



**Vicerrectoría de Estudios de Posgrado  
Maestría en Gerencia y Productividad**

**Trabajo Final o Tesis**

**Título**

**“PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO A LOS  
CLIENTES INDUSTRIALES DEL SECTOR SANTO DOMINGO EN EDESUR  
DOMINICANA PARA EL AÑO 2015”**

**Sustentante**

Alfri Gustavo López Hernández, Matrícula 2013-0482

**Asesor (a):**

Maria Sevilla Quintana

Santo Domingo, D.N.  
Agosto 2015

## RESUMEN

La propuesta consistirá en la reestructura del estilo de gestión, las condiciones de los colaboradores de las áreas de atención a los clientes industriales y la remodelación de las instalaciones físicas. Con respecto a la gestión queremos que sean erradicadas las malas prácticas que retrasan las solicitudes de los clientes, y que cualquier gestión que el cliente demande de la distribuidora tenga una respuesta fácil y con niveles aceptables de eficiencia. Con respecto a los colaboradores que representan la imagen de la empresa ante nuestros clientes, debemos de atender a las inquietudes y problemáticas que los mismos puedan manifestar, al entendido de que un empleado contento y satisfecho estará en la disposición voluntaria de dar lo mejor de sí y con agrado, a cualquier cliente que se pudiera presentar en nuestras oficinas, por tal razón queremos incentivar a través de esta propuesta una forma diferente de remunerar a los empleados basado en la satisfacción plena de sus limitantes dándoles una paga proporcional al costo de la vida, cuidando de que estén saludables, capacitándolos. En cuanto a las instalaciones pretendemos que se den las condiciones para que al momento de que los clientes nos visiten no presente incomodidades, ni contratiempos a causa de los parqueos o de las áreas de espera, que puedan identificar rápidamente el área de la empresa a la que se dirige y que se sientan confortables mientras dure su estadía. Esta es una propuesta sin ningún grado de dificultad y cuya inversión inicial es totalmente asequible.

# ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>II</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>III</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>V</b>
<b>CAPÍTULO I: LA CALIDAD DEL SERVICIO.....</b>	<b>3</b>
1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO .....	3
1.1.1 Evolución del Servicio al Cliente .....	3
1.2 CONCEPTOS GENERALES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO .....	6
1.2.1 Elementos de la Calidad del Servicio .....	6
1.2.2 Influencia de la Calidad del Servicio en una empresa.....	8
1.2.3 Relación de los objetivos con la Calidad del Servicio. ....	9
1.2.4 Responsabilidades de un líder con la Calidad del Servicio .....	9
<b>CAPITULO II: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES EDESUR DOMINICA AÑO 2015 .....</b>	<b>11</b>
2.1 EDESUR DOMINICANA .....	11
2.1.1 Misión, visión y valores de Edesur Dominicana .....	12
2.2 EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES INDUSTRIALES .....	14
2.2.1 Definición de las actividades diarias.....	15
2.3 SERVICIOS BRINDADOS A LOS CLIENTES INDUSTRIALES. ....	17
2.4 RECLAMACIONES FRECUENTES DE LOS CLIENTES INDUSTRIALES.....	18
2.5 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA .....	19
2.5.1 Aplicación de la Encuesta .....	20
2.6 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS .....	34
<b>CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES DE EDESUR .....</b>	<b>37</b>
3.1 PROPUESTA .....	37
3.2 IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA .....	38
3.2.1 La atención al cliente .....	38
3.2.2 Condición de los colaboradores .....	39
3.2.3 Procedimientos y trato a las solicitudes de clientes.....	40
3.3 CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA .....	41
3.3.1 Programa de actividades para la propuesta.....	42
3.3.2 Diagrama pre-operativo .....	43
3.4 COSTO DE LA PROPUESTA.....	45
3.4.1 Listado de Mobiliario y Equipos.....	45
3.5 ÁREAS INVOLUCRADAS .....	46
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>50</b>

<b>LISTA DE REFERENCIA .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	

## LISTA DE TABLAS

CUADRO NO. 1 GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE SU EJECUTIVO COMERCIAL	21
CUADRO NO. 2 TIEMPO DE RESPUESTA EN LOS RECLAMOS .....	22
CUADRO NO. 3 ENVÍO DE FACTURAS A TIEMPO. ....	23
CUADRO NO. 4 SEGUIMIENTO SOBRE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS. ....	24
CUADRO NO. 5 FORMA DE EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN DEL EJECUTIVO.....	25
CUADRO NO. 6 AMABILIDAD Y CORTESÍA.....	26
CUADRO NO. 7 NIVEL DE PROFESIONALISMO.....	27
CUADRO NO. 8 EMPATÍA CON SUS NECESIDADES .....	28
CUADRO NO. 9 DISPOSICIÓN A RESOLVER PROBLEMAS.....	29
CUADRO NO. 10 DOMINIO DE LOS TEMAS.....	30
CUADRO NO. 11 FACILIDAD PARA CONTACTAR A SU EJECUTIVO COMERCIAL..	31
CUADRO NO. 12 PORCENTAJE DE CLIENTES QUE HAN VISITADO LAS INSTALACIONES DE LA GGC.....	32
CUADRO NO. 13 ACCESO Y COMODIDAD DE LAS INSTALACIONES GGC. ....	33

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA NO. 1 GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE SU EJECUTIVO COMERCIAL .	21
FIGURA NO. 2 TIEMPO DE RESPUESTA EN LOS RECLAMOS .....	22
FIGURA NO. 3 ENVÍO DE FACTURAS A TIEMPO. ....	23
FIGURA NO. 4 SEGUIMIENTO SOBRE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS. ....	24
FIGURA NO. 5 FORMA DE EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN DEL EJECUTIVO.....	25
FIGURA NO. 6 AMABILIDAD Y CORTESÍA.....	26
FIGURA NO. 7 NIVEL DE PROFESIONALISMO .....	27
FIGURA NO. 8 EMPATÍA CON SUS NECESIDADES .....	28
FIGURA NO. 9 DISPOSICIÓN A RESOLVER PROBLEMAS .....	29
FIGURA NO. 10 DOMINIO DE LOS TEMAS.....	30
FIGURA NO. 11 FACILIDAD PARA CONTACTAR A SU EJECUTIVO COMERCIAL....	31
FIGURA NO. 12 PORCENTAJE DE CLIENTES QUE HAN VISITADO LAS INSTALACIONES DE LA GGC.....	32
FIGURA NO. 13 ACCESO Y COMODIDAD DE LAS INSTALACIONES GGC. ....	33

# INTRODUCCIÓN

El sector eléctrico dominicano ha sido un verdadero dolor de cabeza en las últimas seis décadas para los usuarios del país, en la actualidad ha presentado una considerable mejora, sin embargo en Edesur Dominicana no deja de ser la principal causa de disgusto de los empresarios industriales, que muchas veces se sienten indignados por no recibir un servicio a la altura de sus exigencias, ya sea porque reciben interrupciones en circuitos que se suponen deben ser 24 horas, porque no reciben respuesta inmediata ante una avería o porque simplemente no entienden el concepto de los cargos que aparecen en su factura mensual.

La Gerencia de Grandes Clientes de Edesur Dominicana es la responsable del cobro de más de RD\$ 15,000 MM al año por concepto de facturación eléctrica a clientes de gran consumo, en la misma se encuentran los renglones de clientes corporativos, clientes gubernamentales y los clientes industriales, este último es el responsable de más de RD\$ 5,884 MM lo que los convierte en los clientes que más consumen energía en toda la distribuidora, por este hecho requieren de unas instalaciones técnicas que funcionen en perfectas condiciones y son las más vulnerables a tener alguna falla por causa de las condiciones climáticas que afectan a nuestro país.

Por todas estas razones entendemos que en Edesur Dominicana es necesario estructurar una propuesta que enumere las causas principales del descontento de algunos clientes y trazar las pautas a seguir para corregir nuestras faltas como empresa. La propuesta está fundamentada en tres pilares que entendemos pueden mejorar significativamente la percepción de los clientes con respecto a la calidad del servicio, en esta ocasión solo nos enfocaremos en los clientes industriales por representar el renglón de mayor consumo de los clientes regulados, los tres pilares a los que hacemos referencia son los procesos, los colaboradores y las infraestructuras.

En el caso de los procesos porque muchas veces representan la causa principal por la que un cliente no recibe lo que quería cuando lo quería, los colaboradores porque toda empresa necesita de un empleado motivado y saludable para que pueda atender correctamente a sus clientes y la infraestructuras por que los clientes quieren sentirse cómodos y seguros aún si no se encuentran en su hogar.

Esta propuesta le sería entregada al administrador general de Edesur Dominicana para que instruya a los directores y ellos a su vez a los respectivos gerentes de cada área a los fines de que se pueda llevar a cabo en poco más de dos meses la misma con el debido seguimiento y medir los resultados en los primeros tres meses a través de una encuesta a los clientes y algunas entrevistas a los empleados de la empresa, y si todo sale como pensamos estas propuesta podrá ser aplicada a los demás renglones de clientes de la tres distribuidoras del país.

# **CAPÍTULO I: LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Objetivo: Establecer las técnicas y estrategias de calidad necesarias para el buen desempeño al brindar un servicio.

## **1.1 Reseña Histórica de la calidad del servicio**

Según Arias y Olivo (2014, pág. 12) la actividad comercial tiene sus inicios desde el origen de la humanidad, siendo parte fundamental de las actividades diarias del hombre que marca el desarrollo de las sociedades.

Dentro de esta actividad existen elementos fundamentales y con gran importancia para consolidar los resultados planeados a corto, mediano o largo plazo, por ejemplo: Los clientes, la atención, la calidad de los servicios, la calidad del producto, etc., en fin una serie de ingredientes que forman parte de esta actividad comercial.

Es necesario considerar que la calidad del servicio determina el éxito de un negocio, muy indiferente a su orientación comercial. La satisfacción del cliente es pieza fundamental para lograr la fidelidad y captación de nuevos usuarios del servicio que se brinda.

En la antigüedad se vivió un ambiente considerado hostil para el cliente, donde el dueño del producto ponía sus condiciones, por ejemplo, ¿Qué vendía?, ¿Cómo lo vendía?, determinaba su costo, siendo este en ocasiones elevado.

### **1.1.1 Evolución del Servicio al Cliente**

Tal como lo establecen Arias y Olivo (2014, págs. 13-15) desde los años 1800 - 7000 a.C., considerada como la Edad de Piedra, el hombre se vio en la obligación de satisfacer cada una de sus necesidades, desarrollándose en su instinto depredador, dando como origen la actividad de pesca, caza y la recolección de

frutas para poder alimentarse, de esta forma se da origen a la actividad de recolectar alimentos para satisfacer una necesidad fundamental en el ser humano que es la de alimentarse.

En la Nueva Edad de Piedra, la actividad depredadora del hombre cambió de manera radical, dando origen a la actividad de producción, es decir a la de cultivarlos productos, siendo estos el inicio de la economía productora, basada fundamentalmente en la agronomía y ganadería. La costumbre nómada se fue erradicando, haciéndose sedentarios para poder cultivar la tierra y cuidar su producción, la misma que era almacenada de manera cuidadosa, la cría de ganado proveía de leche y carne a las comunidades dedicadas a esta actividad, por lo que se evidenciaba el inicio de una nueva actividad comercial entre las diferentes comunidades de aquella época.

En la Edad Antigua, considerada desde los 3000 a.C. – 476 d. C., surgieron nuevas civilizaciones, cada una de ellas con diferentes costumbres y bondades que les brindaba la región donde se encontraban asentadas. En esta época el desarrollo de la educación, cultura y salud tomó fuerza, por lo que surgió la necesidad de satisfacer cada una de ellas, dando origen a la prestación de servicios.

La creación de celdas de trabajo donde se ofrecían cada uno de los productos proveniente de la agronomía, ganadería y pesca fue vital en esta época.

El incremento en la producción de cada uno de los productos facilitó el aumento de la población, dando origen a una gran demanda de alimento, fortaleciendo la actividad económica de manera radical.

La tranquilidad de la población fue vital para el desarrollo de la economía en esta época, la disminución de invasiones y guerras determinó el crecimiento elevado de la actividad productiva en determinadas regiones, convirtiéndose en ejes fundamentales para el desarrollo de la sociedad.

La Edad Media, 477 – 1453 d. C., la agricultura se convirtió en el eje fundamental de la economía de diferentes regiones, era la que proveía de riqueza a un grupo determinado de la sociedad, en esta época se evidenciaron con más fuerza las diferencias sociales, es decir que el que poseía más tierras era considerado más rico.

Para el imperio Romano la actividad comercial fue de gran importancia, la misma que se vio en debacle con la aparición dentro de esta actividad de los pueblos germánicos y del imperio árabe, limitando el comercio entre las costas del mediterráneo.

El mejoramiento del clima en el siglo XI y XII con temperaturas suaves y precipitaciones de lluvias leves optimizó la producción y comercialización de productos. El aumento poblacional debido a las bondades de la economía marco un punto característico en esta época, acompañada por los avances tecnológicos para la actividad agrícola hizo que la misma crezca y sea más productiva para beneficio de la comunidad.

En esta época la actividad comercial tomó fuerza, aparecieron las ferias donde se producían los intercambios de productos. La actividad Hotelera tomó impulso dando facilidad para la prestación de servicios y la obligación de mejorar cada uno de ellos. Se desarrollaron nuevas vías de accesos a otras regiones y medios de transportes propicios para el mismo, siendo estos marítimos o terrestres. Es decir que la actividad de servicio al cliente tomo fuerza siendo prioridad para el éxito económico del negocio.

La Edad Moderna comprendida entre 1454 – 1789 d.C. marcó la integración de las culturas comprendidas entre el Nuevo Mundo llamado también América y el Viejo Mundo integrado por África y Europa, esta integración dio origen a una serie de intercambios comerciales propiciados por viajes de expedición hacia nuevas tierras, en esta época aparece la burguesía, siendo una de sus principales características ser libre de los dominios del Rey y la Iglesia, los mismos que originaron imperios comerciales, con lo cual su nivel económico creció de manera

acelerada, siendo una clase social especial con grandes comodidades de vida. Otro de los hechos comerciales y de servicio al cliente es la creación de la imprenta, dando origen así a un nuevo canal de comunicación, donde se evidenciaba la necesidad que tenían los dueños de negocios en promocionar sus productos o servicios a las personas que necesitaban de la misma.

En la Edad Contemporánea surgieron dificultades por un sin número de guerras y revoluciones, una de ellas la industrial que marca el hito para el crecimiento del servicio y la necesidad de la calidad del mismo. Siendo esta actividad el eje fundamental para el éxito y consolidación de un negocio en el mercado. En esta época, la exigencia en la atención al cliente fue creciendo de manera acelerada por el simple hecho de la aparición y estandarización de los procesos en las empresas.

## **1.2 Conceptos generales de la Calidad del Servicio**

### **1.2.1 Elementos de la Calidad del Servicio**

En sentido general hay que tener pendiente que a la hora de hablar de Calidad del servicio nos referimos a clientes, ya sea de una institución pública o privada con fines de lucro o no, lo importante es que es una persona que está demandando un bien o servicio con ciertas características, llamadas a satisfacer una necesidad, y que por tal razón estas características deben estar debidamente acompañadas de ciertos parámetros de calidad, en el caso puntual de un servicio no solo se espera que el cliente o usuario obtenga finalmente lo que busca, sino que el trayecto para obtenerlo se cumpla con ciertos criterios que reflejan la calidad en dicho servicio entre los más relevantes podemos señalar los siguientes:

**Accesibilidad:** El cliente o usuario de un servicio debe de tener un acceso fácil y lo más rápido posible a la empresa o representante de la misma que brindará dicho servicios, es por tal razón que una empresa deben de incluir en sus estrategias de negocios que los locales de atención a clientes se encuentren en lugares reconocidos y de fácil acceso, identificados correctamente y con la mayor

capacidad posible de un horario flexible, ya si el servicio se brinda a través de un medio de comunicación (teléfono, internet y redes sociales,) en el que no se requiera de una instalación física pues entonces la responsabilidad recae en que estos medios sean lo menos complejos posible para el cliente.

Hay que recordar que en primera instancia la empresa no sabrá de antemano las exigencias o requerimientos que el cliente tiene con respecto al servicio solicitado, por eso resulta tan importante ir facilitando el fácil acceso.

**Empatía:** Este es uno de los factores más importantes a tomar en cuenta al momento de trabajar con clientes a los que pretendemos brindar un servicio de calidad, pues cada cliente tiene la necesidad de ser entendido y de que nos pongamos en su lugar en el momento en que ellos requieren de un servicio, “el cliente huele la indiferencia a miles de kilómetros” y no oculta su insatisfacción si nos abstenemos de ponernos en sintonía con su requerimiento, por tal razón es que la empatía nos llama a pensar en “ qué pasaría si yo fuera el necesitado de x o y servicio y que sentirla si no me satisficieran de la forma en que yo lo esperaba”.

**Respuesta:** Algo muy importante al momento de ser empáticos con el cliente y ponernos en su lugar es entender que posiblemente las respuesta o solución que usted brinde al cliente, por el hecho de que yo la considere correcta no necesariamente lo sea para cliente, por tal razón debemos de asegurarnos que aun cuando entendamos que algo es lo mejor para un cliente el tendrá la última palabra y nuestra respuesta a su requerimiento debe de ir alineado con sus deseos.

**Confiabilidad:** Si es cierto que el cliente estará satisfecho al momento de recibir lo que pide, también está el elemento de que se sienta confiado al momento de recibirlo, esto significa que si un cliente entiende que su problema fue resuelto, necesariamente tiene que estar convencido de que no le estamos dando una respuesta momentánea simplemente para agradarlo en el momento, el cliente

debe retirarse convencido y confiado de que no tendrá contratiempo ni sin sabores con el servicio brindado.

**Seguridad:** Este es elemento principal a perseguir ante cualquier actividad que realice un ser humano, cualquier servicio que brindemos a un cliente debe asegurar que no correrá riesgos y que tanto su integridad física y mental como sus instalaciones no se verán afectadas por algún error en el servicio.

**Palpables:** Siempre será de vital importancia cuidar los elementos que el cliente percibe de nosotros, en el caso de la empresa, su estructura física, la vestimenta y expresión corporal de sus colaboradores, las atenciones y sobre todo el producto final.

### **1.2.2 Influencia de la Calidad del Servicio en una empresa**

Cuando una empresa inicia sus operaciones tiene como función principal vender sus servicios o productos a determinado nicho del mercado con el objetivo principal de obtener ganancias considerables para los bolsillos de sus accionistas, no podemos ser filantrópicos y creer que el o los dueños de una empresa tienen como esencia el generar un bien común a las personas sin poner como eje principal las utilidades, no en este sistema capitalista en el cual estamos sumergidos, sin embargo si están convencidos de que la única forma de contar con la fidelidad de los clientes es satisfaciendo su demanda con un servicio de calidad.

En el caso de una empresa del estado como por ejemplo Edesur Dominicana no solamente necesita un estatus financiero sostenible sino que por su naturaleza en el país y la gran cantidad de usuarios que de su calidad dependen tiene la obligación y la presión de brindar un servicio eficiente, de lo contrario está destinada a chocar de frente con el empresariado y con los hogares de su área de concesión.

Pero hay muchas empresas que al parecer hacen un uso indebido del término de la calidad al confundir el mismo con la entrega final del servicio al cliente

disfrazando la calidad de sonrisas e intenciones vagas que para muchos clientes resultan visibles desde lejos. Una empresa no puede perder de vistas sus intereses pero tampoco puede obviar que estos intereses serán proporcionales a la calidad reconocida de sus clientes.

### **1.2.3 Relación de los objetivos con la Calidad del Servicio.**

Como ya hemos dicho la mayoría de las empres emplean todo sus esfuerzos y enfocan sus objetivos con el fin de obtener buenas utilidades, generalmente el departamento de Marketing de una empresa se encarga de captar los clientes necesarios para que exista una demanda considerada de los productos o servicios que dicha empresa vende, la cantidad de clientes como tal que sean captados son el objetivo de este departamento, de la misma forma los departamentos de producción, ventas, logísticas, financiero, etc., establecen sus objetivos en relación a esos clientes captados, pero lo relevante de esto es que cada departamento de alguna forma depende de otro y por ende se convierte en un cliente interno de uno o varios departamentos.

Es lógico pensar que cada cliente interno requerirá de cada departamento que sus demandas sean atendidas con el mayor nivel de calidad disponible lo que significará que esa misma calidad será traspasada al demandante final del servicio cuando salga de la empresa.

### **1.2.4 Responsabilidades de un líder con la Calidad del Servicio**

Bien sabemos que una de las responsabilidades principales del liderazgo es la obtención de resultados y que en base a ellos se determinará su éxito, de esta misma forma el líder tiene la responsabilidad de instruir y convencer a todos sus colaboradores que para la obtención de unos resultados parpales hay que comprometerse con un servicio de calidad.

El líder que impulsa a sus seguidores, no puede permitir que estos sacrifiquen la calidad de un producto o servicio con la mala per sección de que están recibiendo

un salario única y exclusivamente para asegurar los intereses de la empresa sin tomar en cuenta que de la satisfacción a corto y largo plazo en términos de calidad dependerá la seguridad de sus ingresos los días de pagos, pero más que eso el líder debe de alguna manera inyectar una dosis de empatía en los colaboradores para que “pasen al otro lado del mostrador” y sientan lo que es pagar por algo que no reúne los parámetros de calidad esperada.

En la medida en que la calidad del servicio sea prioridad para el líder de una organización en esta misma medida se irán alineando todas las metas, pues recordemos que una área depende como cliente interno de la otra para poder cumplir con sus respectivas funciones y todas componen el producto o servicio final que va parar a manos del usuario final.

## **CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES EDESUR DOMINICANA AÑO 2015**

Objetivo: presentar la situación actual de la atención a los clientes Industriales de Edesur Dominicana e identificar los aspectos con necesidad de mejora.

### **2.1 EDESUR DOMINICANA**

Según lo establece el sitio web de la empresa Edesur Dominicana (EDESUR, 2015) EDESUR, S.A., es una de las empresas estatales distribuidoras de electricidad de República Dominicana, tiene un área de concesión que se inicia en la acera oeste de la Avenida Máximo Gómez, en el Distrito Nacional y termina en la provincia fronteriza de Elías Piña. Tiene su origen en el conjunto de medidas que adoptó el presidente Leonel Fernández en su primera administración para superar la crisis eléctrica que afectaba el desarrollo de la vida nacional.

El 24 de junio de 1997, el Jefe del Estado promulgó la ley 141-97, de Reforma de la Empresa Pública. El servicio de energía eléctrica, originalmente manejado por empresas extranjeras, desde que fue adquirido por el Estado en 1955, había sido administrado como un instrumento político, condicionado a prácticas permisivas y clientelistas que distorsionaron su naturaleza comercial.

Apoyado en la nueva legislación y la ley Orgánica de la Corporación Dominicana de Electricidad, la número 4115 del 21 de abril de 1955, el presidente Fernández emitió el decreto 464-98 del 13 de diciembre de 1999, en virtud del cual autorizó a la Corporación Dominicana de Electricidad a aportar los activos de su propiedad, seleccionados por la Comisión de Reforma de la Empresa Pública, para la integración del capital pagado de las cinco nuevas sociedades anónimas a ser constituidas de conformidad con las disposiciones de la nueva Ley General de Reforma de la Empresa Pública, es decir: Empresa Generadora de Electricidad HAINA, S.A.; Empresa Generadora de Electricidad ITABO, S.A.; Empresa

Distribuidora de Electricidad del Norte, S.A.; Empresa Distribuidora de Electricidad del Sur, S.A.; y Empresa Distribuidora de Electricidad del Este, S.A.

En septiembre de 2003, el Gobierno del presidente Hipólito Mejía compró las acciones de Unión Fenosa en EDESUR y EDENORTE, lo que provocó un retroceso que agravó la situación de las compañías, pues se establecieron los apagones financieros. .

Las empresas distribuidoras estatizadas aumentaron el flujo negativo de caja y el Gobierno no suministró los recursos requeridos para cubrir el déficit. En consecuencia, el 16 de agosto de 2004, casi la mitad de la electricidad que se producía se perdía o no se pagaba. La recuperación de la calidad del servicio se evidencia en los circuitos 24 horas que garantizan energía permanente a los sectores que colaboran con la empresa hasta lograr reducir las pérdidas en por lo menos un 85 por ciento. En 2004 no había ningún circuito 24 horas. En la actualidad hay cientos de circuitos del área de concesión de EDESUR que reciben energía las 24 horas del día. Esto ha sido posible con acuerdos entre EDESUR y las comunidades que asumen la responsabilidad de pagar su consumo de energía y rechazar las distintas formas de fraude.

### **2.1.1 Misión, visión y valores de Edesur Dominicana**

#### **MISIÓN**

“EDESUR Dominicana es la empresa de servicio que distribuye y comercializa energía eléctrica en nuestra área de concesión, comprometida con la calidad, mejorando continuamente los procesos con capital humano íntegro, calificado y tecnología de vanguardia, garantizando la rentabilidad financiera, la satisfacción de nuestros clientes y contribuyendo al desarrollo sostenible del país”. (EDESUR, 2015)

## **VISIÓN**

“Tienen como visión ser líder en calidad de servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica, convertida en una empresa rentable y eficiente, sirviendo de modelo en República Dominicana y el Caribe”. (EDESUR, 2015)

## **VALORES**

### **\* Trabajo en equipo**

“Participamos en grupo activamente en la consecución de metas comunes, manteniendo una alta disposición en el desarrollo de los objetivos”. (EDESUR, 2015)

### **\* Honestidad**

“Nuestra rectitud, dignidad y ética contribuirá al aumento de la confianza de la sociedad respecto a la empresa”. (EDESUR, 2015)

### **\* Orientación al cambio**

“Nos esforzamos cada día en optimizar los procesos y tareas en todas las áreas de la organización, adaptándonos a los nuevos requerimientos de nuestros clientes”. (EDESUR, 2015)

### **\* Compromiso**

“Tenemos la convicción del cumplimiento cabal de los objetivos planeados en función de nuestros clientes y el medio ambiente”. (EDESUR, 2015)

### **\* Entusiasmo**

“Hacemos las cosas con alegría y pasión, nos gusta participar, apoyar y compartir con el equipo, para lograr los resultados”. (EDESUR, 2015)

### **\* Servicio al cliente**

“Buscamos permanentemente satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer un servicio de alta calidad”. (EDESUR, 2015)

## **2.2 Evaluación de la atención a los clientes industriales**

En Edesur Dominicana los clientes están segmentados en varios renglones incluidos los Residenciales, Comerciales, Corporativos, Gubernamentales e Industriales, en el caso de este último grupo, el mismo pertenece a los clientes que más energía consumen energía y por tanto a uno de lo que más factura mensualmente lo que lo hace un renglón con mayores exigencias en cuanto a los parámetros de calidad se refiere, de hecho lo cliente están conscientes de ello y nos lo dejan saber muy constantemente.

En la mayoría de los casos los clientes industriales cuentan con su propio transformador de energía para alimentarse de la red de Edesur y poder convertir a parámetros aceptable los niveles de potencia, el hecho de que el transformador se de uso exclusivo y no de uso público lo hace merecedor de una tarifa que se podría decir resulta más económicos en uno de los cargos facturados, nos referimos específicamente al cargo por potencia que acompaña al cargo fijo y al cargo por energía, aunque alguna situaciones aisladas se cargan otros que no son tan relevantes en esta investigación.

Debido al gran índice que representan estos clientes en la cartera de clientes y en los ingresos de la empresa los mismos pertenecen a la denominada Gerencia de Grandes Clientes de Edesur Dominicana la cual engloba entre otros a estos clientes de gran demanda de energía eléctrica que requieren de una atención personalizada que pueda atender a sus requerimientos, es por ello que cada cliente tiene asignado lo que en esta gerencia se conoce como Ejecutivo de Cuentas, el cual debe de manejar necesariamente algunos conceptos de la electricidad general, técnicas de negociación, lenguaje corporal, relaciones humanas y conocer los aspectos más relevantes de la Ley General de Electricidad

a los fines de poner a disposición de los clientes un servicio eficaz y aceptable por el consumidor.

### **2.2.1 Definición de las actividades diarias**

Diariamente los clientes que se acercan a la Gerencia de Grandes clientes solicitan servicios que pudieran requerir de la intermediación de otras áreas de la empresa como son Departamento Legal, Departamento Financiero y Departamento de Regulación, pero en la mayoría de los casos los requerimientos de los clientes industriales se enfocan exclusivamente en tareas comerciales o puramente técnicas, por tal razón vamos a profundizar más en estas dos.

#### **✓ Actividades técnicas**

Cuando los clientes industriales solicitan en la empresa un servicio de electricidad deben inicialmente someter los planos con el diseño eléctrico de sus instalaciones para que el mismo sea validado según las normas de calidad establecidas, si el diseño no cumpliera en el mínimo detalle con lo que esté en el terreno se le haría la observación de lugar al ingeniero que para este caso sería el representante del cliente en cuestión para que lo corrija, de lo contrario son aprobados los planos y se procede a interconectar las instalaciones eléctricas a las redes de la distribuidora en este momento el cliente puede pasar a la Gerencia de Grandes Clientes a los fines de cerrar de manera formal un contrato para la etapa final del procedimiento que sería la instalación del aparato medidor para dejar con energía al usuario.

El procedimiento anteriormente expuesto es para un cliente que inicia su relación con la empresa, pero para los clientes existentes hay un determinado número de actividades de carácter técnico que diariamente brindamos, entre ellas la denomina "Apertura de Cut Out", que consiste en una interrupción programada a solicitud del cliente en un intervalo de tiempo para dicho servicio el cliente debe hacer la solicitud formal vía comunicación por lo menos 48

horas y pagar un cargo por el mismo. Este tipo de servicio le permite al cliente poder realizar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo de sus instalaciones eléctricas.

También se realizan “Retranqueos” que no es más que la movilización o retiro definitivo de un poste de luz que obstruya la propiedad del cliente, se solicita de la misma forma que la apertura de cut out.

Otro de los servicios brindados a solicitud del cliente son las verificaciones de suministro, la misma son totalmente gratos y se realizan a los fines de detectar o descartar algún tipo de falla técnica en el suministro del cliente con respecto a los aparatos técnicos que corresponden a la empresa.

Las luminarias públicas son otro tipo de solicitud que se atiende por esta vía, ya sea para la instalación de una nueva o la reparación de una existente, este servicio es gratis, ya que el costo de las luminarias es responsabilidad de los ayuntamientos de cada municipio o provincia.

Las reparaciones de averías son uno de los servicios técnicos más importantes brindados en la empresa, debido a las condiciones atmosféricas a la que estamos expuestos durante todo el año y debido a la vulnerabilidad del sistema eléctrico dominicano.

Una de las actividades técnicas más relevantes la brinda el Centro de Operaciones de la Red COR, la cual es la encargada de programar, informar y llevar a cabo el mantenimiento preventivo y correctivo de las redes de la distribuidora incluidos los accesorios y elementos de protección de las mismas.

#### ✓ **Actividades comerciales**

Todas las actividades técnicas que hemos mencionado están ligadas de forma directa o indirecta con las actividades comerciales que realizamos en el día a día de la empresa, de hecho la mayoría de estas se son solicitadas

a través de su ejecutivo de cuentas para que este los gestione hasta que sean materializados en el terreno.

De la misma forma que las actividades técnicas, los servicios legales y de ámbito financiero son funciones que se gestionan a través de las oficinas comerciales y de los ejecutivos de cuentas.

En sentido general todas las funciones que desempeña la empresa, que se relacionan con los usuarios del servicio eléctrico están ligadas de una forma u otra a las actividades comerciales despachando todos los servicios solicitados a través de las órdenes de servicio vía sistemas que sean necesaria para poner en práctica lo requerido.

## **2.3 Servicios brindados a los clientes industriales.**

Aparte de del servicio eléctrico como tal, los clientes cotidianamente nos solicitan algunos servicios asociados a sus finanzas o estatus legal los cuales son gestionados a través de los ejecutivos de cuentas con la colaboración de las áreas que sean necesarias, con respecto a los Clientes Industriales están disponibles los siguientes servicios.

- Solicitud de nuevos contratos.
- Solicitud comprobante fiscal.
- Cambios de Tarifas.
- Cambios de Titularidad.
- Resolución de averías.
- Aumentos y reducción de Capacidad
- Apertura de Cut Out
- Retranqueos
- Programación de Interrupciones
- Verificación de medidor y suministro
- Pagos vía transferencia, depósitos y cheques.

## **2.4 Reclamaciones frecuentes de los clientes industriales**

Una reclamación empieza con la presencia del cliente, representante o asesor del mismo, si se trata de una factura se requiere de un abono a la factura del promedio de las tres facturas anteriores a esta para dar formalidad al reclamo, pero a pesar de que esta es la principal causa de reclamaciones de los clientes, existen otros motivos por los que frecuentemente los usuarios se sienten insatisfechos con la empresa.

Los clientes industriales en el sector Santo Domingo representan en su gran mayoría la parte de los clientes de la empresa que demandan mejores parámetros de calidad y a los que más difíciles les resulta a la empresa satisfacer a plenitud. Muchos de ellos se quejan por ejemplo por la lentitud con la que la empresa responde a la solución de alguna falla técnica o avería en su sistema eléctrico, algunos manifiestan por otro lado que no entienden los cargos desglosados en su factura mensual alegando que son conceptos propios del lenguaje técnico y que solo pueden ser interpretados perfectamente por técnicos o ingenieros eléctricos, esta limitante obliga a dichos clientes a tener que desembolsar grandes cantidades de dinero sin el claro entendimiento de que se le está facturando y que se le está cobrando, puesto que no se pueden dar el lujo de que la empresa les suspenda el servicio ya que incurrirían en un gasto significativo con respecto al combustible que consumiría su generador de emergencia.

Se da otra situación entre los pocos clientes que si entienden los cargos reflejados en su factura y es que desconocen el modelo de negocio y los contratos que la distribuidora de electricidad sostiene con los proveedores que en este caso serían los generadores de electricidad, y es que se encuentran abusivos los métodos utilizados para el cálculo de su demanda, además de esto desconocen que el Gobierno destina sumas millonarias a los fines de subsidiar la tarifa eléctrica y que La Ley General de Electricidad establece que solo la Superintendencia de Electricidad SIE puede variar los precios de dicha factura.

Otras de las inquietudes que presentan los clientes son retrasos en la entrega de sus facturas y en la aprobación de los planos eléctricos sometidos, la burocracia en los procesos, la falta de disponibilidad de parqueos en las oficinas comerciales y administrativas, etc.

## **2.5 Análisis de la Encuesta**

A los fines de tener una idea objetiva de los niveles de satisfacción, así como las necesidades de nuestros clientes se han elaborado una serie de preguntas para de esta forma saber en que dirección deben de dirigirse nuestras propuestas, las cuales están encaminadas a llevar a parámetros aceptables los índices de satisfacción con respecto a los servicios que se ofrecen al renglón de los clientes industriales en el sector Santo Domingo, como una gran parte de estos clientes se concentran en la Zona Industrial de Herrera escogimos una muestra satisfactoria de 30 clientes en este sector.

Vale mencionar que el hecho de que escojamos la referida Zona Industrial no quiere decir que no existan fuera de esta localidad clientes Industriales considerables e incluso de mayor consumo y por ende de mayor factura que los que pretendemos encuestar, es solo que en la referida zona están concentrados en un mismo entorno y además presentan distintas situaciones técnicas que nos pudieran arrojar datos más diversificados en nuestra investigación. Entre las preguntas que pretendemos realizar a los clientes podemos citar las siguientes:

- Conoce a su ejecutivo de cuenta
- Los niveles satisfacción en una escala del 1 al 4 con respecto a los servicios brindados por el ejecutivo de cuentas, en caso de conocerlo.
- La facilidad para contactar a su ejecutivo,
- Ha visitado las instalaciones físicas de la Gerencia de Grandes Clientes
- Califique el acceso y comodidad del espacio entre excelente, bueno, regular o malo.

- Indicar por lo menos tres recomendaciones necesarias para el mejoramiento de la GGC.

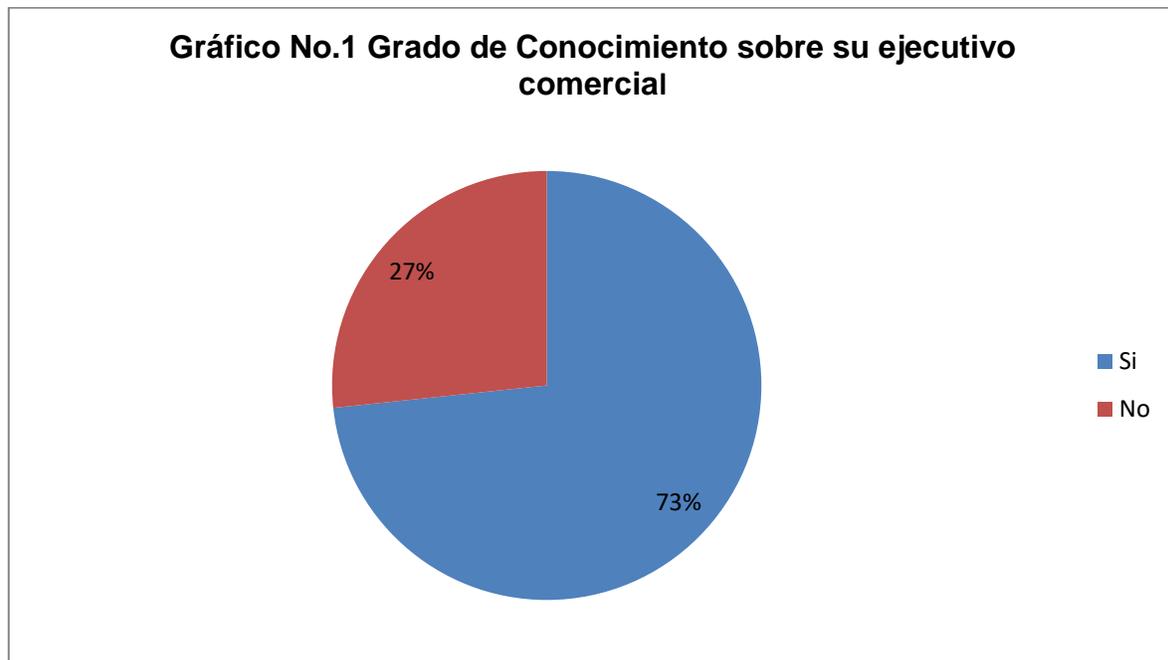
### **2.5.1 Aplicación de la Encuesta**

Tomando en consideración la naturaleza de nuestra empresa y el perfil de nuestro segmento de clientes potenciales, nuestro equipo encuestador se basará en realizar preguntas objetivas, principalmente a los encargados, gerentes y administradores donde la información interesada se obtendrá mediante la encuesta a 30 empresas de la Zona Industrial de Herrera, con distintos niveles de consumo.

**Cuadro No. 1 Grado de Conocimiento sobre su ejecutivo comercial**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>por ciento</b>
Si	22	73%
No	8	27%
	30	100%

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



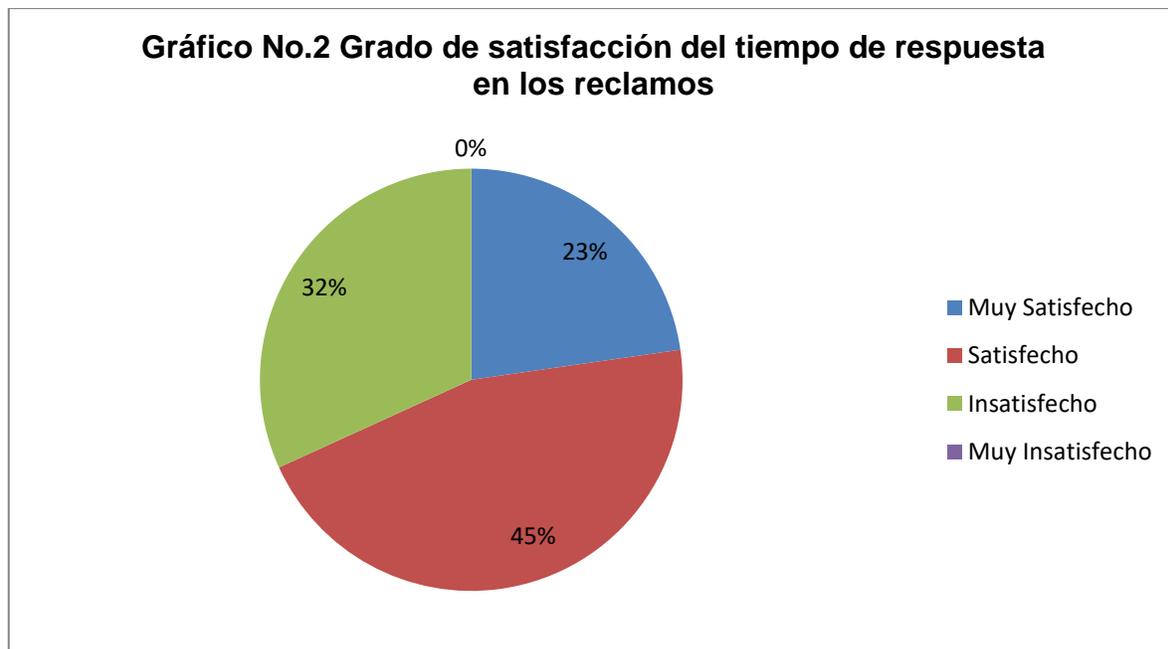
Fuente: Cuadro No .1

El 73% de los encuestados dice conocer a su ejecutivo de cuentas lo que nos permite tener una escala considerable para medir los niveles de percepción de la calidad de los servicios recibidos desde la Gerencia de Grandes Clientes con respecto a los clientes industriales.

**Cuadro No. 2 Tiempo de respuesta en los reclamos**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Muy Satisfecho	5	23%
Satisfecho	10	45%
Insatisfecho	7	32%
Muy Insatisfecho	0	0%
	22	100%

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



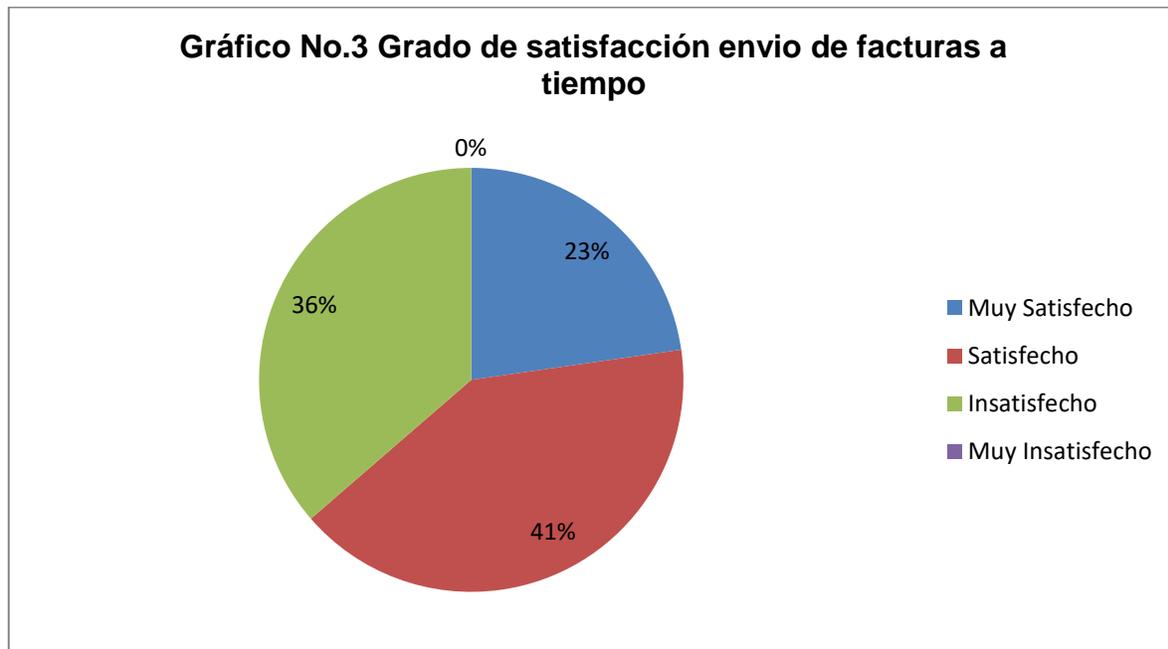
Fuente: Cuadro No. 2

El 45% de los encuestados dijo sentirse satisfecho y el 23 % muy satisfecho al preguntársele sobre la respuesta a los reclamos que hacían a la empresa, sin embargo el 32% se siente insatisfecho cifra que resulta muy alta al considerar que la empresa es penalizada cuando excede el tiempo límite de respuesta por reclamaciones que es de 10 días laborables según lo establece la superintendencia de electricidad.

**Cuadro No. 3 Envío de facturas a tiempo.**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Muy Satisfecho	5	23
Satisfecho	9	41
Insatisfecho	8	36
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



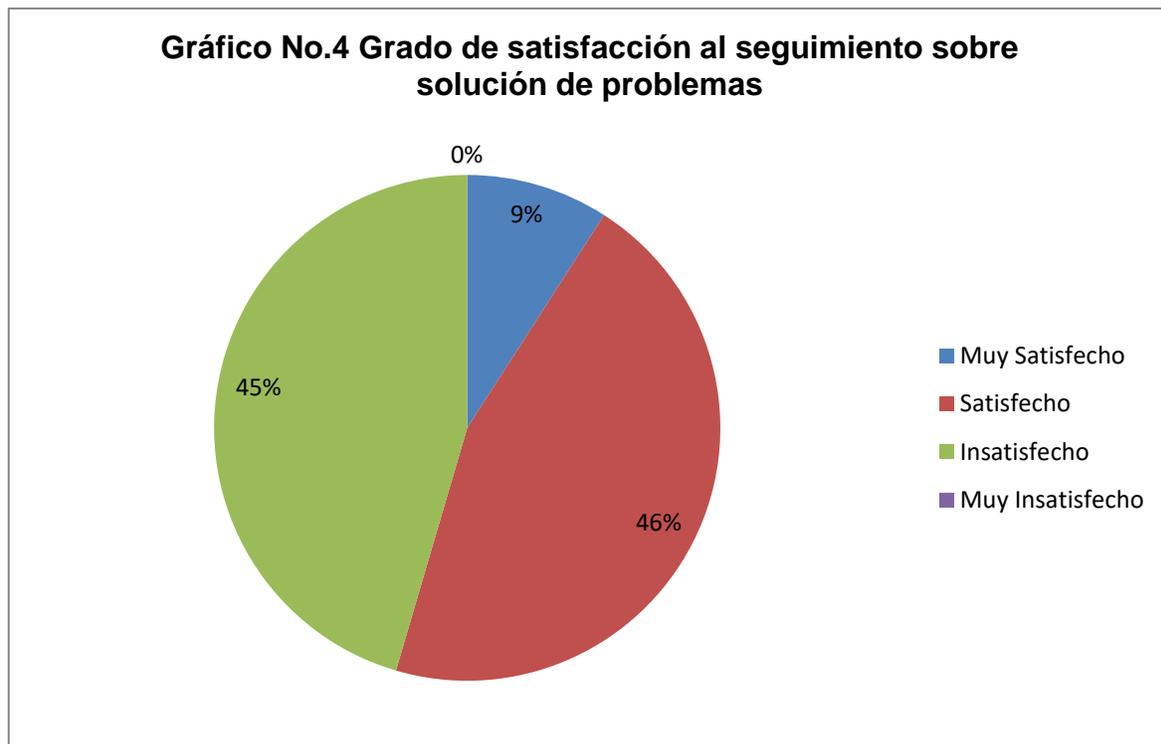
Fuente: Cuadro No. 3

El 41% de los clientes confirman recibir de forma satisfactoria su factura con respecto al tiempo, el 23% muy satisfactorio mientras que el 36% dicen estar insatisfecho por llegarles tardes su factura o por simplemente no llegarle, este punto debe ser revisado con carácter de urgencia pues un cliente que no recibe su factura tiende a no tener pendiente el pago de su factura lo que representa una limitante considerable al momento de alcanzar los objetivos de cobranzas fijados para la GGC.

**Cuadro No. 4 Seguimiento sobre solución de problemas.**

Variables	Absoluto	Por ciento
Muy Satisfecho	2	9
Satisfecho	10	46
Insatisfecho	10	45
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



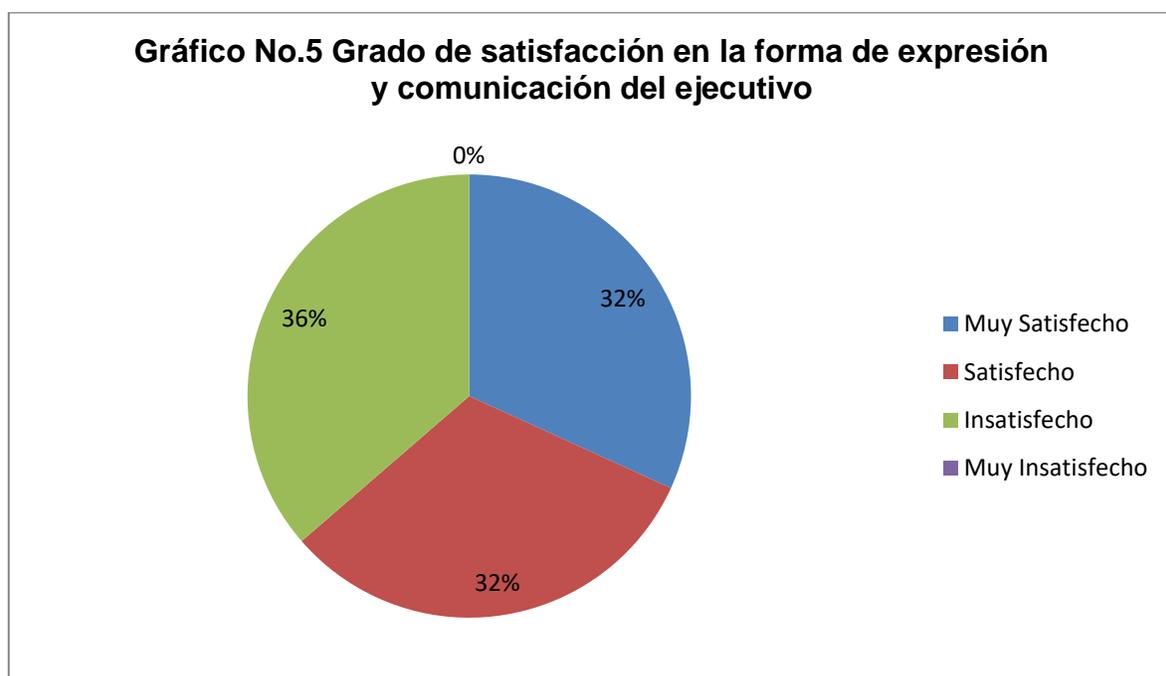
Fuente: Cuadro No. 4

El 46% respondió estar satisfecho al preguntársele sobre el seguimiento que da su ejecutivo asignado a la solución de problemas, mientras que un 9% está muy satisfecho y un preocupante 45 % está insatisfecho en este aspecto, lo que resulta inaceptable y llama mucho la atención con respecto al actual modelo utilizado para hacer frente a las problemáticas que se le presenta a este tipo de usuarios.

**Cuadro No. 5 Forma de expresión y comunicación del ejecutivo.**

Variables	Absoluto	Por ciento
Muy Satisfecho	7	32
Satisfecho	7	32
Insatisfecho	8	36
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



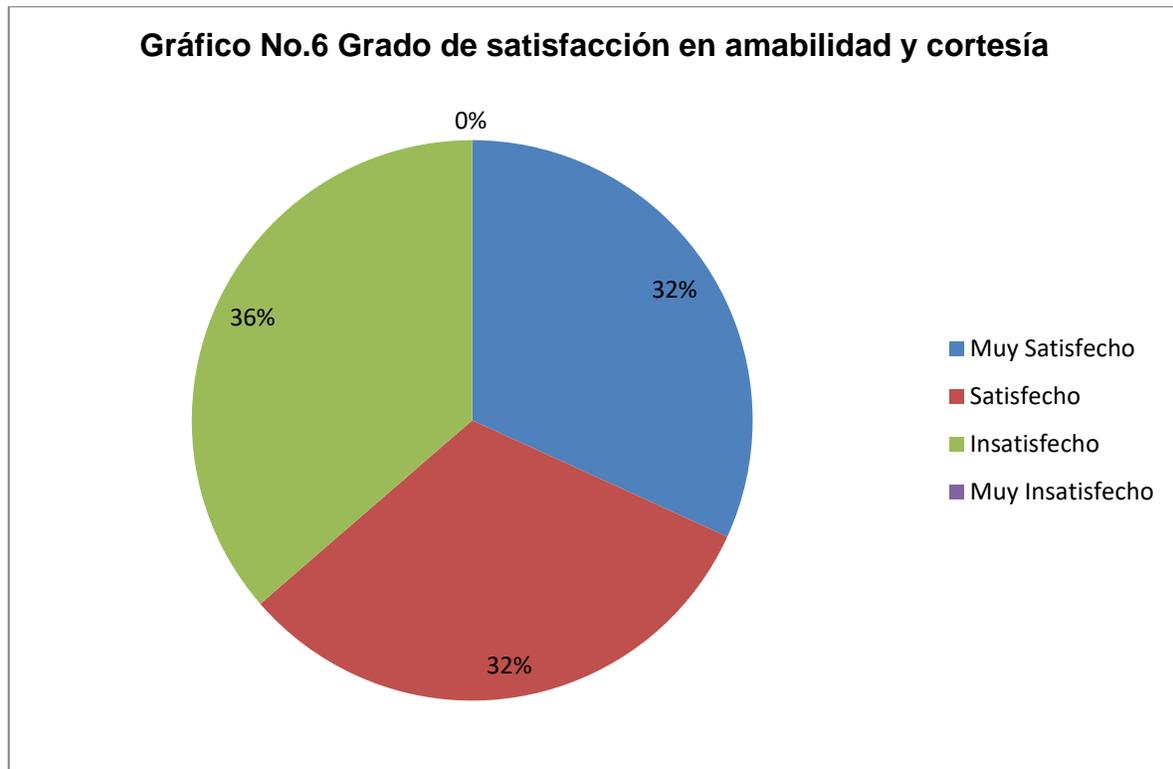
Fuente: Cuadro No. 5

El 36 % expresó sentirse insatisfecho con la forma de expresión y comunicación del ejecutivo asignado, un 32% señaló sentirse muy satisfecho, mientras que el restante 32% dice sentirse insatisfecho por este tema. Resulta alarmante el grado de insatisfacción y más en un reglón de esta categoría que requiere de un trato personalizado y con cierto nivel, queda investigar si el trato de los ejecutivos en este sentido se debe a insatisfacción laboral o falta de capacitación en la atención al cliente.

**Cuadro No. 6 Amabilidad y cortesía**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Muy Satisfecho	7	32
Satisfecho	7	32
Insatisfecho	8	36
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



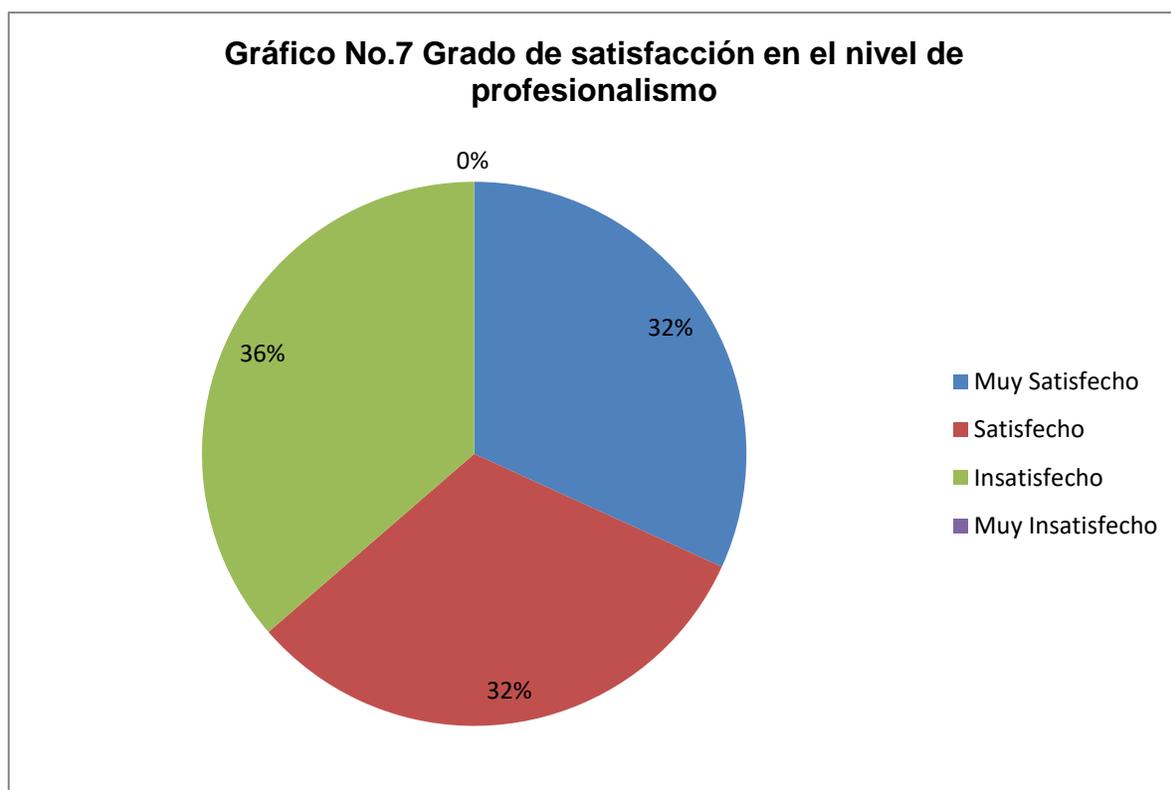
Fuente: Cuadro No. 6

El 36 % se siente insatisfecho con respecto a la amabilidad y cortesía, y un 32% dijo sentirse satisfecho y el otro 32% muy satisfecho, en este reglón también resulta urgente trabajar con ese escandaloso 36% de los insatisfechos.

**Cuadro No. 7 Nivel de profesionalismo**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Muy Satisfecho	7	32
Satisfecho	7	32
Insatisfecho	8	36
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



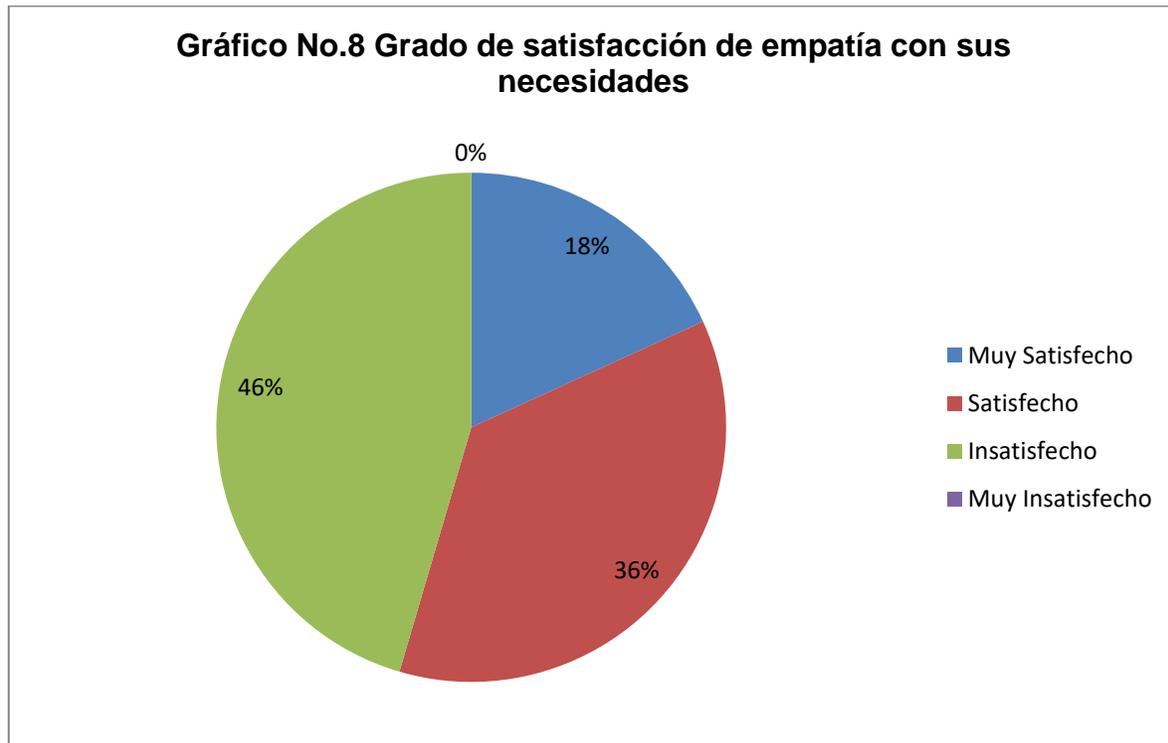
Fuente: Cuadro No. 7

El 36% se siente insatisfecho con el nivel del profesionalismo, pero un 32% está muy satisfecho y el otro 32% simplemente satisfecho, este concepto al igual que el de la amabilidad, cortesía, y la comunicación tiene los mismos índices de aceptación y rechazo por lo que se pudiera buscar una solución común.

### Cuadro No. 8 Empatía con sus necesidades

Variables	Absoluto	Por ciento
Muy Satisfecho	4	18
Satisfecho	8	36
Insatisfecho	10	46
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



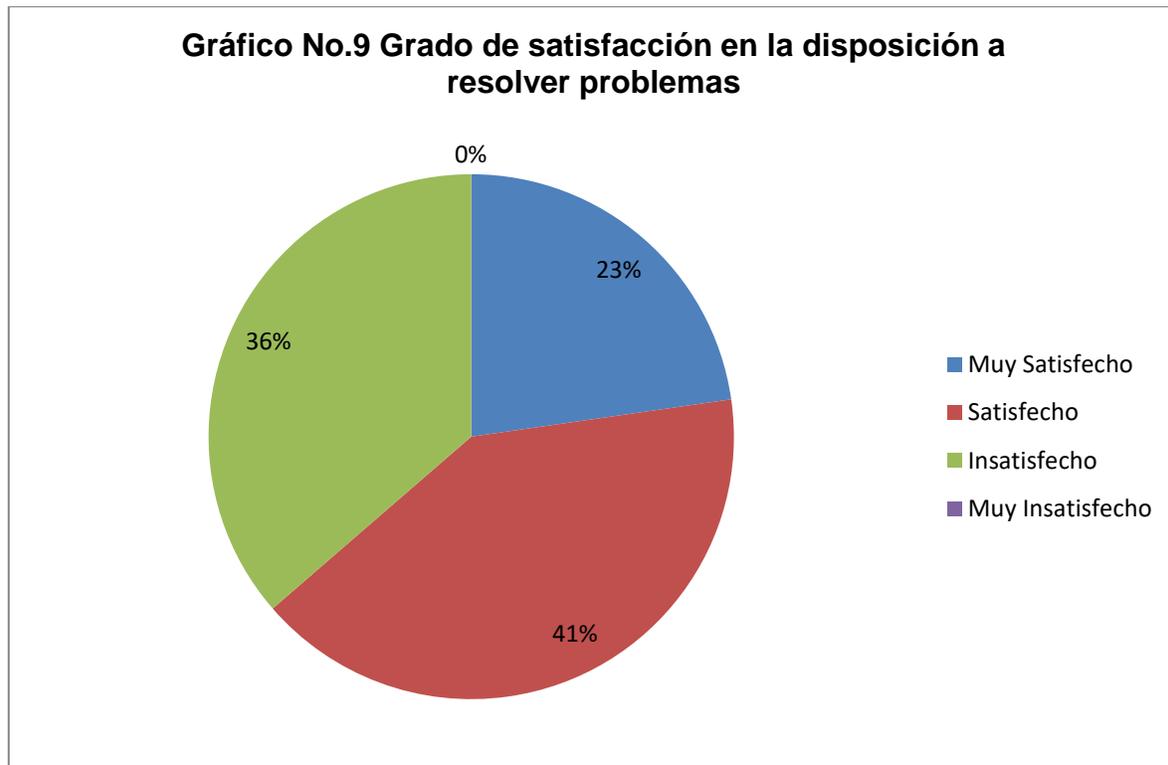
Fuente: Cuadro No. 8

El alarmante 46% de los encuestados manifestaron que están insatisfechos al no sentir empatía con sus necesidades, solo el 18 % dijo estar muy satisfecho, mientras que el 36% está satisfecho, este porcentaje de insatisfacción también pudiera estar ligado a la falta de motivación y capacitación de los colaboradores que atiende a los clientes.

**Cuadro No. 9 Disposición a resolver problemas**

Variables	Absoluto	Por ciento
Muy Satisfecho	5	23
Satisfecho	9	41
Insatisfecho	8	36
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



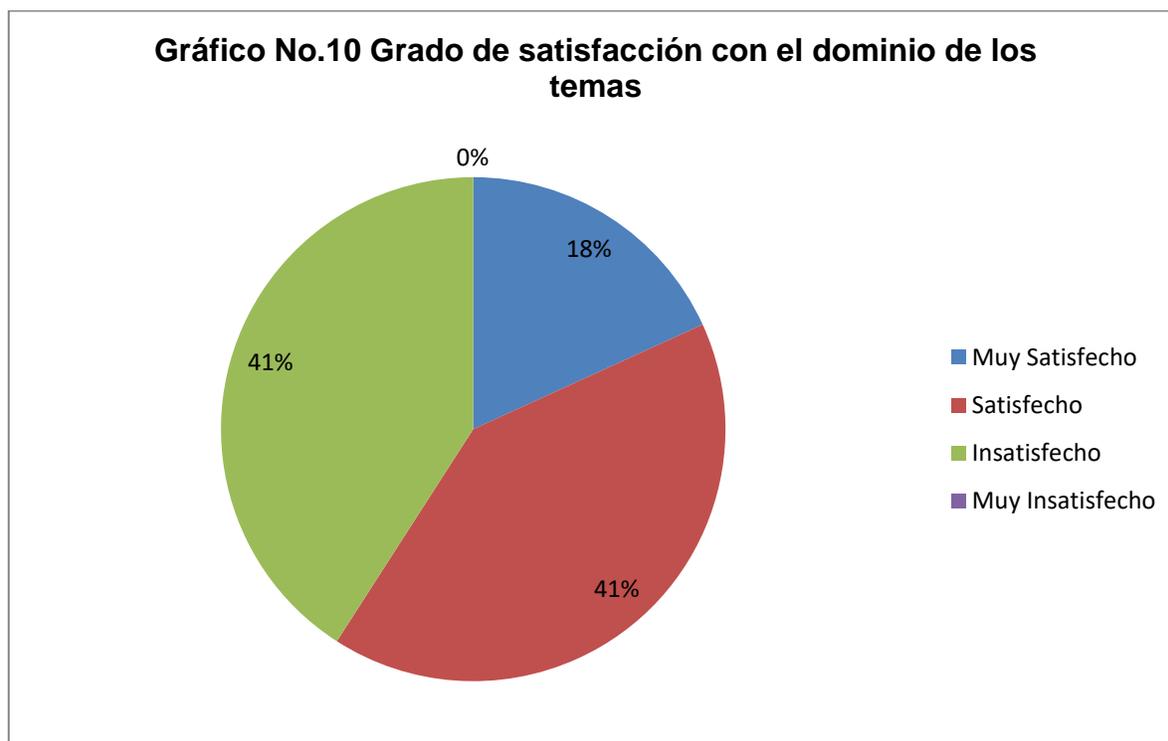
Fuente: Cuadro No. 9

El 41% por ciento dice estar satisfecho con respecto a la disposición de los ejecutivos a resolver sus problemas, el 23% dice sentirse muy satisfecho y el otro 36% se siente insatisfecho, a pesar de que la mayor parte de los encuestados respondieron satisfactoriamente hay que revisar las posibles razones por lo cual se refleja 36% de insatisfechos.

**Cuadro No. 10 Dominio de los temas.**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Muy Satisfecho	4	18
Satisfecho	9	41
Insatisfecho	9	41
Muy Insatisfecho	0	0
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



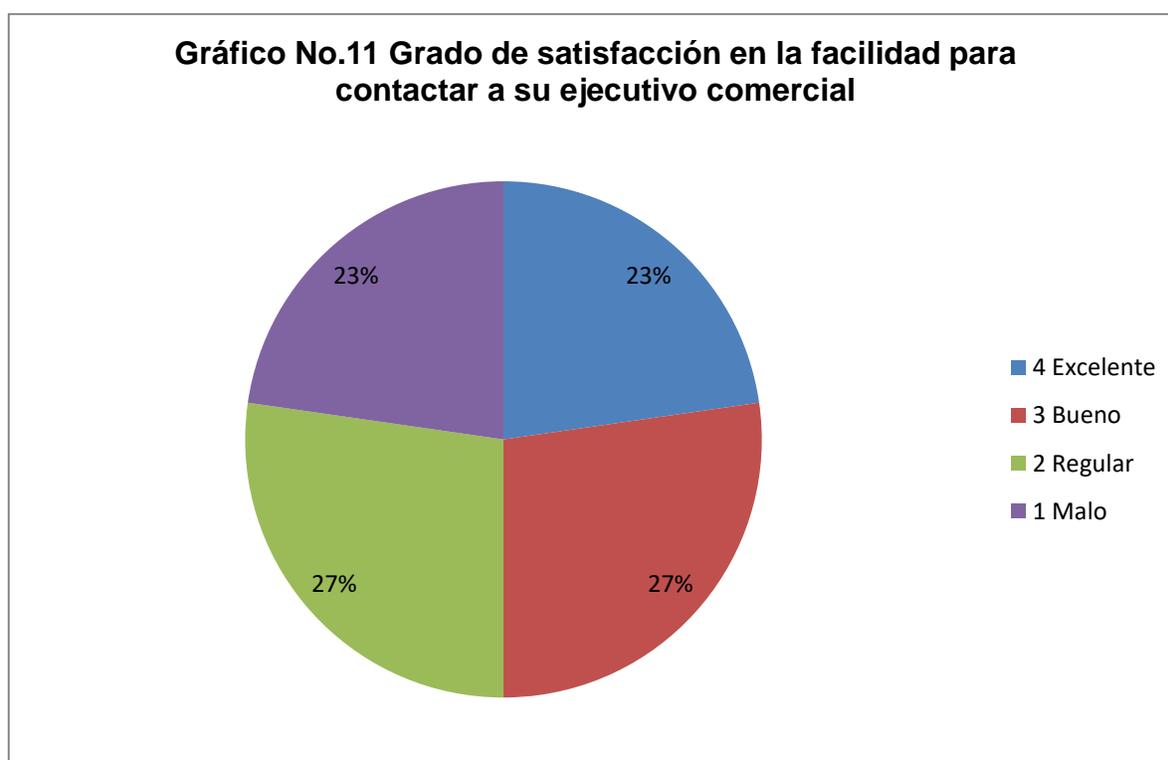
Fuente: Cuadro No. 10

El 41% de los encuestados nos respondió sentirse insatisfecho con respecto al dominio de los temas relacionados con sus solicitudes, otro 41% satisfecho, mientras que un 18% dice estar muy satisfecho, otro factor que indica la necesidad de implementar un programa de capacitación.

**Cuadro No. 11 Facilidad para contactar a su ejecutivo comercial**

<b>Variables</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Por ciento</b>
Excelente	5	23
Bueno	6	27
Regular	6	27
Malo	5	23
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



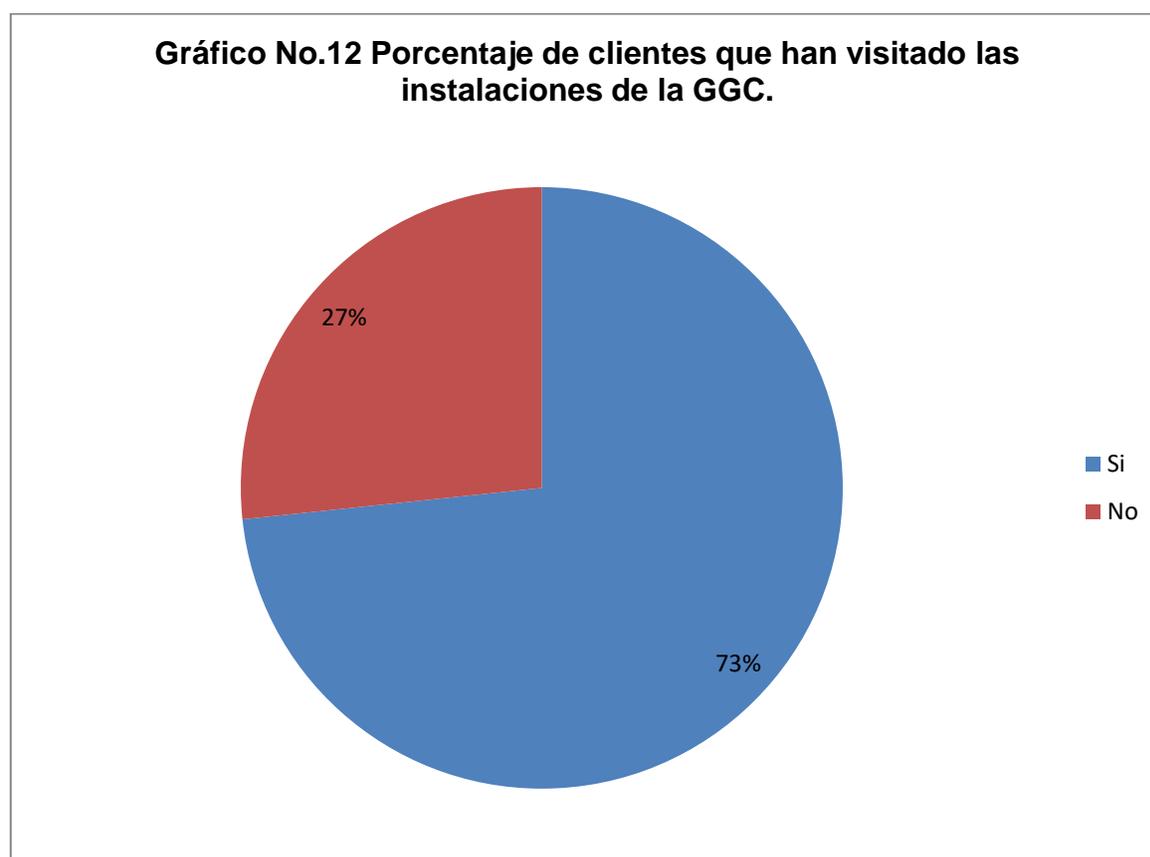
Fuente: Cuadro No. 11

Con respecto a la facilidad para contactar a su ejecutivo comercial un 27% lo consideró como bueno y otro 27% como regular, mientras que un 23% dijo excelente y otro 23% lo califica de malo, es notable que se requiera habilitar otros canales de comunicación para poder contactar a los ejecutivos.

**Cuadro No. 12 Porcentaje de clientes que han visitado las instalaciones de la GGC.**

Variables	Absoluto	por ciento
Si	22	73
No	8	27
	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015



Fuente: Cuadro No. 12

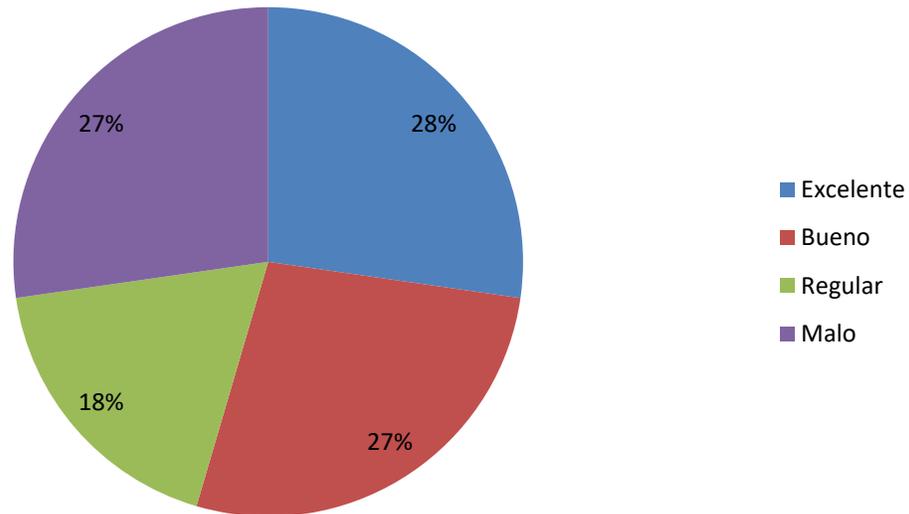
El 73% de los encuestados han visitado por lo menos una vez las instalaciones de la Gerencia de Grandes Clientes, mientras que el 27% nunca nos han visitado.

**Cuadro No. 13 Acceso y comodidad de las instalaciones GGC.**

<b>VARIABLES</b>	<b>ABSOLUTO</b>	<b>por ciento</b>
Excelente	6	28
Bueno	6	27
Regular	4	18
Malo	6	27
	22	100

Fuente: Cuestionario realizado en la Zona industrial de Herrera en el mes de junio 2015

**Gráfico No. 13 Nivel calificativo del acceso y comodidad de las instalaciones GGC.**



Fuente: Cuadro No. 13

El 27% de los clientes que han visitado las instalaciones físicas de la Gerencia de Grandes Clientes califican como excelente el acceso y comodidad de dichas instalaciones, otro 27% califican como bueno, mientras que 18% dice que son regular y 27% dice que son malas. Es posible que este último se deba a la dificultad de los parqueos.

## 2.6 Análisis de las entrevistas

Realizamos tres entrevistas al personal calificado que laboran en la empresa en el área relacionado con el tema con respecto a los aspectos claves que deben ser mejorados o modificados a los fines de elevar los índices de calidad de la atención al cliente, hemos querido mantener en el anonimato a los entrevistados para que puedan manifestar sus opiniones libremente y sin ningún tipo de censura.

Dos de los entrevistados manifestaron que entienden que las áreas de la empresa están muy divididas y que al momento de algún requerimiento a nivel interno no se hace con el tiempo o calidad preciso, debido a que no sienten la misma obligación de hacerlo cuando lo pide un colaborador de otra área, comparado a cuando lo pide su jefe directo, olvidando por momentos que trabajan para la misma empresa y con un objetivo general en común.

Resaltando una situación que nos manifestó uno de los entrevistados nos contaba que un día un cliente se dirigió a él con la inquietud de que tenía ya más de tres días con una avería y que su planta de emergencia por el tipo de tarea que se desarrolla en su empresa había colapsado y que tuvo que alquilar una planta la cual ya llevaba un costo de más de RD\$ 60,000, por tal razón le dijo que dejara el problema en sus manos que él se encargaba, el cliente se fue confiado en que este le iba a resolver de manera inmediata su inconveniente. Sin contratiempo se comunicó con el área responsable de resolver las averías de este tipo de cliente y les planteó la urgencia del caso pidiendo prioridad para el mismo, y la respuesta que recibió es que se resolverá cuando se pueda, haciéndolo quedar como ineficiente ante el cliente y lesionando la imagen de la empresa.

El entrevistado tiene razón cuando no expresa que hay situaciones que se dan en el día a día con los clientes en donde es necesario una respuesta con carácter de urgencia y donde se debe actuar dando prioridad sobre otros clientes a los cuales no le urge recibir respuesta a su requerimiento. Si la estructura de la empresa estableciera un rango de acción y un mayor alcance en la toma de decisión de los

colaboradores que conocen las necesidades y urgencias de los clientes pues nuestra empresa elevaría considerablemente los índices de aceptación en la población.

Otro de los entrevistados considera que la empresa debe buscar la manera de motivar a sus recursos humanos, cree que existe una desmotivación crónica en la empresa que afecta de forma directa el desenvolvimiento de las tareas diarias, señala que han pasado más de tres de años en los que no se ha realizado un aumento que valla relacionado en proporción con la tasa de inflación registrada en este periodo, tampoco se han implementado programas de capacitación y apenas se han realizado dos actividades de esparcimiento para los empleados.

El entrevistado entiende que resulta cuesta arriba para un empleado de atención al cliente brindar su mejor sonrisa a un cliente cuando tiene pendiente que su sueldo no le alcanza para pagar sus facturas de consumo o cuando no se siente seguro de sus aptitudes en cuanto a realizar sus funciones se refiere, por esto y otras cosas de menos relevancia el entiende que deben crearse las condiciones para que el personal de la empresa se sienta a gusto con sus funciones y se pueda reflejar en los clientes.

Los entrevistados coinciden de manera particular al referirse a las empresas subcontratadas que realizan funciones en el terreno de los clientes, haciendo referencia de situaciones lastimosas que se dan entre ellos y los clientes, se refirió específicamente a las brigadas de corte las cuales en ocasiones actúan con irrespeto hacia los clientes.

Uno de los entrevistados nos dijo que en una ocasión un cliente al cual se le olvidó realizar el pago de su factura le fue generada una orden suspensión de servicio por impago, una brigada subcontratada fue al terrenos a realizar el corte y al cliente percatarse de que le fueron a suspender sus servicio eléctrico recordó que tenía ese pago pendiente, este de inmediato se dirigió pacíficamente al brigadista para pedirle unos minutos por que él podía hacer el pago vía telefónica con su tarjeta de crédito, a lo que el brigadista respondió con carácter agresivo, que él no

tenía que esperar a nadie y que él estaba haciendo su trabajo, en definitiva el empleado de la distribuidora decidió de forma unilateral el no esperar unos pocos minutos y “Cortarle la luz”.

Esta situación ocurre muy frecuentemente con toda clase de clientes, y se reciben muchas expresiones de insatisfacción de los mismos, por eso el entrevistado entiende que se debe de hacer énfasis en el personal que interactúa diariamente con los clientes en la calle y que pone en riesgo la imagen de nuestra empresa.

## **CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES DE EDESUR**

Objetivo: Plantear las posibles soluciones que proponen colaboradores expertos en la materia que viven día a día las necesidades de la empresa.

### **3.1 Propuesta**

La propuesta estará enfocada a resolver todos los problemas que inciden de forma directa e indirecta en la atención a los clientes, tomando en consideración los puntos señalados por los encuestados y las opiniones de las entrevistas realizadas a colaboradores con experiencia y conocimiento de causa.

Entre los diversos factores que serán tomados en cuenta con respecto a la propuesta figuran los siguientes:

- Rediseñar el modelo de atención a los clientes Industriales.
- Proveer mejores alternativas para comunicarse con los Ejecutivos de Cuentas.
- Implementar mejores vías de acceso y comodidad en las instalaciones físicas.
- Dotar periódicamente de un programa de capacitación a los colaboradores para el manejo de clientes y conceptos básicos del lenguaje técnico.
- Revisión de los salarios de los empleados con respecto a la tasa de inflación anual acumulada.
- Reducción significativa del uso de técnicos subcontratados.
- Centralización de las operativas y áreas involucradas.
- Revisión del procedimiento para resolución de reclamaciones y averías.

## **3.2 Implementación de la propuesta**

Al rediseñar el modelo actual para atender a los clientes debemos tomar en cuenta lo que nos dice la lógica, que si se trata de tener a un cliente complacido se debe empezar por las personas que atienden a los clientes. De igual manera se requerirá de la centralización de todas las áreas que son consideradas como clientes internos de la Gerencia de Grandes Clientes para que de esta forma puedan tener mayor fluidez los procesos que atienden a las solicitudes de los usuarios.

### **3.2.1 La atención al cliente**

El consejo y el administrador general deberán declarar como objetivo principal la satisfacción del cliente, y se fijará con las opiniones de los colaboradores que trabajan directamente con los usuarios un manual con las pautas a seguir para la respuesta satisfactoria de una solicitud de un cliente.

El cliente no deberá de esperar más de 10 minutos luego de llegar a la empresa para ser atendido, en el caso de que su ejecutivo de cuenta esté ocupado el mismo deberá ser atendido, si así lo acepta, por el coordinador o por otro ejecutivo que se encuentre desocupado en ese momento.

Se deberá de crear las condiciones de parqueos que satisfaga el flujo diario de clientes en esta gerencia, los mismos deben de estar debidamente señalizados y estéticos, con seguridad permanente. De igual manera el acceso a nuestra área debe de estar claramente señalizado y contar con muebles confortables en el área de espera.

Se deberá de dotar a la gerencia de por lo menos tres vehículos con un mínimo de 30 galones de combustible mensuales para realizar visitas de gestión a los

clientes que lo ameriten, por ejemplo en el caso de un cliente que haya venido a la empresa dos veces y no haya recibido respuesta a su solicitud, el ejecutivo dispondrá con previo aviso de uno de los vehículos para reunirse con el cliente donde este le indique.

Se deberá disponer de un mínimo de dos brigadas debidamente equipadas para reconexiones de carácter urgente, y dos brigadas más para resolución de averías de emergencias, en ambos casos los técnicos deberán reportarse directamente a nuestra gerencia.

Se dotará a los ejecutivos de cuentas, de celulares inteligentes que permitan la recepción y envío de correos electrónicos de los clientes.

Se debe asignar un colaborador del área financiera de manera permanente para que nos asista con las confirmaciones de transferencias que realicen los clientes por concepto de pago de sus facturas.

### **3.2.2 Condición de los colaboradores**

Se deberá realizar un aumento significativo cada dos años, el mismo debe de ser proporcional al aumento de la tasa de inflación anual según el banco central y según la categoría de cada empleado.

Se deben crear las condiciones necesarias para que los ejecutivos de cuentas puedan tener un parqueo asignado.

El ejecutivo de cuentas podrá tener un rango de acción y un nivel de toma de decisión que pueda movilizar a cualquier brigada y técnico cuando se presente situaciones de urgencia.

Se deben crear las condiciones para que un ejecutivo de cuentas pueda tomar sus vacaciones completas y sin interrupciones, siempre y cuando el mismo la pida con el debido tiempo de antelación.

Se elaborara periódicamente un programa de capacitación para los ejecutivos comerciales en lo concerniente a temas de manejo corporal, expresión oral, redacción, estética, etiqueta y protocolo, y conceptos generalizados afines con la factura eléctrica.

La empresa deberá generar las condiciones para que la cocina de la GGC sea un ambiente acogedor a la hora del almuerzo, para ello debe de contar con sillas confortables, 2 microondas, utensilios de cocina desechables, un extractor de grasas y un bebedero.

En el caso de que un ejecutivo de cuentas esté de cumpleaños y no tenga pautado ningún compromiso con algún cliente o colaborador de la empresa, el mismo podrá optar por tomar ese día libre, este día libre puede ser pospuesto siempre y cuando no afecte a ningunas de las partes.

El ejecutivo de cuenta deberá de ser dotado de un uniforme corporativo preferiblemente con los logos característicos de la distribuidora que proyecte una imagen de elegancia, higiene, profesionalismo y distinción ante nuestros clientes. Para el caso de los hombres un atuendo con traje y corbata y en el caso de las féminas un conjunto con pantalones y falda acompañado de chaqueta y corbatín.

### **3.2.3 Procedimientos y trato a las solicitudes de clientes**

Con respecto a los servicios brindados por la Gerencia de grandes clientes, se deben de crear las condiciones que fuesen necesarios para que los mismos posean un elevado índice de eficiencia y aceptación ante nuestros usuarios.

Los requerimientos realizados por los ejecutivos a las respectivas áreas de la empresa que sean relacionados con averías, envío de facturas, confirmación de pagos, y anulación por cargos indebidos que estén debidamente sustentados, serán considerados de urgentes y deberán ser atendidos el mismo día de la solicitud.

Se le respetará el derecho que tienen los clientes para solicitar un servicio a través de los distintos canales de comunicación, teléfonos, internet, comunicación y redes sociales.

Se implementará una campaña de educación a través de Brochures con información de los distintos conceptos emitidos en la factura eléctrica y los equipos que componen los suministros de energía.

En el caso de que a un cliente se le genere una suspensión de servicio, el brigadista deberá informar a cualquier personal que se encuentre en la empresa antes de proceder con el mismo. Luego de que a un cliente se le suspenda el servicio por impago y el mismo realice su pago antes de la jornada laboral, se deberá reconectar el mismo día.

Si el cliente ante una orden de suspensión se comunica con su ejecutivo y este acepta como válido los argumentos del cliente el brigadista deberá retirarse sin ejecutar el corte y se le otorgará no más de cuatro horas para realizar el pago correspondiente.

En el caso de que la fecha de vencimiento de la factura coincidiera con un día no laborable y al contrato se le genere una orden de suspensión, la misma deberá ser pospuesta a no más de 24 horas.

Se deberá de revisar el listado de requisitos para contratación de servicio, cambio de tarifa y/o titularidad, y negociación de deudas a los fines de que sea un proceso menos burocrático para los clientes.

### **3.3 Cronograma de la propuesta**

Los pasos a seguir en lo propuesto tanto en la atención al cliente, la condición de los colaboradores y la modificación de los procesos para solicitudes de clientes debe de iniciar a más tardar el 5 de octubre del año en curso y la misma debe de estar lista para poner en funcionamiento a partir del 16 de noviembre del año

2015, para tales fines se debe de seguir religiosamente el correspondiente cronograma de tarea sin importar cuál sea el área.

### **3.3.1 Programa de actividades para la propuesta**

1. Se presentará de manera preliminar a través de una presentación la propuesta al administrador general para su aprobación formal.
2. Aprobada la propuesta se realizará una reunión con el Administrador y los directores de financiera, seguridad, comercial, legal, regulación, logística, proyectos y centro de operaciones de las Red para la explicación y dar inicio a la misma.
3. Cada director deberá impartir una charla a los colaboradores involucrados en la propuesta.
4. Se realizará la compra de materiales, uniformes y equipos mencionados en la propuesta.
5. Se hará la entrega de los materiales, uniformes y equipos a las áreas y personas correspondientes.
6. Se elaborará el calendario para los cursos de capacitación mencionados en la propuesta.
7. Se reunirá el personal de la Gerencia de Grandes Clientes con el Administrador General para que este último de los detalles de la propuesta.
8. Se pondrá en marcha la propuesta.

### 3.3.2 Diagrama pre-operativo

No. de días anteriores al arranque : 42 días

Fecha de arranque : 16 de noviembre 2015

Actividad	Persona Encargada	Periodo
1	Ejecutivo Comercial	5 de octubre 2015
2	Administración General	7 de octubre 2015
3	Técnico de Organización	8 al 18 de oct. 2015
4	Gestor Administrativo	8 al 30 de oct. 2015
5	Gestor Administrativo	2 al 5 de nov. 2015
6	Técnico de Organización	2 al 5 de nov. 2015
7	Ejecutivo Comercial	9 de nov. 2015
8	Administración General	16 de nov. 2015



### 3.4 Costo de la propuesta

En sentido general el costo de la propuesta es aceptable, asumiendo que mucho de los recursos ya se encuentran en la empresa, por lo que solo sería variar la estrategia actual. Por ejemplo las brigadas, los capacitadores, las aulas, los vigilantes de seguridad, etc.

A continuación vamos a desglosar el costo en que incurriría la empresa con algunos equipos y recursos y con el aumento de sueldo de los ejecutivos de cuentas a los fines de poder llevar a cabo esta propuesta.

En el caso de los sueldos de los ejecutivos los mismos serian aumentados aproximadamente RD\$ 1,700 anualmente el equivalente al 5% del sueldo de los ejecutivos que de RD\$ 34,500.

#### 3.4.1 Listado de Mobiliario y Equipos

Cantidad	Descripción	Valor RD\$	Monto RD\$
6,000	Brochures	1.00	6,000.00
1	Muebles	75,000.00	75,000.00
12	Celulares	3,600.00	43,200.00
5	Sillas	3,000.00	15,000.00
2	Microondas	4,400.00	8,800.00
1	Extractor	2,700.00	2,700.00
1	Bebedero	3,800.00	3,800.00
24	Uniformes	300.00	72,000.00
<b>Total</b>			<b>226,500.00</b>

### 3.5 Áreas involucradas

La propuesta que presentamos necesita de la colaboración constante de todas las áreas para poder ser llevada a cabo con éxito, a continuación vamos a definir las funciones de las áreas involucradas:

**Administración General:** Esta área tendrá como finalidad la aprobación y puesta en función de la propuesta a través de los directores.

**Dirección de Financiera:** Esta área se encargará de dar seguimiento a transferencia de los clientes industriales a través de la las solicitudes de confirmación los ejecutivos de cuentas.

**Dirección de Seguridad:** Con respecto a esta, la misma se encargará de coordinar las tareas de vigilancia y ordenamiento de los parqueos y personal de la Gerencia de Grandes Clientes.

**Dirección Gestión Comercial:** Tendrá como responsabilidad el cumplimiento y seguimiento de la propuesta, asegurando la satisfacción de los colaboradores y clientes.

**Dirección Legal Comercial:** Esta área tendrá como finalidad la pronta respuesta a la solicitud de los ejecutivos de cuentas con respecto a la validación y elaboración de documentos legales.

**Dirección de Logística:** Aquí se trazarán las pautas a seguir y el modus operando de la propuesta.

**Dirección de Gestión de Energía:** Esta área estará encargada de responder de forma inmediata a las solicitudes de los ejecutivos con respecto a la resolución de averías, interrupciones programadas, entre otros.

## CONCLUSIONES

Se dice que hay cosas más importantes que el dinero, y aunque para algunos esto solo es una frase más, yo entiendo que en el tema del Sistema Eléctrico nacional pudiera aplicarse perfectamente, el resolver el problema eléctrico nacional no solo representa un alivio a la carga económica que por más de 50 años ha llevado sobre sus hombros el estado dominicano y por qué no los usuarios, sino que nos pone en una situación cómoda en el largo viaje que estamos recorriendo hacia el desarrollo, en lo que recorreremos este camino las empresas distribuidoras deben contar con el apoyo y el visto bueno de sus clientes para que a medida que pase el tiempo se vayan erradicando todas las malas prácticas o defectos que nos han impedido acelerar la marcha en este largo camino.

Esta propuesta servirá de piloto para este segmento considerable de la empresa Edesur Dominicana como lo son los clientes Industriales, los mismos representan el mayor índice de demanda y exigencia de eficiencia en la empresa, por lo que asumimos que si podemos alcanzar un grado de aceptación considerable en este renglón de clientes, nos será más fácil hacerlo con los clientes corporativos, residenciales y de gobierno, para ello entendemos que con el mejoramiento continuo de los procesos utilizados en la entrega de servicios, la capacitación y la gratificación de los colaboradores son los pilares que sostienen dicha propuesta.

Nuestra convicción es que podamos buscar un modo de hacer que nuestros colaboradores se sientan satisfechos en sus funciones diarias para que de esta manera puedan brindar su mejor rostro ante la necesidad de los clientes, los estudiosos de mayor relevancia en el tema de la atención al cliente reconocen que un empleado contento suele ser empático con el cliente y le representa mejores resultados para la empresa, por esto es que apostamos al compromiso del Administrador General y los directores de cada área para cambiar la percepción que tiene esta empresa ante la población acogiendo y defendiendo esta propuesta.

Lo importante de esta propuesta es que todos al final de cuentas serán beneficiados, en el caso de los clientes obtienen un servicio y atención de calidad, los empleados consiguen un trato digno y un mejoramiento considerable de su calidad de vida, la administración cumple con sus objetivos y la empresa en sentido general se eleva con respecto a la importante responsabilidad que le ha asignado nuestro país.

## RECOMENDACIONES

Luego de agotar el debido procedimiento y acoger las consideraciones de los entrevistados, entendemos que la propuesta abraza los intereses de la empresa, lo que nos motiva a hacer las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda a la administración de Edesur Dominicana, poner en marcha la propuesta para la mejora de la calidad en la atención a los clientes industriales como piloto para establecer las pautas a seguir en todos los sectores de nuestra área de concesión en lo que al mejoramiento continuo se refiere.
2. Recomendamos a la administración general de Edesur Dominicana, establecer mecanismos disciplinarios que sirvan de ejemplo a los colaboradores que no acojan los lineamientos de esta propuesta a los fines de que la misma sea acogida con carácter prioritario en todas las oficinas.
3. Con respecto a las subcontratas se recomienda a la administración general de Edesur Dominicana, la sustitución parcial de las brigadas usadas para funciones técnicas donde sea necesario el contacto con el cliente y establecer un nuevo procedimiento para el manejo de situaciones especiales de emergencia que ameriten de prioridad en la atención de las mismas, además de incluir en el programa de capacitación de maneco corporal a todos los empleados involucrados en esta área.
4. Se recomienda a la empresa en sentido general establecer un mecanismo de seguimiento a las necesidades de los usuarios a los fines de que se puedan registrar cada vez más, mejores índices de eficiencia y aceptación en la sociedad.

5. Con respecto a los colaboradores se recomienda crear las condiciones para que los mismos se sientan en un ambiente acogedor y emocionalmente estables durante la ejecución de sus funciones diarias, de la misma forma sean coordinadas actividades recreativas y de reconocimiento que eleven la moral y el deseo de colaboración de los empleados.
  
6. Con respecto a las áreas se recomienda a la administración general fijar los lineamientos que permitan la centralización de todas las directrices, para que de este modo los procesos fluyan con mayor rapidez y no existan retrasos en la entrega de servicio de los clientes.

## LISTA DE REFERENCIA

Alzate, C. A. (2009). *Cálculo de la productividad de un negocio de generación de energía*. El Cid Editor | apuntes.

Bazán, G. & Ortiz, G. (2010), Productividad Energética. *Energía a Debate*, consultada el 11 de mayo de 2012,

Díaz, N. D. (2011). Ranking financiero: herramienta financiera para medir la productividad de las empresas de comercialización de energía eléctrica. B - Universidad ICESI.

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2011). *Administración y control de la calidad*. México: Cengage Learning Editores.

Blanchard K. Ballard J. y Finch F. (2005). *Clientemanía: nunca es demasiado tarde para construir una compañía centrada en el cliente*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.

Lefcovich, M. L. (2009). *Gestión total de la productividad*. El Cid Editor | apuntes.

Mariana, Sch. Ch. (2008). *Distribución y consumo energético en Chile*. Santiago, Chile. Enfoque Estadístico.

Millán, J. (2005). *Estrategia para el sector energía*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Movimiento Productivo Argentino. (2010). *Propuesta de una política de Estado para el sector energético argentino*. Argentina. Autor.

Pírez, P. (2010). *Las sombras de la luz: distribución eléctrica, configuración urbana y pobreza en la región metropolitana de Buenos Aires*. Argentina. Eudeba.

República Dominicana. Congreso Nacional. (2007). *Ley General de Electricidad*. Santo Domingo de Guzmán.

Wayne D. Hoyer y Deborah J. Machinnis (2010). Comportamiento del consumidor. México. Cengage Learning. Inc.

<http://www.mitecnologico.com/Main/PrestacionesEIncentivos>

<http://energiaadebate.com/productividad>

<http://edesurdominicana.com.do>

## **ANEXOS**

## MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO GGC

### ENCUESTA

Muy buenos días/tardes, somos de la Distribuidora de Electricidad EDESUR Dominicana, estamos interesados en conocer su percepción con relación al servicio prestado por los Ejecutivos Comerciales de la Gerencia de Grandes Clientes, por lo que agradecemos su colaboración contestando por esta vía la siguiente encuesta:

#### 1. ¿Conoce usted a su Ejecutivo Comercial?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

1.1 En caso de ser afirmativo, califique los siguientes **SERVICIOS** ofrecidos por el Ejecutivo utilizando una escala del 1 al 4, donde 1 es Muy insatisfactorio y 4 Muy Satisfecho:

4	Muy Satisfecho
3	Satisfecho
2	Insatisfecho
1	Muy Insatisfecho

1      2      3      4

N/A

Tiempo de Respuesta en los reclamos					
Envío a tiempo de facturas					
Retroalimentación o seguimiento del Ejecutivo sobre solución de problemas					

2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la **ACTITUD** del personal que lo ha atendido en la GGC?

4 N/A

1 2 3

Forma de expresión y comunicación del Ejecutivo					
Amabilidad y cortesía					
Nivel de Profesionalismo					
Empatía con sus necesidades					
Disposición a resolver problemas					
Dominio y conocimiento de los temas por parte del Ejecutivo					

3. ¿Cómo evaluaría la **FACILIDAD PARA CONTACTAR** a su Ejecutivo Comercial Asignado?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

4. ¿Ha visitado las **INSTALACIONES FISICAS** de la GGC?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4.1 En caso afirmativo, califique el acceso y comodidad del espacio:

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

5. Si considera, por favor indique de una a tres **RECOMENDACIONES** necesarias para mejorar esta GGC:

1)

---

---

2)

---

---

3)

---

---



**Vicerrectoría de Estudios de Posgrado  
Maestría en Gerencia y Productividad**

**Anteproyecto**

**Título**

**“PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO A LOS  
CLIENTES INDUSTRIALES DEL SECTOR SANTO DOMINGO EN EDESUR  
DOMINICANA PARA EL AÑO 2015”**

**Sustentante**

Alfri Gustavo López Hernández, Matrícula 2013-0482

**Asesor (a):**

Dra. Mirtha Gonzáles

Santo Domingo, D.N.

Abril, 2015

## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA**

## **1.1 Planteamiento del problema de investigación:**

Los clientes industriales en el sector Santo Domingo representan en su gran mayoría la parte de los clientes de la empresa que demandan mejores parámetros de calidad y a los que más difíciles les resulta a la empresa satisfacer a plenitud. Muchos de ellos se quejan por ejemplo por la lentitud con la que la empresa responde a la solución de alguna falla técnica o avería en su sistema eléctrico , algunos manifiestan por otro lado que no entienden los cargos desglosados en su factura mensual alegando que son conceptos propios del lenguaje técnico y que solo pueden ser interpretados perfectamente por técnicos o ingenieros eléctricos, esta limitante obliga a dichos clientes a tener que desembolsar grandes cantidades de dinero sin el claro entendimiento de que se le está facturando y que se le está cobrando, puesto que no se pueden dar el lujo de que la empresa les suspenda el servicio ya que incurrirían en un gasto significativo con respecto al combustible que consumiría su generador de emergencia.

Se da otra situación entre los pocos clientes que si entienden los cargos reflejados en su factura y es que desconocen el modelo de negocio y los contratos que la distribuidora de electricidad sostiene con los proveedores que en este caso serían los generadores de electricidad, y es que se encuentran abusivos los métodos utilizados para el cálculo de su demanda, además de esto desconocen que el Gobierno destina sumas millonarias a los fines de subsidiar la tarifa eléctrica y que La Ley General de Electricidad establece que solo la Superintendencia de Electricidad SIE puede variar los precios de dicha factura.

Otras de las inquietudes que presentan los clientes son retrasos en la entrega de sus facturas y en la aprobación de los planos eléctricos sometidos, la burocracia en los procesos, la falta de disponibilidad de parqueos en las oficinas comerciales y administrativas, etc.

### **Formulación**

¿Por qué es necesario una propuesta de mejora para la atención a los clientes del sector Santo Domingo en EDESUR Dominicana para el año 2015?

## **Sistematización**

¿En qué medida afecta a la empresa en sentido general la deficiencia en la atención a los clientes Industriales?

¿Cuáles son los factores principales que afectan la atención a los clientes Industriales?

¿Cuáles son las principales causas de insatisfacción de los clientes Industriales?

## **1.2 Objetivos de la investigación.**

### **1.2.1 Objetivo general**

- Analizar la calidad del servicio a los clientes industriales del sector Santo Domingo en EDESUR Dominicana año 2015.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes Industriales del sector Santo Domingo en EDESUR Dominicana.
- Cuantificar las principales causas de retrasos en la solución de fallas técnicas o averías del servicio eléctrico y analizar los mecanismos de entrega de facturas para los clientes industriales.
- Medir el nivel de atención al cliente de los ejecutivos de cuentas asignados a los clientes.

## **1.3 Justificación de la investigación**

Si es cierto que EDESUR es la única empresa distribuidora de electricidad de nuestra área de concesión y que por tal razón no tiene competencia que nos presione a ofrecer mejores servicio para retener a los clientes, sin embargo es inevitable reconocer que los servicios demandados por el cliente ejercen una fuerte presión a la empresa por el factor tan relevante que representa la energía eléctrica para cualquier tipo de cliente, es por tal razón que resulta importante realizar este estudio a los fines de poder alienar a en la dirección correcta el servicio en sentido general.

El análisis en el servicio de los clientes industriales no solo traerá consigo el pago satisfecho y puntual de parte del cliente, sino que nos permitirá atraer cierta cantidad de consumidores que en la actualidad se encuentran utilizando plantas eléctricas, por lo que esos mismos estarían aumentando nuestra cartera de clientes y ellos de manera directa estarían ahorrando el costo por combustible y mantenimiento que representa la autogeneración.

Otro aporte positivo que se puede sumar, sería en lo interno, permitiendo un buen desenvolvimiento de los colaboradores que dependen de otras áreas, en el caso de los ejecutivos que tratan directamente con sus carteras de clientes, estos se verían liberados de la gran presión que representan los clientes molestos, además de sentir la satisfacción del deber cumplido.

En efecto con todo este análisis la empresa podrá identificar todas las limitaciones y debilidades que posee, para superarlas y convertirlas en fortalezas para el bienestar de los clientes y los empleados de la distribuidora.

En otras palabras se podrá responder en un corto tiempo a una avería o emergencia en un circuito determinado, podremos entregar sin retrasos las facturas a cada clientes, se podrá transmitir con claridad los conceptos técnicos que aparecen en la factura, se podrá avisar previamente cualquier tipo de interrupción programada para que el cliente tome las medidas necesarias para continuar con sus funciones productivas durante este tiempo, además de que internamente se tendrá empleados más motivados y menos estresados, se alcanzará con más

rapidez y facilidad los objetivos financieros y sobre todo la imagen de la compañía será proyectada positivamente a los ojos de nuestros usuarios.

## **1.4 Aspectos Metodológicos**

### **A. Metodología**

El desarrollo del tema central de esta investigación se enfocará en recopilar información a través del método exploratorio, determinando casos puntuales en los que podamos estudiar situaciones relevantes con respecto a clientes y servicios solicitados, y de dichas situaciones analizar causas, efectos, experiencias, recomendaciones y posibilidades de mejora.

### **B. Técnicas**

#### **Fuentes Primarias**

La investigación con respecto a este proyecto se basará en recolección de datos tanto de los clientes como de la empresa los cuales han sido registrados en las diferentes áreas y servicios que están ligados de forma directa o indirecta en la gestión de los clientes industriales.

En adición a estos haremos uso de los informes estadísticos existentes y los actualizaremos basados en reacciones actuales que encontraremos en entrevistas a los clientes y personal de la empresa seleccionados.

#### **Fuentes Secundaria:**

El marco conceptual será reforzado con libros especializados, revistas, diccionarios y páginas web que estén relacionados con tema de investigación.

**CAPÍTULO 2**  
**MARCO TEÓRICO**

## 2.1 Antecedentes del problema

De acuerdo a al sitio web de la universidad del caribe de México (Mexico) la calidad no es un enigma tampoco algo tratado en la actualidad es un tema de gran relevancia en las antiguas culturas e imperios, ya cuando los jefes de los reyes y faraones exigían mejores materiales y mejores materias primas para su propio beneficio.

Tenemos por ejemplo el muy mencionado Código Hammurabi 2000 años antes de cristo que ha sido una clara referencia de calidad , el cual expresaba sobre la gran responsabilidad que tenían los albañiles constructores si una casa elaborada por ellos colapsaba sobre sus propietarios.

En el caso de los fenicios los antecedentes de los mismos se manifiestan sobre la posibilidad de cortarle la mano a la persona responsable una herramienta mal fabricada.

Tanto en las construcciones de la época de los Egipcios 1500 años de Cristo, como también en América Central Durante la época de los mayas era utilizada la peculiar técnica de calidad de comprobar los bloques de piedra a través de unos trozos de cuerda.

Siglos más tardes, con el surgir de los gremios y la organización de fabricantes y comerciantes, comenzaron a presentarse diferentes controles de calidad, un claro antecedente de la calidad de hoy en día. Los propios gobiernos fijaban las distintas normas de modo que el individuo que trabajaba conocía exactamente las especificaciones de fabricación, sin necesidad de terminar asesinado o mutilado.

Al momento de la llegada de la Revolución Industrial, se comenzó a fabricar todo tipo de producto pero a gran escala, lo que implicaba un mayor control de la calidad. Distintas piezas que se ensamblaban después unas con otras, todos estos procesos de fabricación en cadena implicaban que toda la cadena de producción se basase en las mismas medidas de control de calidad.

La Revolución Industrial, que anteriormente requería de la mano de obra para la fabricación de bienes y servicios, trae consigo que hombre, mujer y máquina se unieran a los fines de elevar la calidad de los productos, pero para ese entonces solo se exigían una cantidad de piezas con ciertos parámetros de calidad.

Hoy en día los niveles de competitividad exigen otros márgenes de innovación y calidad, incluso con el pasar de los tiempos ha variado la forma en como deben agruparse las personas dentro de la organización a los fines de obtener el que debería ser el objetivo común de todos, “La calidad total”.

En el siglo XX con la llegada de los avances tecnológicos ha permitido que cualquier clase social se beneficie de todo tipo de productos antes sólo reservados para las clases más altas, millones de productos se fabrican para llegar a un mercado floreciente y cada vez mayor. La especialización está creando un mundo de mercado cada vez más competitivo que exige de nuevas mejoras y nuevas referencias de calidad.

## **Entre los principales impulsores del tema de la calidad en el siglo xx encontramos los siguientes:**

### **Edwards W. Deming**

‘Deming demostró los altos costos en que una empresa incurre cuando no tiene un proceso planeado para administrar su calidad, el desperdicio de materiales y Productos rechazados, el costo de trabajar dos o más veces los productos para eliminarles defectos, o las reposiciones o compensaciones pagadas a los clientes por fallas. También demostró que cualquier empresa podría tener el doble de utilidades si reduce los “costos de calidad”. En el libro “Calidad, Productividad y Posición Competitiva”, Deming presenta los 14 puntos para lograr calidad, productividad y posición competitiva. (Mexico)

## **Joseph M. Juran**

Fue profesor de la Universidad de Nueva York y a mediados de los años cincuenta enseñó en Japón conceptos de administración por calidad. En su libro “Juran en el liderazgo para la calidad” resume su conocimiento en el área de la calidad total. Participó en la American Society for Quality Control (ASQC). (Mexico)

## **Armand V. Feigenbaum**

En 1956 introdujo por primera vez la frase “control de calidad total” y publicó un libro con ese título. Su idea de la calidad es un modo de vida corporativo, un modo de administrar la organización. De acuerdo con Feigenbaum, para que el control de calidad sea efectivo, se debe iniciar con el diseño del producto y terminar sólo cuando se encuentra en manos de un consumidor satisfecho. La calidad es trabajo de todos y de cada uno de los que intervienen en el proceso. Calidad involucra la implementación técnica y administrativa de actividades orientadas hacia el cliente. (Mexico)

## **Kaoru Ishikawa**

Fue el primer autor que intentó destacar las diferencias entre los estilos de administración japonés y occidentales. Su hipótesis fue que las diferentes características culturales en ambas sociedades fueron la clave del éxito japonés en calidad. Sus ideas se publicaron en el libro “El control total de calidad: la modalidad japonesa”. Sus aportaciones tuvieron una gran influencia en Japón y en el resto del mundo. (Mexico)

## **Philp B. Crosby**

En los años setenta propuso un programa de 14 pasos al que llamó “Cero defectos” en su libro “La Calidad no Cuesta”. También presentó una prescripción para la salud corporativa y una vacuna de calidad. Ha trabajado como asesor de la industria estadounidense durante los últimos 40 años. (Mexico)

Crosby afirma que la calidad está basada en cuatro principios absolutos:

- Calidad es cumplir con los requisitos.
- El sistema de calidad es la prevención.
- El estándar de realización es cero defectos.
- La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.

## **Genichi Taguchi.**

Su principal aportación es el desarrollo de métodos de mejoramiento de la productividad. Aporta ideas muy importantes en cuanto a la forma de visualizar y entender la reducción de la variabilidad, que es lo que inicialmente originó el interés por la calidad. Su aportación es débil en la parte administrativa de la calidad.

El pensamiento de Taguchi se basa en dos conceptos fundamentales:

1. Productos atractivos al cliente. Los clientes desean comprar productos que atraigan su atención y que realicen la función para la que fueron diseñados.
2. Ofrecer mejores productos que la competencia. Los productos deben ser mejor que los de la competencia en cuanto a diseño (calidad del diseño) y precio.

Deben tener un mínimo de variación entre sí, además de ser resistentes al deterioro y a factores externos a su operación. (Mexico)

## **2.2 Marco conceptual**

**ACOMETIDA:** Es el conjunto de elementos comprendidos entre el punto de empalme a la red de la Empresa Distribuidora, al nivel de tensión contratada, y el punto de entrega al Usuario, conjuntamente con los equipos de medición; cuando la medición es directa el punto de entrega está en los bornes de salida del medidor. (Ley General de Electricidad, 2001, Congreso Nacional)

**ACTIVIDAD DE COMERCIALIZACIÓN:** Presentación del servicio de comercialización de electricidad por parte de una Empresa Comercializadora, a los usuarios finales. *(Ibid)*

**ACTIVIDAD DE DISTRIBUCIÓN:** Presentación del servicio de distribución de electricidad por parte de una Empresa Distribuidora a los usuarios finales. *(Ibidem)*

**AUTOPRODUCTORES:** Entidades o empresas que disponen de generación propia para su consumo de electricidad, independientemente de su proceso productivo, que eventualmente, a través del SENI, venden a terceros sus excedentes de potencia o de energía eléctrica. *(Ibid)*

**CARGA INSTALADA:** Es la suma de todas las potencias nominales continuas de los aparatos de consumo conectados a un sistema o a parte de él, se expresa generalmente en kVA, MVA, kW o MW. *(Ibidem)*

**CARGO FIJO MENSUAL:** Es independiente del consumo del cliente y se aplicará incluso si dicho consumo es nulo. *(Ibid)*

**CARGO POR ENERGÍA:** Se obtendrá multiplicando los kilowatts-hora de consumo de energía por su precio unitario. *(Ibidem)*

**CARGO POR POTENCIA MÁXIMA:** Se obtendrá multiplicando la potencia máxima del cliente en kilowatts por su precio unitario y se aplicará incluso si el consumo de energía es nulo. *(Ibid)*

**CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA PREPAGADO:** Cantidad de energía eléctrica a la que tiene derecho el cliente o usuario de servicio público de electricidad por el valor prepago, definida al momento en que el suscriptor o

cliente active el prepago a través del mecanismo que la Empresa Distribuidora disponga..(Ibidem)

**COSTO DE DESABASTECIMIENTO O ENERGÍA NO SERVIDA:** Es el costo en que incurren los clientes, al no disponer de energía y tener que obtenerla de fuentes alternativas, o bien la pérdida económica derivada de la falta de producción y/o venta de bienes y servicios. El monto de este costo será establecido mediante Resolución de la Superintendencia de Electricidad. .(Ibid)

**CUTOUT:** Elemento de protección (fusible) que se dispara por aumento brusco del flujo de corriente (corto circuito) a los fines de que no sean afectados los eléctricos del usuario y/o empresa..(Ibidem)

**DIGENOR:** Es la entidad encargada de la certificación de la metrología a nivel nacional y en el caso específico del sistema eléctrico, es la encargada de certificar la calibración de los medidores de energía y potencia para los clientes regulados y no regulados..(Ibid)

**EQUIPOS DE MEDICIÓN:** Conjunto de equipos y de herramientas tecnológicas que son utilizados para medir y registrar la electricidad entregada en los puntos de medición. .(Ibidem)

**EMPRESA DISTRIBUIDORA:** Empresa beneficiaria de una concesión para explotar obras eléctricas de distribución, cuyo objetivo principal es distribuir y comercializar energía eléctrica a clientes o usuarios del servicio eléctrico público, dentro de su zona de concesión. .(Ibid)

**EMPRESA DE GENERACIÓN:** Empresa eléctrica cuyo objetivo principal es operar una o varias unidades de generación eléctrica. .(Ibidem)

**FUERZA MAYOR:** Acontecimiento (fuerza de la naturaleza, hecho de un tercero, hecho de la autoridad gubernamental o del estado) que no ha podido ser previsto ni impedido, y que libera al agente deudor por no poder cumplir su obligación frente al tercero que ha resultado afectado, por la imposibilidad de evitarlo. .(Ibid)

**HORAS DE PUNTA:** Se entenderá por horas de punta al período comprendido entre las 18:30 y las 23:00 horas de cada día del año..(*Ibidem*)

**LÍNEA DE DISTRIBUCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO:** Línea de distribución establecida por una Empresa Distribuidora dentro de su zona de concesión..(*Ibid*)

**MEDIA TENSIÓN:** Redes cuyo voltaje es inferior o igual a 34.5 kV y superior o igual a 1.000 Volts..(*Ibidem*)

**MEDIDOR:** Es el instrumento electromecánico o electrónico utilizado para registrar el consumo de electricidad de un suministro..(*Ibid*)

**OCUPANTE:** Toda persona que se encuentre en el inmueble a título de propietario, inquilino, en calidad de préstamo o cualquier otra condición que implique el usufructo del inmueble, por el periodo que dure su estadía. .(*Ibidem*)

**PGASE:** Es la Procuraduría General Adjunta para el Sector Eléctrico, creada en virtud del Art. 125-4 de la Ley General de Electricidad, No. 125-01 y sus modificaciones, como dependencia especial de la Procuraduría General de la República con competencia en el Sector Eléctrico..(*Ibid*)

**POTENCIA CONECTADA:** Potencia máxima que es capaz de demandar un usuario final, dada la capacidad de la conexión y de sus instalaciones..(*Ibidem*)

**POTENCIA DE PUNTA:** Potencia máxima en la curva de carga anual..(*Ibid*)

**POTENCIA DISPONIBLE:** Se entiende por potencia disponible en cada instante, la mayor potencia a que puede operar una planta, descontando las detenciones programadas por mantenimiento, las detenciones forzadas y las limitaciones de potencia debidas a fallas en las instalaciones. .(*Ibidem*)

**PROTECOM:** Es la Oficina de Protección al Consumidor de Electricidad, cuerpo dependiente de la Superintendencia de Electricidad, creada por el Artículo 121 LGE..(*Ibid*)

**RECARGO FACTOR DE POTENCIA:** La facturación por consumos efectuados a instalaciones cuyo factor de potencia medio mensual es inferior a 0.90, se recargará en un 1% por cada 0.01 en que dicho factor baje de 0.90..(*Ibidem*)

**RED DE DISTRIBUCIÓN:** Corresponde a las instalaciones de media y baja tensión destinadas a transferir electricidad, desde el seccionador de barra del interruptor de alta del transformador de potencia en las subestaciones de distribución, hasta el medidor de energía de los clientes, dentro de la Zona de Concesión..(*Ibid*)

**RACIONAMIENTO:** Estado declarado por la Superintendencia de Electricidad mediante Resolución, en el cual, el Sistema Eléctrico no es capaz de abastecer la demanda por causas de fallas prolongadas de unidades termoeléctricas, sequías, fuerza mayor, u otras causas que no hayan sido previamente consideradas y que afecten de manera sensible el desenvolvimiento del SENI. .(*Ibidem*)

**SELLO DE SEGURIDAD:** Elemento de propiedad exclusiva de la Empresa Distribuidora que consiste en una especie de candado no reutilizable que sirve para impedir el acceso a los elementos del equipo de medición, a menos que el sello sea cortado..(*Ibid*)

**SERVICIO PÚBLICO DE DISTRIBUCIÓN DE ELECTRICIDAD:** Suministro a precios regulados de una Empresa Distribuidora, a Clientes o Usuarios del Servicio Público de Electricidad ubicados en sus zonas de concesión, o que se conecten a las instalaciones de la concesionaria mediante líneas propias o de terceros. .(*Ibidem*)

**SIE:** Es la Superintendencia de Electricidad, órgano regulador del sub-sector eléctrico dominicano, creada por la Ley General de Electricidad No. 125-01..(*Ibid*)

**SISTEMA ELÉCTRICO NACIONAL INTERCONECTADO (SENI):** Conjunto de instalaciones de unidades eléctricas generadoras, líneas de transmisión, subestaciones eléctricas y de líneas de distribución interconectadas entre sí, que

permite generar, transportar y distribuir electricidad, bajo la programación de operaciones del Organismo Coordinador..(*Ibidem*)

**SUMINISTROS PROVISIONALES:** Se consideran suministros provisionales aquellos que se solicitan por períodos definidos de tiempo y con un plazo máximo de duración inferior a un (1) año. .(*Ibid*)

**TRANSFORMADORES DE MEDICIÓN:** Son transformadores auxiliares utilizados en acometidas con medición indirecta que permiten reducir en determinadas proporciones los valores de corriente y de tensión de la acometida para fines de medición; son de dos tipos: (i) transformadores de potencial, comúnmente denominados como “PT’s”, por las siglas de “*potentialtransformer*”, de la denominación en inglés; y (ii) transformadores de corriente, comúnmente denominados como “CT’s”, por las siglas de “*currenttransformer*”, de la denominación en inglés..(*Ibidem*)

**USUARIO O CONSUMIDOR FINAL:** Corresponde a la persona natural o jurídica, cliente de la Empresa Distribuidora, que utiliza la energía eléctrica para su consumo..(*Ibid*)

**USUARIOS REGULADOS:** Usuarios que reciben el Servicio Público de Distribución a precios regulados por la Superintendencia de Electricidad..(*Ibidem*)

**ZONA DE DISTRIBUCIÓN:** Área geográfica bajo concesión de distribución, en la que el servicio eléctrico presenta características similares propias del mercado, tales como la densidad de la demanda, parámetros físicos u otros que inciden en el costo del servicio..(*Ibid*)

## **2.3 Marco Contextual**

Según lo establece el sitio web de la empresa Edesur Dominicana (EDESUR, 2015) EDESUR, S.A., es una de las empresas estatales distribuidoras de electricidad de República Dominicana, tiene un área de concesión que se inicia en

la acera oeste de la Avenida Máximo Gómez, en el Distrito Nacional y termina en la provincia fronteriza de Elías Piña. Tiene su origen en el conjunto de medidas que adoptó el presidente Leonel Fernández en su primera administración para superar la crisis eléctrica que afectaba el desarrollo de la vida nacional.

El 24 de junio de 1997, el Jefe del Estado promulgó la ley 141-97, de Reforma de la Empresa Pública. El servicio de energía eléctrica, originalmente manejado por empresas extranjeras, desde que fue adquirido por el Estado en 1955, había sido administrado como un instrumento político, condicionado a prácticas permisivas y clientelistas que distorsionaron su naturaleza comercial.

Apoyado en la nueva legislación y la ley Orgánica de la Corporación Dominicana de Electricidad, la número 4115 del 21 de abril de 1955, el presidente Fernández emitió el decreto 464-98 del 13 de diciembre de 1999, en virtud del cual autorizó a la Corporación Dominicana de Electricidad a aportar los activos de su propiedad, seleccionados por la Comisión de Reforma de la Empresa Pública, para la integración del capital pagado de las cinco nuevas sociedades anónimas a ser constituidas de conformidad con las disposiciones de la nueva Ley General de Reforma de la Empresa Pública, es decir: Empresa Generadora de Electricidad HAINA, S.A.; Empresa Generadora de Electricidad ITABO, S.A.; Empresa Distribuidora de Electricidad del Norte, S.A.; Empresa Distribuidora de Electricidad del Sur, S.A.; y Empresa Distribuidora de Electricidad del Este, S.A.

En septiembre de 2003, el Gobierno del presidente Hipólito Mejía compró las acciones de Unión Fenosa en EDESUR y EDENORTE, lo que provocó un retroceso que agravó la situación de las compañías, pues se establecieron los apagones financieros. .

Las empresas distribuidoras estatizadas aumentaron el flujo negativo de caja y el Gobierno no suministró los recursos requeridos para cubrir el déficit. En consecuencia, el 16 de agosto de 2004, casi la mitad de la electricidad que se producía se perdía o no se pagaba. La recuperación de la calidad del servicio se evidencia en los circuitos 24 horas que garantizan energía permanente a los

sectores que colaboran con la empresa hasta lograr reducir las pérdidas en por lo menos un 85 por ciento. En 2004 no había ningún circuito 24 horas. En la actualidad hay cientos de circuitos del área de concesión de EDESUR que reciben energía las 24 horas del día. Esto ha sido posible con acuerdos entre EDESUR y las comunidades que asumen la responsabilidad de pagar su consumo de energía y rechazar las distintas formas de fraude.

## **Misión, Visión & Valores**

### **MISIÓN**

EDESUR Dominicana es la empresa de servicio que distribuye y comercializa energía eléctrica en nuestra área de concesión, comprometida con la calidad, mejorando continuamente los procesos con capital humano íntegro, calificado y tecnología de vanguardia, garantizando la rentabilidad financiera, la satisfacción de nuestros clientes y contribuyendo al desarrollo sostenible del país. (EDESUR, 2015)

### **VISIÓN**

Tienen como visión ser líder en calidad de servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica, convertida en una empresa rentable y eficiente, sirviendo de modelo en República Dominicana y el Caribe. (EDESUR, 2015)

### **VALORES**

#### **\* Trabajo en equipo**

Participamos en grupo activamente en la consecución de metas comunes, manteniendo una alta disposición en el desarrollo de los objetivos. (EDESUR, 2015)

**\* Honestidad**

Nuestra rectitud, dignidad y ética contribuirá al aumento de la confianza de la sociedad respecto a la empresa. (EDESUR, 2015)

**\* Orientación al cambio**

Nos esforzamos cada día en optimizar los procesos y tareas en todas las áreas de la organización, adaptándonos a los nuevos requerimientos de nuestros clientes. (EDESUR, 2015)

**\* Compromiso**

Tenemos la convicción del cumplimiento cabal de los objetivos planeados en función de nuestros clientes y el medio ambiente. (EDESUR, 2015)

**\* Entusiasmo**

Hacemos las cosas con alegría y pasión, nos gusta participar, apoyar y compartir con el equipo, para lograr los resultados. (EDESUR, 2015)

**\* Servicio al cliente**

Buscamos permanentemente satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer un servicio de alta calidad. (EDESUR, 2015)

**CAPÍTULO 3**  
**MARCO METODOLÓGICO**

## **Marco Metodológico**

### **Métodos**

Observación

### **Técnicas**

Cuestionarios a los clientes

Entrevistas a los colaboradores de la empresa.

## **Tabla de contenido**

### **CAPÍTULO I: LA CALIDAD DEL SERVICIO**

**Objetivo: Establecer las técnicas y estrategias de calidad necesarias para el buen desempeño al brindar un servicio.**

#### **1.1 Reseña Histórica de la calidad del servicio**

#### **1.2 Conceptos generales de la Calidad del Servicio**

##### **1.2.1 Elementos de la Calidad del Servicio**

**1.2.2 Influencia de la Calidad del Servicio en una empresa.**

**1.2.3 Relación de los objetivos con la Calidad del Servicio.**

**1.2.4 Responsabilidades de un líder con la Calidad del Servicio.**

### **CAPITULO II: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES EDESUR DOMINICA AÑO 2015.**

**Objetivo: presentar la situación actual de la atención a los clientes Industriales de Edesur Dominicana e identificar los aspectos con necesidad de mejora.**

## **CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO A CLIENTES INDUSTRIALES DE EDESUR**

**Objetivo: Plantear las posibles soluciones que proponen colaboradores expertos en la materia que viven día a día las necesidades de la empresa.**

### **BIBLIOGRAFÍA**

Alzate, C. A. (2009). *Cálculo de la productividad de un negocio de generación de energía*. El Cid Editor | apuntes.

Bazán, G. & Ortiz, G. (2010), *Productividad Energética*. *Energía a Debate*, consultada el 11 de Mayo de 2012,

Díaz, N. D. (2011). *Ranking financiero: herramienta financiera para medir la productividad de las empresas de comercialización de energía eléctrica*. B - Universidad ICESI.

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2011). *Administración y control de la calidad*. México: CengageLearning Editores.

Lefcovich, M. L. (2009). *Gestión total de la productividad*. El Cid Editor | apuntes.

Mariana, Sch. Ch. (2008). *Distribución y consumo energético en Chile*. Santiago, Chile. Enfoque Estadístico.

Millán, J. (2005). *Estrategia para el sector energía*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Movimiento Productivo Argentino. (2010). *Propuesta de una política de Estado para el sector energético argentino*. Argentina. Autor.

Pírez, P. (2010). *Las sombras de la luz: distribución eléctrica, configuración urbana y pobreza en la región metropolitana de Buenos Aires*. Argentina. Eudeba.

Republica Dominicana. Congreso Nacional. (2007). Ley General de Electricidad. Santo Domingo de Guzmán.

Soto Landeros, L. (05 de 05 de 2010). *mitecnologico.com.*, de Mi Tecnológico: <http://www.mitecnologico.com/Main/PrestacionesEIncentivos>

<http://energiaadebate.com/productividad-energetica/>

<http://edesurdominicana.com.do>

## ANEXOS

### MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO GGC

#### ENCUESTA

Muy buenos días/tardes, somos de la Distribuidora de Electricidad EDESUR Dominicana, estamos interesados en conocer su percepción con relación al servicio prestado por los Ejecutivos Comerciales de la Gerencia de Grandes Clientes, por lo que agradecemos su colaboración contestando por esta vía la siguiente encuesta:

#### 6. ¿Conoce usted a su Ejecutivo Comercial?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

#### 6.1 En caso de ser afirmativo, califique los siguientes **SERVICIOS** ofrecidos por el Ejecutivo utilizando una escala del 1 al 4, donde 1 es Muy insatisfactorio y 4 Muy Satisfecho:

4	Muy Satisfecho
3	Satisfecho
2	Insatisfecho
1	Muy Insatisfecho

1      2      3      4      N/A

Tiempo de Respuesta en los reclamos					
Envío a tiempo de facturas					
Retroalimentación o seguimiento del Ejecutivo sobre					

solución de problemas					
-----------------------	--	--	--	--	--

**7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la **ACTITUD** del personal que lo ha atendido en la GGC?**

**1      2      3      4      N/A**

Forma de expresión y comunicación del Ejecutivo					
Amabilidad y cortesía					
Nivel de Profesionalismo					
Empatía con sus necesidades					
Disposición a resolver problemas					
Dominio y conocimiento de los temas por parte del Ejecutivo					

**8. ¿Cómo evaluaría la **FACILIDAD PARA CONTACTAR** a su Ejecutivo Comercial Asignado?**

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

**9. ¿Ha visitado las **INSTALACIONES FISICAS** de la GGC?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**9.1 En caso afirmativo, califique el acceso y comodidad del espacio:**

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

**10. Si considera, por favor indique de una a tres **RECOMENDACIONES** necesarias para mejorar esta GGC:**

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_