que posibiliten optimizar la gestión, para volverla eficiente y productiva, acorde a las exigencias del mercado.
- Los empleados de las

distribuidoras de energía eléctrica requieren, en forma permanente, capacitación en Atención al Público, Relaciones Humanas y Públicas, con miras a mejorar su desempeño y de esta manera alcanzar niveles satisfactorios de atención al usuario; influyendo directamente en la calidad de gestión de la corporación.

Recomendaciones

- Implementar la propuesta, en el programa, para mejorar la gestión del área y consecuentemente la satisfacción al cliente, presentada en este estudio
- La empresa debe tener bases claras para la Atención al Público, a fin de conseguir los objetivos planteados, de manera exitosa
- Realizar mediciones de satisfacción al cliente en el futuro, y comparar con los resultados obtenidos del presente estudio, que

servirán como inicio para el mejoramiento continuo de las actividades, acorde a las políticas establecidas por la empresa.

- Entregar planillas en forma inmediata, luego de tomarse las lecturas de los medidores y establecer periodos de cancelación acorde a la realidad económica del Ecuador
- Aumentar el número de convenios con las instituciones financieras del país, a fin de brindar las facilidades para el servicio de cancelación de la planilla de energía eléctrica.
- Permitir presentar los reclamos mediante el uso de internet y recibir las respuestas de soluciones en forma oportuna y ágil.
- Generar un sistema integral de comunicación, en enlace, que permita el flujo acelerado de la información y que garantice la entrega de resultados oportunamente.

Referencias Bibliográficas

- [1] SENPLADES. *Plan Nacional del Buen Vivir*, Quito, Ecuador, 2010.
- [2] Fornell, Claes. *El cliente satisfecho, estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor*, Deusto, Barcelona, España, 2008.
- [3] Granolers, Toni. *Diseño de sistemas interactivos centrados en el usuario*. Editorial UOC, Barcelona, España, 2005.
- [4] Band, William. *Creación del valor, la clave de la gestión competitiva*. Ediciones Díaz de Santos S.A., Bogotá, Colombia, 1994.
- [5] Ruiz, Miguel; Ayuso, Fernando. *Formación en centros de trabajo*, Aran Ediciones S.L., Madrid, España, 2005.
- [6] Rokes, Beverly. *Servicio al cliente*. Thompson, México, 2003.
- [7] Nevado, Domingo; López, Víctor; Pérez-Carballo, Juan; Zariátegui, José. *Cómo gestionar el binomio productividad-rentabilidad*, Especial Directivos, Madrid, España, 2007.
- [8] CONELEC. *Instructivo para el manejo de los formularios de control de calidad del servicio eléctrico de distribución*, Milagro, Ecuador, 2007.