


Información General

Facultad: Ciencias socioeconómicas y empresariales			
Programa Académico: Tecnología en mercadeo y gestión comercial		Grupo(s) de Investigación: Grupo de Investigación en Marketing Estratégico - GIMA	
Nombre del semillero / Sigla: Semillero de Investigación en Marketing – SEI+MARK		Fecha creación: 07/09/2007	
		Regional: Bucaramanga	
			
Líneas de Investigación: Comportamiento del consumidor, Marketing estratégico, Marketing digital			
Áreas del saber *			
1. Ciencias Naturales		2. Ingeniería y Tecnologías	
3. Ciencias Médicas y de la Salud		4. Ciencias Agrícolas	
5. Ciencias sociales	X	6. Humanidades	

Información del director del Proyecto

Nombre: Cyril Castex		No. de identificación: C.E. 341.723	Lugar de expedición: Bucaramanga
Nivel de Formación Académica (Pregrado / Postgrado / Link de CvLAC):			
Pregrado: Administrador de Empresas			
Postgrado: Magister en Marketing			
Link CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001616939			
Celular: 301.694.52.98		Correo Electrónico: cgerard@correo.uts.edu.co	

Información de los autores

Nombre	No. de Identificación y lugar de expedición	Celular	Correo Electrónico
Paula Andrea Díaz Landinez	1.005.210.738 Lebrija	315.808.93.12	pauladiaz1612@hotmail.com
Mónica Carolina Montoya Díaz	1.100.896.916 Rionegro	320.314.83.26	carolinamd32@gmail.com

Proyecto

1. Título del Proyecto: Investigación de mercados para conocer y medir la calidad del servicio al usuario de la Electrificadora de Santander (ESSA) en Bucaramanga y su área Metropolitana, Año 2021.	Modalidad del Proyecto **				
	PA	PI	TG	RE	Otra. ¿Cuál?
	X				
2. Resumen del trabajo					
<p>Este proyecto de investigación tiene como propósito resolver la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo dar a entender la importancia fundamental de la calidad del servicio al cliente como clave de éxito social a los administradores de la Electrificadora de Santander y ayudarlos a mejorar este aspecto? El presente proyecto pretende estudiar la calidad del servicio al cliente de la Electrificadora de Santander en el año 2021 con la finalidad de conocer todo lo relacionado con el servicio al cliente, tales como quejas, reclamos, inquietudes, inconvenientes encontrados, aspectos que se deben mejorar, calidad de la asesoría y tiempo de resolución de solicitudes, entre otros factores.</p>					

A nivel de la metodología de trabajo, se realizó una revisión de literatura seguida de la aplicación de un instrumento de tipo investigación descriptiva que tuvo como objetivo describir sistemáticamente las apreciaciones de los usuarios en relación con la calidad de servicio la Electrificadora de Santander. La metodología utilizada fue una revisión de literatura científica y la aplicación de un instrumento (n=563). La técnica estadística que se aplicó fue la aplicación de las funciones asimetría y curtosis. Los resultados obtenidos permitieron las problemáticas encontradas a nivel del servicio al cliente de la Electrificadora de Santander. Las conclusiones permitieron obtener informaciones que podrán ayudar estas en su toma de decisión con recomendaciones para mejorar la calidad del servicio al cliente de estas mismas.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercados para conocer y medir la calidad del servicio al cliente la Electrificadora de Santander, año 2021.

3.2. Objetivos específicos

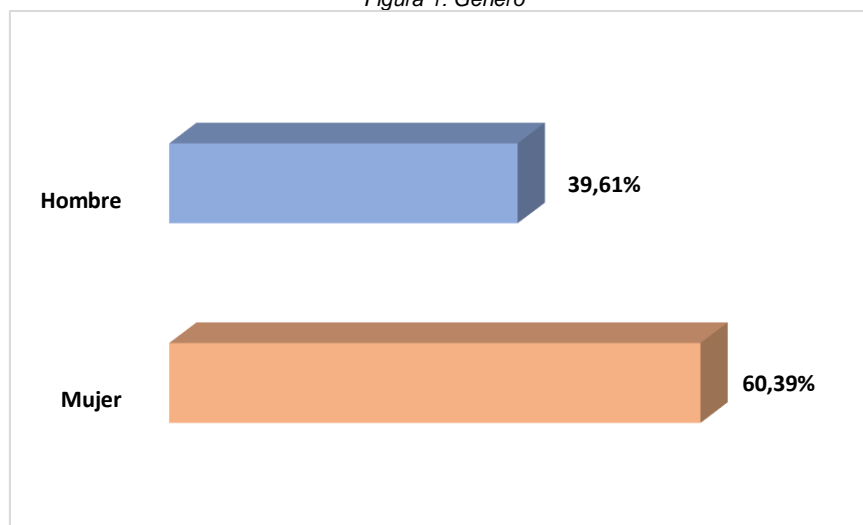
- Diseñar un instrumento, que permita identificar la percepción de los consumidores a nivel de la calidad del servicio al cliente de plataformas de la Electrificadora de Santander
- Conocer las opiniones de los clientes (Necesidades, quejas, reclamos, sugerencias) a través de una investigación de mercados descriptiva.
- Recomendar estrategias para la implementación y/o el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente de la Electrificadora de Santander

4. Análisis de resultados

4.1. Preguntas demográficas

4.1.1. Genero

Figura 1: Genero



Fuente: Elaboración propia

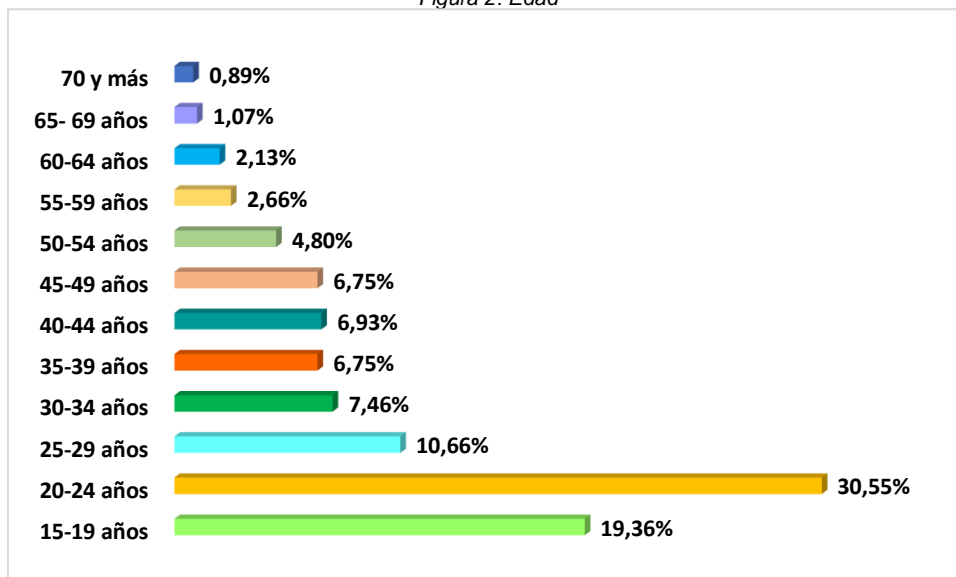
Tabla 1: Genero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	340	60,39%
Hombre	223	39,61%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Edad

Figura 2: Edad



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 2, más del 60% de la muestra tiene menos de 30 años, mientras que casi el 40% es mayor de 30 años. Esto significa que la población es joven y se preocupa por mejorar el servicio de atención al cliente prestado por la ESSA en Bucaramanga y su Área metropolitana.

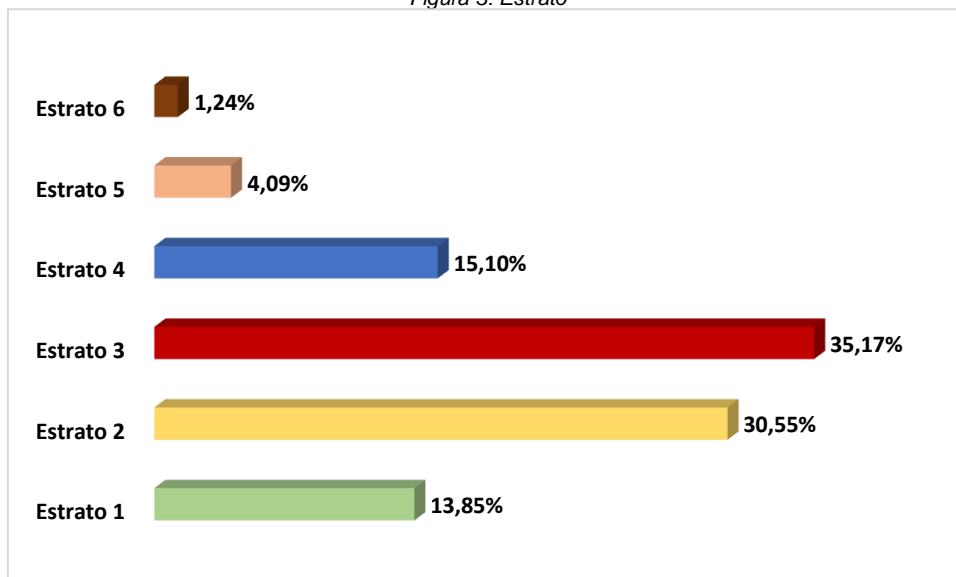
Tabla 2: Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-19 años	109	19,36%
20-24 años	172	30,55%
25-29 años	60	10,66%
30-34 años	42	7,46%
35-39 años	38	6,75%
40-44 años	39	6,93%
45-49 años	38	6,75%
50-54 años	27	4,80%
55-59 años	15	2,66%
60-64 años	12	2,13%
65- 69 años	6	1,07%
70 y más	5	0,89%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Estrato

Figura 3: Estrato



Fuente: Elaboración propia

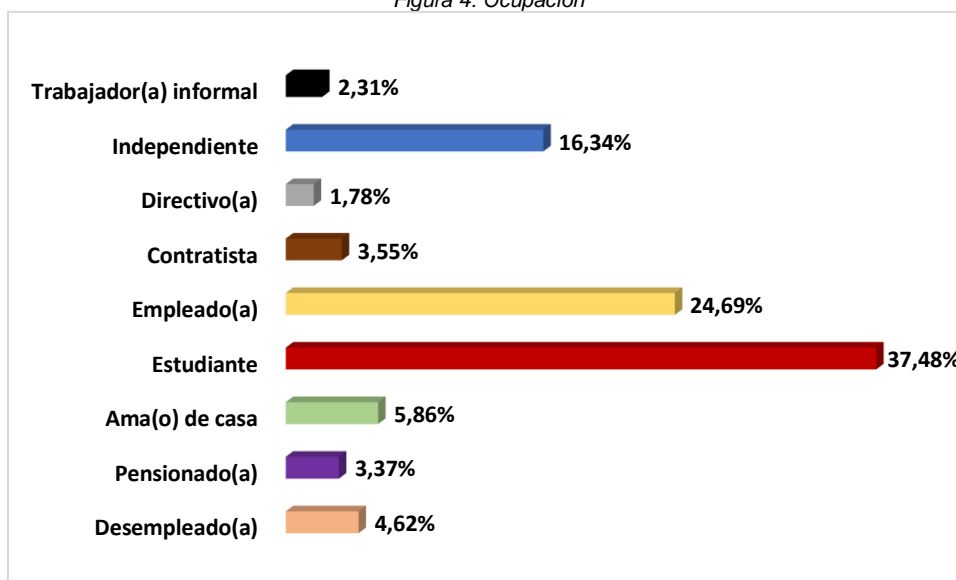
Tabla 3: Estrato

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estrato 1	78	13,85%
Estrato 2	172	30,55%
Estrato 3	198	35,17%
Estrato 4	85	15,10%
Estrato 5	23	4,09%
Estrato 6	7	1,24%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Ocupación

Figura 4: Ocupación



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Ocupación

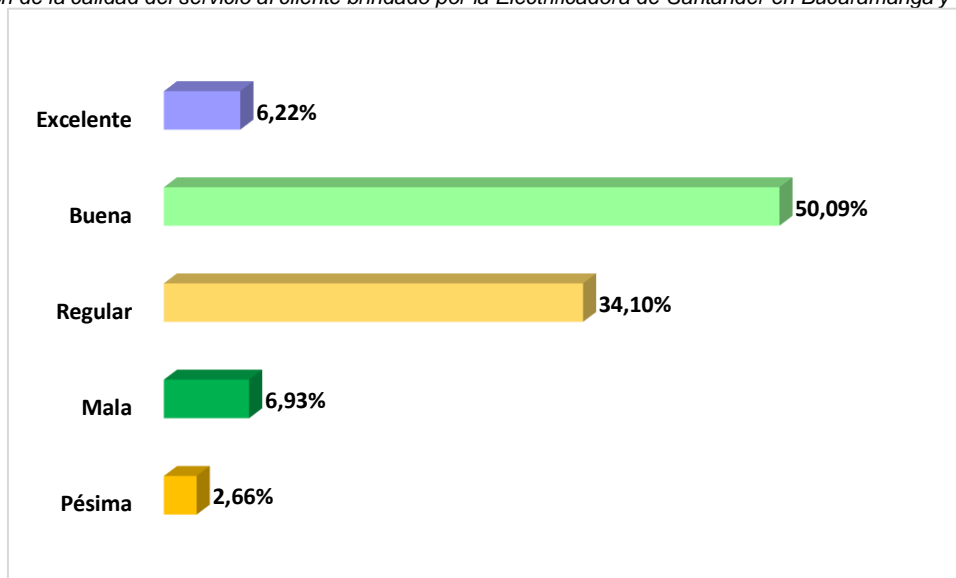
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desempleado(a)	26	4,62%
Pensionado(a)	19	3,37%
Ama(o) de casa	33	5,86%
Estudiante	211	37,48%
Empleado(a)	139	24,69%
Contratista	20	3,55%
Directivo(a)	10	1,78%
Independiente	92	16,34%
Trabajador(a) informal	13	2,31%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2. Preguntas de la encuesta

4.2.1. Calificación de la calidad del servicio al cliente brindado por la Electrificadora de Santander en Bucaramanga y su área metropolitana

Figura 5: Calificación de la calidad del servicio al cliente brindado por la Electrificadora de Santander en Bucaramanga y su área metropolitana



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 5, más de la mitad de la muestra se encuentran satisfechos con la calidad del servicio al cliente prestado por la ESSA de Bucaramanga y su área metropolitana, mientras que más del 40% se encuentra insatisfecho. Se puede interpretar que a pesar de que la mayoría de la muestra este satisfecho, es notorio que se necesita una mejora acerca del servicio de atención al cliente, pues una parte importante de la muestra se observa insatisfecho, lo cual demuestra que existen varios aspectos por mejorar.

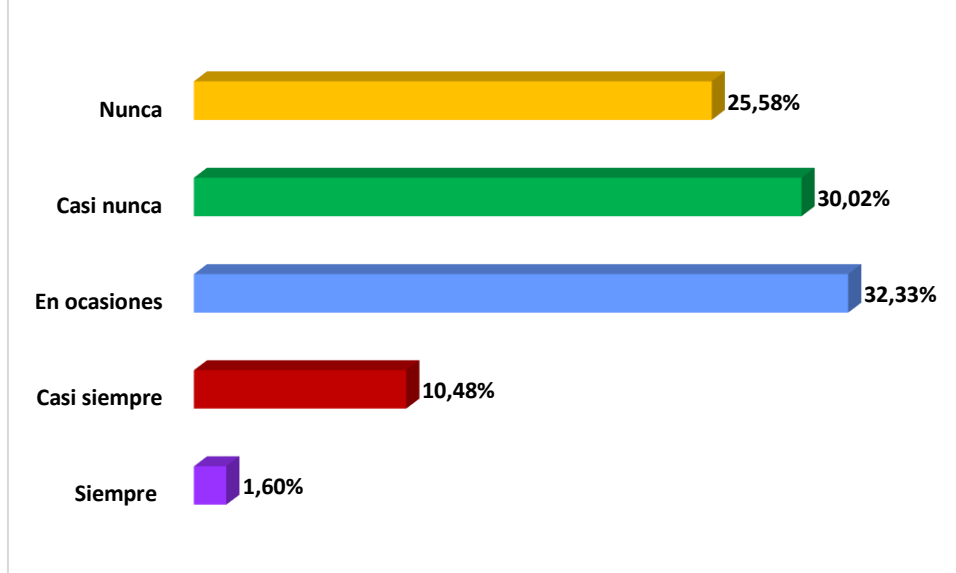
Tabla 5: Calificación de la calidad del servicio al cliente brindado por la Electrificadora de Santander en Bucaramanga y su área metropolitana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	15	2,66%
Mala	39	6,93%
Regular	192	34,10%
Buena	282	50,09%
Excelente	35	6,22%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Frecuencia con la cual el usuario realiza sugerencias y/o reclamos para mejora del servicio al cliente por parte de la Electrificadora de Santander

Figura 6: Frecuencia con la cual el usuario realiza sugerencias y/o reclamos para mejora del servicio al cliente por parte de la Electrificadora de Santander



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 6, se observa que más del 85% de la muestra no realiza sugerencias y/o reclamos para optimizar y mejorar el servicio al cliente de la electrificadora de Santander, mientras que más del 10% realiza sugerencias frecuentemente. Lo anterior demuestra que a pesar de que algunos usuarios se encuentran insatisfechos prefieren no realizar sugerencias.

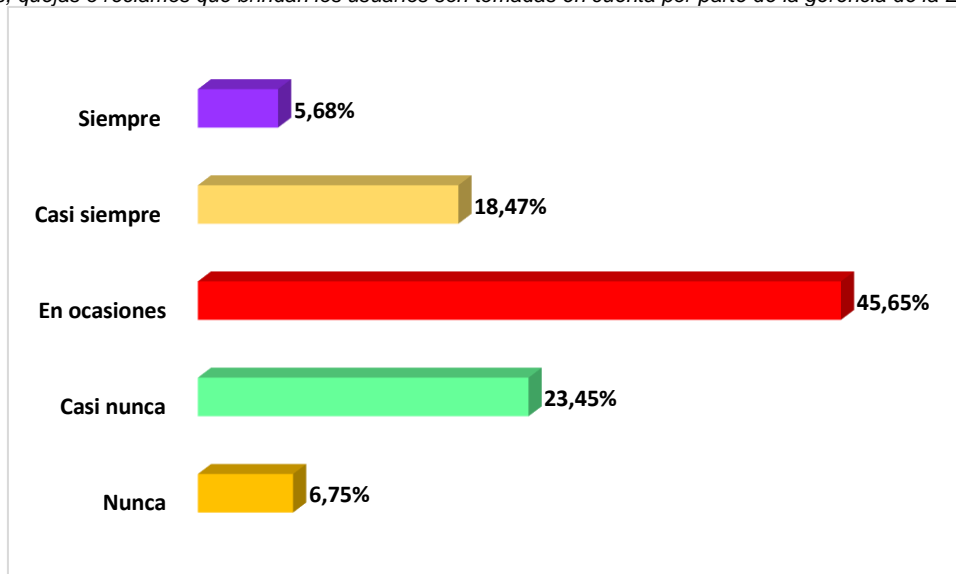
Tabla 6: Frecuencia con la cual el usuario realiza sugerencias y/o reclamos para mejora del servicio al cliente por parte de la Electrificadora de Santander

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	1,60%
Casi siempre	59	10,48%
En ocasiones	182	32,33%
Casi nunca	169	30,02%
Nunca	144	25,58%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Las sugerencias, quejas o reclamos que brindan los usuarios son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la Electrificadora de Santander

Figura 7: Las sugerencias, quejas o reclamos que brindan los usuarios son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la Electrificadora de Santander



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 7, se aprecia que más del 75% de la muestra considera que las sugerencias, quejas o reclamos que brindan los usuarios no son tomadas en cuenta por parte de la Electrificadora de Santander en la ciudad de Bucaramanga, mientras que casi el 25% considera que son tomadas en cuenta. Se puede interpretar que gran parte de la muestra considera que la Electrificadora de Santander no tiene en cuenta sus opiniones, dudas y reclamos, es decir que no hay una buena comunicación entre el usuario y la gerencia de la Electrificadora. Además, si los usuarios creen que no se tienen en cuenta estos aspectos, no van a realizar dichas sugerencias a pesar de estar insatisfechos. Igualmente, se evidencia que el personal no está capacitado para atender las sugerencias, quejas y reclamos de los usuarios. Adicional se puede deducir que la Electrificadora no se preocupa por mejorar la calidad del servicio brindado.

Tabla 7: Las sugerencias, quejas o reclamos que brindan los usuarios son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la Electrificadora de Santander

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	38	6,75%
Casi nunca	132	23,45%
En ocasiones	257	45,65%
Casi siempre	104	18,47%
Siempre	32	5,68%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Clasificación de los inconvenientes que se han presentado con la Electrificadora de Santander

Tabla 8: Clasificación de los inconvenientes que se han presentado con la Electrificadora de Santander

	Aumento de tarifas	No contestan teléfonos	Cortes de luz	Mala atención al cliente	Daños electrodomésticos
Escala	17,79	17,00	15,11	15,05	13,81
Asimetría	-0,1152	0,0083	0,2977	0,3312	0,5057
Curtosis	-1,1720	-1,2361	-1,0491	-0,8126	-0,7908

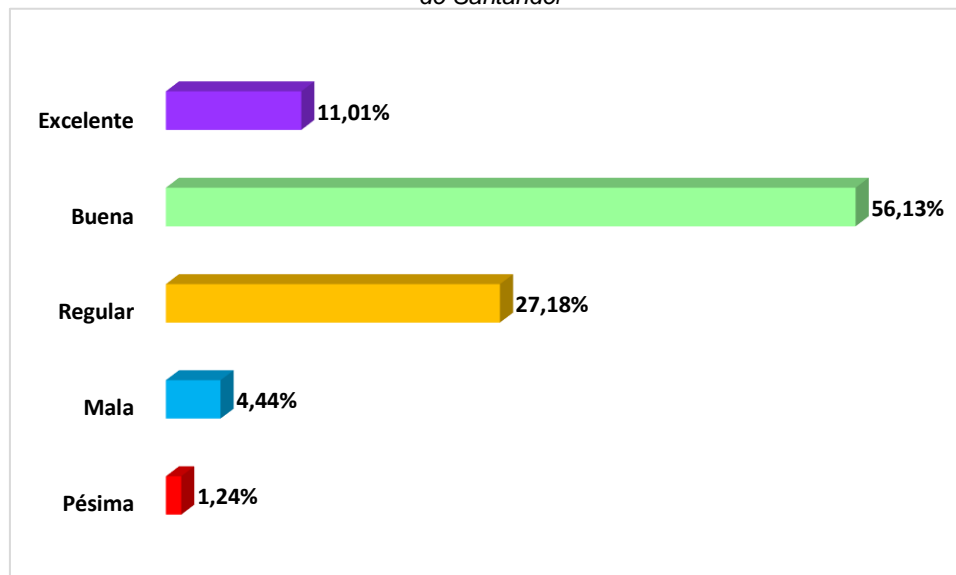
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 8 y según la clasificación de Escala, que resalta lo que los encuestados dicen, los inconvenientes que se han presentado con la Electrificadora de Santander son el *Aumento de las tarifas* y el hecho de *No contestar al teléfono*. Pero, después de la aplicación de la función curtosis, que diferencia científicamente lo que los encuestados dicen de lo que piensan y/o hacen en realidad, se evidencia que los aspectos que más generan inconformidad son los *Daños en electrodomésticos*, la *Mala atención al cliente* y los *Cortes de luz*.

La Electrificadora de Santander debe trabajar en pro para bajar los cortes de luz, ya que es un inconveniente que tiene incidencia en la vida diaria de los clientes, especialmente en periodo de pandemia, ya que muchas personas trabajan desde casa. Además, es este aspecto que tiene consecuencias sobre los daños electrodomésticos. En cuanto a la atención al cliente, la empresa debe incrementar su número de asesores y sobre todo capacitarles para que sean más amables, empáticos y que se pongan en los zapatos de los clientes.

4.2.5. Calificación de la presentación personal de los empleados del punto de atención y/o del personal técnico de la Electrificadora de Santander

Figura 8: Calificación de la presentación personal de los empleados del punto de atención y/o del personal técnico de la Electrificadora de Santander



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 8, más del 65% de la muestra se encuentra satisfecha con la presentación personal de los empleados del punto de atención y/o del personal técnico de la electrificadora de Santander, mientras que más del 30% se encuentra insatisfecha. Esto evidencia que, para la mayoría de la muestra, la Electrificadora de Santander se preocupa para que sus empleados tengan una buena presentación personal, ya que son la cara de la empresa. Por lo tanto, la empresa debe sistematizar esta buena presentación, ya que algunos funcionarios no se fijan en esta misma. Se puede realizar a través de charlas cuando se recluta en personal, haciendo una actualización cada año.

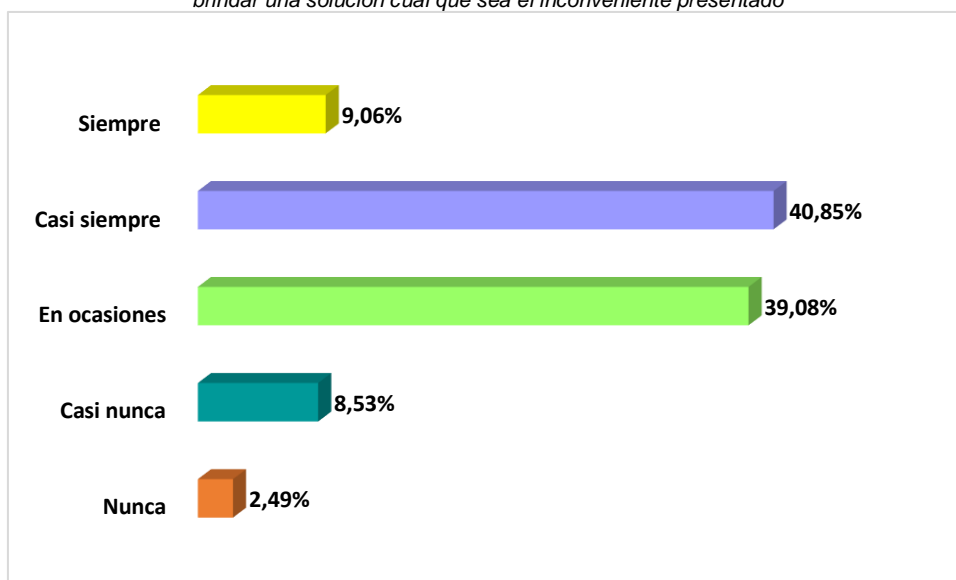
Tabla 9: Calificación de la presentación personal de los empleados del punto de atención y/o del personal técnico de la Electrificadora de Santander

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	7	1,24%
Mala	25	4,44%
Regular	153	27,18%
Buena	316	56,13%
Excelente	62	11,01%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.6. Los funcionarios de la Electrificadora de Santander encargados de la atención al cliente tienen toda la información técnica y la capacidad para brindar una solución cual que sea el inconveniente presentado

Figura 9: Los funcionarios de la Electrificadora de Santander encargados de la atención al cliente tienen toda la información técnica y la capacidad para brindar una solución cual que sea el inconveniente presentado



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 9, se observa que más de la mitad de la muestra considera que el personal de atención al cliente de la electrificadora de Santander, no tiene la capacidad ni la información técnica suficiente para brindarle una solución al momento de presentar un inconveniente, mientras casi la mitad considera que la tiene. Se puede interpretar que el personal de atención al cliente no se encuentra preparado para brindarle información clara y concisa al usuario al momento de presentar inconvenientes. La entidad debería crear un manual de función, donde se encontrará todo lo relacionado con la resolución de problemas técnicos que los clientes pueden encontrar con el servicio de ESSA, desde el más común y corriente, hacia el más específico

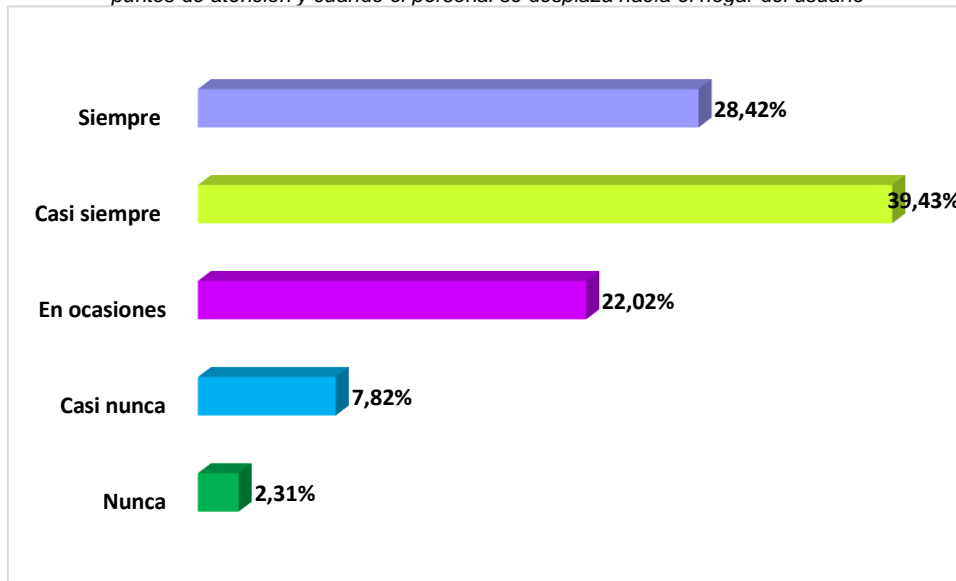
Tabla 10: Los funcionarios de la Electrificadora de Santander encargados de la atención al cliente tienen toda la información técnica y la capacidad para brindar una solución cual que sea el inconveniente presentado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	2,49%
Casi nunca	48	8,53%
En ocasiones	220	39,08%
Casi siempre	230	40,85%
Siempre	51	9,06%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.7. Frecuencia con la cual la Electrificadora de Santander aplica los protocolos de bioseguridad relacionados con la pandemia Covid-19 en los puntos de atención y cuando el personal se desplaza hacia el hogar del usuario

Figura 10: Frecuencia con la cual la Electrificadora de Santander aplica los protocolos de bioseguridad relacionados con la pandemia Covid-19 en los puntos de atención y cuando el personal se desplaza hacia el hogar del usuario



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 11, se aprecia que más del 65% de la muestra considera que la Electrificadora de Santander aplica los protocolos de bioseguridad relacionados con la pandemia Covid-19, mientras que más del 30% no lo considera. Es de resaltar que esto evidencia una falta de responsabilidad y de ejemplaridad de la empresa que está poniendo en riesgo la salud de sus usuarios. Este tipo de comportamiento puede llevar a las autoridades a aplicar sanciones a la Electrificadora. La empresa debería realizar charlas repetidas respecto a este aspecto e insistir de forma permanente sobre el respecto obligatoria de las reglas de bioseguridad.

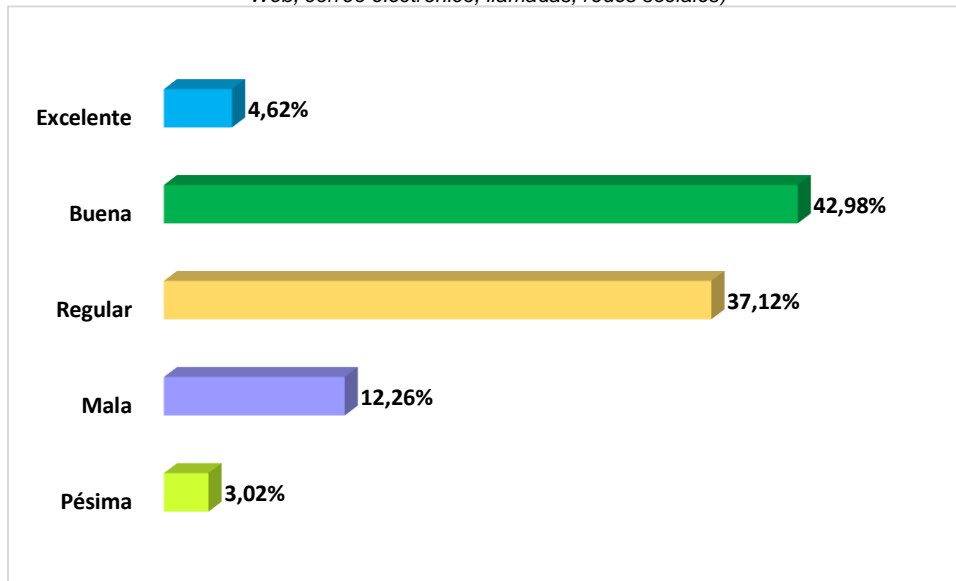
Tabla 11: Frecuencia con la cual la Electrificadora de Santander aplica los protocolos de bioseguridad relacionados con la pandemia Covid-19 en los puntos de atención y cuando el personal se desplaza hacia el hogar del usuario

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	2,31%
Casi nunca	44	7,82%
En ocasiones	124	22,02%
Casi siempre	222	39,43%
Siempre	160	28,42%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.8. Calificación de la calidad del servicio al cliente que brinda la electrificadora de Santander por medio de sus canales de comunicación (Página Web, correo electrónico, llamadas, redes sociales)

Figura 11: Calificación de la calidad del servicio al cliente que brinda la electrificadora de Santander por medio de sus canales de comunicación (Página Web, correo electrónico, llamadas, redes sociales)



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 11, más de la mitad de la muestra se encuentra insatisfecha con la calidad del servicio al cliente que brinda la Electrificadora de Santander por medio de sus canales de comunicación, mientras que más del 45% se encuentra satisfecha. Se puede interpretar que, para la mayoría de la muestra, la Electrificadora de Santander no se preocupa por brindar un servicio de calidad por sus canales de comunicación, tales como por su página Web, correo electrónico, llamadas y redes sociales.

Con esto se evidencia que parte del personal no está muy bien capacitado en dicha área. Por otra parte, la Electrificadora de Santander debería apostar mucho más a mejorar el servicio prestado a través de su página Web, ya que debido a la pandemia los usuarios prefieren usar este canal de comunicación para realizar los respectivos pagos de la factura, así como poner a su disposición un PQR (Peticiones, quejas y reclamos) virtual mucho más sencillo, de fácil acceso y eficiente. Además, ESSA debería hacer énfasis de la importancia que tienen las TIC actualmente en todas las empresas.

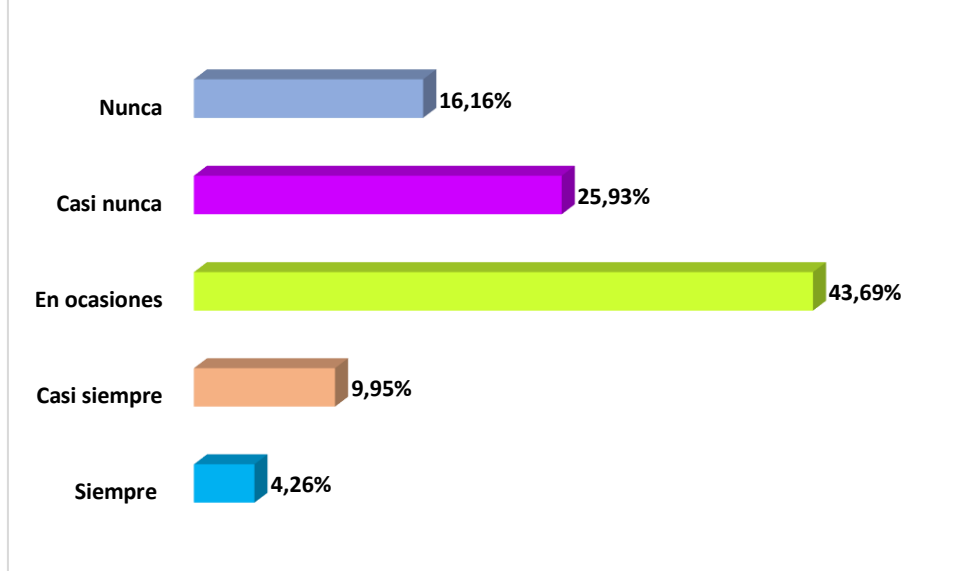
Tabla 12: Calificación de la calidad del servicio al cliente que brinda la electrificadora de Santander por medio de sus canales de comunicación (Página Web, correo electrónico, llamadas, redes sociales)

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	17	3,02%
Mala	69	12,26%
Regular	209	37,12%
Buena	242	42,98%
Excelente	26	4,62%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.9. Frecuencia con la que se presentan cobros injustificados en la factura de luz por parte de la Electrificadora de Santander

Figura 12: Frecuencia con la que se presentan cobros injustificados en su factura de luz por parte de la Electrificadora de Santander



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 12, más del 55% de la muestra considera que se presentaron cobros injustificados en su factura de luz, mientras que más del 40% no tuvo inconvenientes al respecto. Para poder superar esta molestia, la empresa debería revisar si para los usuarios que tienen alzas en la factura, el problema radica en contadores dañados, electrodomésticos en mal estado, toma de lectura equivocada por parte de los empleados o conexión piratas de algunos usuarios sobre contadores de terceros.

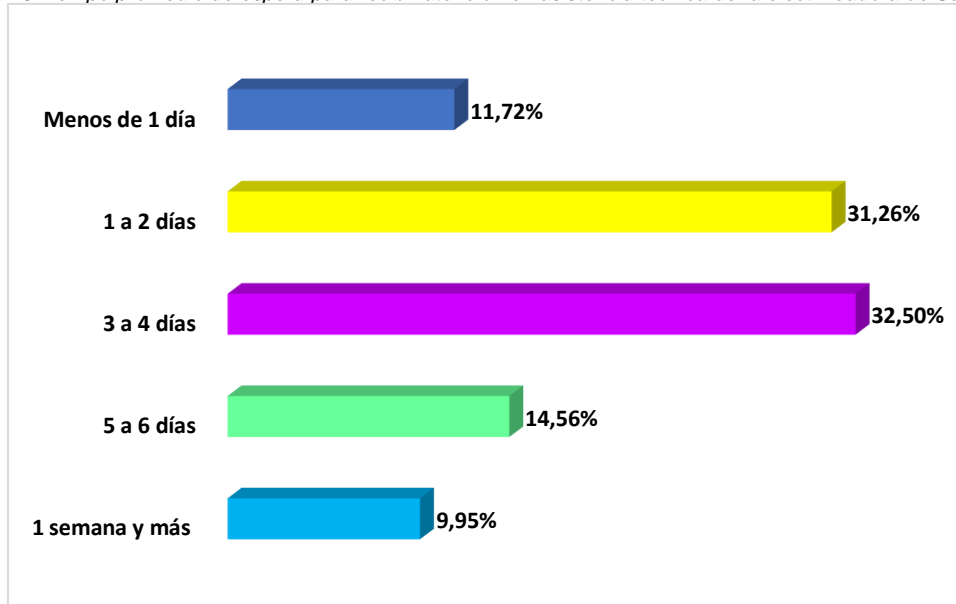
Tabla 13: Frecuencia con la que se presentan cobros injustificados en su factura de luz por parte de la Electrificadora de Santander

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	4,26%
Casi siempre	56	9,95%
En ocasiones	246	43,69%
Casi nunca	146	25,93%
Nunca	91	16,16%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.10. Tiempo promedio de espera para recibir atención en asistencia técnica de la Electrificadora de Santander

Figura 13: Tiempo promedio de espera para recibir atención en asistencia técnica de la electrificadora de Santander



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 13, se observa que más del 55% de la muestra considera que el tiempo promedio de espera para recibir atención en asistencia técnica de la Electrificadora de Santander no es aceptable, mientras que más del 40% lo considera aceptable. Se puede interpretar que el tiempo de espera es muy extenso dejando a los usuarios sin luz durante varios días o hasta 1 semana, por lo cual se puede evidenciar que la Electrificadora de Santander no ha establecido un protocolo de evaluación de daños para que las labores de reparación no sean tan extensas. Además, se observa que no tienen conocimiento del tiempo promedio para restablecer el servicio causando así inconvenientes con el usuario.

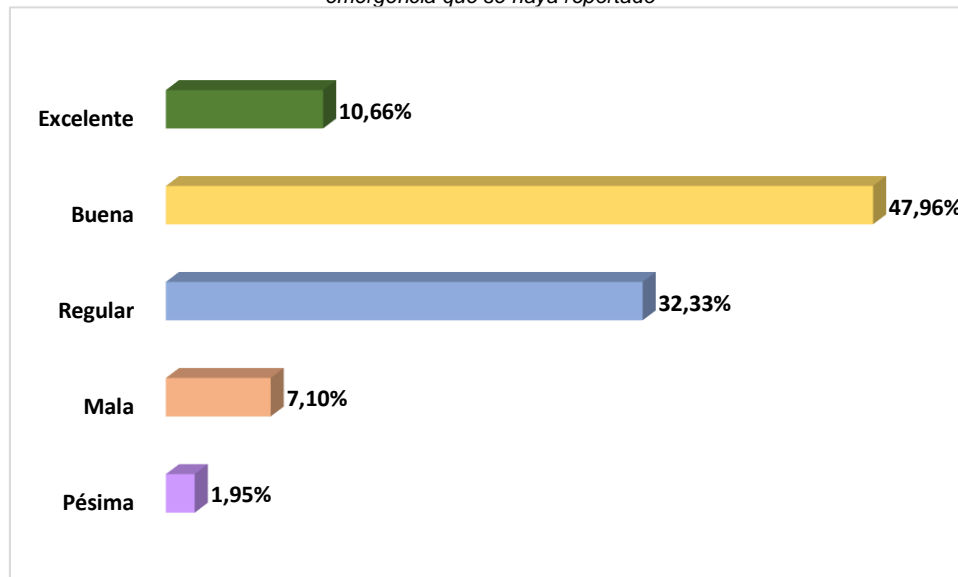
Tabla 14: Tiempo promedio de espera para recibir atención en asistencia técnica de la electrificadora de Santander

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 semana y más	56	9,95%
5 a 6 días	82	14,56%
3 a 4 días	183	32,50%
1 a 2 días	176	31,26%
Menos de 1 día	66	11,72%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.11. Calificación de la calidad de atención y amabilidad de los técnicos de la Electrificadora de Santander a la hora de solucionar un daño o emergencia que se haya reportado

Figura 14: Calificación de la calidad de atención y amabilidad de los técnicos de la Electrificadora de Santander a la hora de solucionar un daño o emergencia que se haya reportado



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 14, se aprecia que casi el 60% de la muestra se encuentra satisfecha con la amabilidad por parte de los técnicos de la Electrificadora de Santander, al momento de brindar servicio técnico en el hogar por daños o una emergencia, mientras que más del 40% se encuentra insatisfecha. Se observa que, una parte importante de la muestra no ha recibido buen trato por parte del personal técnico. Por tanto, se debe capacitar a los funcionarios de esta área con el fin de prestar una atención de calidad.

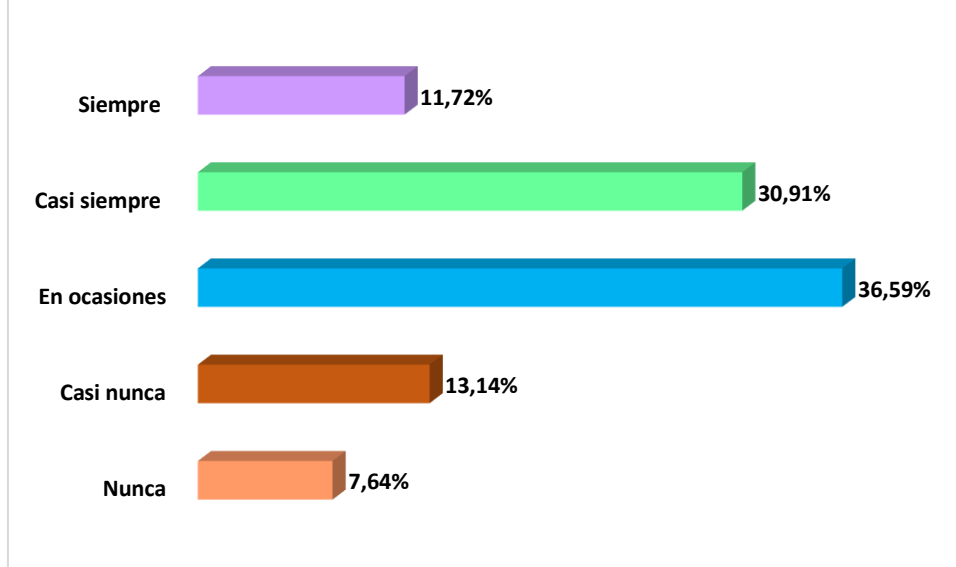
Tabla 15: Calificación de la calidad de atención y amabilidad de los técnicos de la Electrificadora de Santander a la hora de solucionar un daño o emergencia que se haya reportado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	11	1,95%
Mala	40	7,10%
Regular	182	32,33%
Buena	270	47,96%
Excelente	60	10,66%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.12. Frecuencia con que la Electrificadora de Santander suministra información acerca de los cortes de luz cuando van a suspender el servicio por varias horas o cuando van a realizar mantenimiento en redes eléctricas, transformadores, contadores, etc.

Figura 15: Frecuencia con que la Electrificadora de Santander suministra información acerca de los cortes de luz cuando van a suspender el servicio por varias horas o cuando van a realizar mantenimiento en redes eléctricas, transformadores, contadores, etc.



Fuente: Elaboración propia

Según con la Figura 15, más del 55% de la muestra considera que la Electrificadora de Santander no suministra información acerca de los cortes de luz cuando van a suspender el servicio, mientras que más del 40% afirma haber recibido información cuando se va a realizar la suspensión de energía o cuando la Electrificadora va a realizar alguna reparación. Con lo anterior, se evidencia que la Electrificadora de Santander no tiene un medio de comunicación masivo el cual le permita hacer llegar la información a todos los usuarios. Por lo tanto, se observa que la empresa presenta falencias al momento de anunciar cambios en el servicio.

Tabla 15: Frecuencia con que la Electrificadora de Santander suministra información acerca de los cortes de luz cuando van a suspender el servicio por varias horas o cuando van a realizar mantenimiento en redes eléctricas, transformadores, contadores, etc.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	43	7,64%
Casi nunca	74	13,14%
En ocasiones	206	36,59%
Casi siempre	174	30,91%
Siempre	66	11,72%
Total	563	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.13. Clasificación de los aspectos del servicio al cliente que se deben mejorar en la Electrificadora de Santander

Tabla 16: Clasificación de los aspectos del servicio al cliente que se deben mejorar en la Electrificadora de Santander

	Atención telefónica	Servicio virtual	Tiempo de respuesta	Información clara	Calidad atención
Escala	18,12	17,44	17,35	17,34	16,21
Asimetría	-0,2481	-0,1196	-0,0675	-0,0221	0,0411
Curtosis	-0,9930	-0,8889	-1,0310	-0,9675	-1,0163

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 16 y según la clasificación de Escala, se evidencia que las tres variables que se deben mejorar en prioridad son la *Atención telefónica*, el *Servicio virtual* y los *Tiempos de respuesta*. Pero después de la aplicación de la función Curtosis, se observa que, en realidad, lo que se debe mejorar en prioridad es el *Servicio Virtual* y la *Información clara*, siendo la *Atención Telefónica* el tercer aspecto prioritario por mejorar. Por lo dicho anteriormente, la empresa debería actualizar su plataforma online donde pudiera brindar información clara y concisa a los usuarios. Igualmente se debe plantear estrategias para aumentar el número de empleados en el Call center con el fin de atender un mayor flujo de llamadas.

5. Conclusiones

De acuerdo con los resultados de la investigación, se puede concluir que la población es joven y se preocupa por mejorar el servicio de atención al cliente prestado por la ESSA en Bucaramanga y su Área metropolitana. En primer lugar, se observó que una parte importante de la muestra estaba insatisfecha con la calidad del servicio al cliente de la Entidad. Además, gran parte de la muestra considera que la Electrificadora de Santander no tiene en cuenta sus opiniones, dudas y reclamos, es decir que no hay una buena comunicación entre el usuario y la Electrificadora. Muchos usuarios no realizan sugerencias, quejas y reclamos, porque si lo hicieron una vez y no notaron cambios, piensan que este tipo de acción es inútil.

Los mayores inconvenientes que se presentan con la Electrificadora de Santander son los daños en electrodomésticos, la mala atención al cliente y los cortes de luz. Un punto positivo radica en el hecho que la Electrificadora de Santander se preocupa para que sus empleados tengan una buena presentación personal, ya que son la cara de la empresa. Por otro lado, se evidencio que el personal de atención al cliente no se encuentra preparado para brindarle toda la información técnica clara y concisa al usuario al momento de presentar inconvenientes. Adicional, se observó que la Electrificadora de Santander no aplica sistemáticamente los protocolos de bioseguridad relacionados con la pandemia Covid-19, poniendo en riesgo la salud de sus usuarios.

Para la mayoría de la muestra, la Electrificadora de Santander no se preocupa por brindar un servicio de calidad por sus canales de comunicación, tales como por su página Web, correo electrónico, llamadas y Redes Sociales. Además, más de la mitad de la muestra afirma que es víctima de cobros injustificados en su factura de luz. Del mismo modo, más de la mitad de la muestra considera que el tiempo promedio de espera para recibir atención en asistencia técnica de la Electrificadora de Santander no es aceptable. Adicionalmente, considera que la Entidad no suministra información acerca de los cortes de luz cuando van a suspender el servicio. Por último, los encuestados consideran que los tres aspectos del servicio al cliente que se deben mejorar son el servicio Virtual, proporcionar información clara y agilizar la atención telefónica.

6. Recomendaciones

Se recomienda a la Electrificadora de Santander poner en marchas las siguientes acciones y tácticas:

- Mejorar la comunicación entre los usuarios y la Electrificadora, poniendo en marcha todas las herramientas que permiten una comunicación eficiente y variada (Redes Sociales, Página Web, App, WhatsApp, entre otros), especialmente cuando se trata de informar los usuarios con anticipación y eficiencia sobre los cortes de luz
- Capacitar y actualizar a los funcionarios de la empresa para que puedan atender de forma eficiente y asertiva las sugerencias, quejas y reclamos de los usuarios
- Trabajar en pro para bajar los cortes de luz, ya que es un inconveniente que tiene incidencia en la vida diaria de los clientes, especialmente en periodo de pandemia, ya que muchas personas trabajan desde casa.
- Incrementar su número de asesores y sobre todo capacitarles para que sean más amables, empáticos y que se pongan en los zapatos de los clientes
- Realizar charlas a sus funcionarios sobre la necesidad de tener una presentación personal impecable, ya que vincula la buena imagen corporativa de la empresa. Idealmente, estas charlas deberían repetirse cada año.
- Crear un manual de función, donde se encontrará todo lo relacionado con la resolución de problemas técnicos que los clientes pueden encontrar con el servicio de ESSA, desde el más común y corriente, hacia los más específico.
- Realizar charlas repetidas e insistir de forma permanente sobre el respecto obligatoria de las reglas de bioseguridad relacionadas con la pandemia del Covid-19
- Apostar mucho más a mejorar el servicio prestado a través de su página Web, ya que debido a la pandemia los usuarios prefieren usar este canal de comunicación para realizar los respectivos pagos de la factura, así como poner a su disposición un PQR (Peticiónes, quejas y reclamos) virtual mucho más sencillo, de fácil acceso y eficiente.
- Revisar si para los usuarios que tienen alzas en la factura, el problema radica en contadores dañados, electrodomésticos en mal estado, toma de lectura equivocada por parte de los empleados o conexión piratas de algunos usuarios sobre contadores de terceros.
- Establecer un protocolo de evaluación de daños para que las labores de reparación no sean tan extensas, ya que existen usuarios que pueden encontrarse sin luz durante varios días o hasta 1 semana, sin ninguna explicación clara y transparente.
- Actualizar su plataforma online donde pudiera brindar información clara y concisa a los usuarios sobre todos los aspectos del servicio.
- Aumentar el número de empleados en el Call center con el fin de atender un mayor flujo de llamadas

5. Bibliografía

Assoul, D. (2020). *Fidélisation de la clientèle au sein des compagnies d'assurance*. Bejaia: Université Abderrahmane Mira.

- Benyoussef, A. (2017). Service orientation as a strategic marketing tool: The moderating effect of business sector. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 40-61.
- Bolton, R. (2018). Customer experience challenges: bringing together digital, physical and social realms. *Journal of Service Management*, 1-62.
- Carmen, R. (2016). Customer loyalty using customer relationship management. *Management Strategies Journal*, 285-288.
- East, R. (2016). *Consumer behaviour: Applications in marketing*. London: Sage.
- Esmailpour, M. (2017). Investigating the impact of service quality dimensions on reputation and brand trust. *Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 7-17.
- Ferrer, G. (2016). *Investigación comercial*. Madrid: Esic.
- Gheorghe, L. (2018). Management model of ecotourism services quality analyze. *Romanian Statistical Review*, 46-57.
- Guerra, S. (2021). *Investigación de mercados para conocer y medir la calidad del servicio al cliente del aeropuerto Palo Negro y de las aerolíneas que prestan servicio en el sitio, Bucaramanga, año 2021*. Bucaramanga: Unidades Tecnológicas de Santander.
- Hanana, E. (2016). Proposition d'un instrument de mesure de la qualité de service perçue par les usagers des administrations publiques Marocaines. *European Cientific Journal*, 289-306.
- Jouny, E. (2017). Determinants of services co-creation with business customers. *Journal of Services Marketing*, 85-103.
- Khalouki, H. (2016). Les déterminants de la qualité dans les services. *Revue d'Etudes en Management et Finance d'Organisation*, 1-16.
- Kunz, W. (2017). Customer engagement in a big data world. *Journal of Services Marketing*, 161-171.
- Mbassi, J. (2019). Public Service Quality and Citizen-Client's Satisfaction in Local Municipalities. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 110-123.
- Mendoza, G. (2021). *Investigación de mercados para conocer la calidad del servicio al usuario de las clínicas y de los hospitales de la ciudad de Bucaramanga, año 2021*. Bucaramanga: Unidades Tecnológicas de Santander.
- Mohammedil, N. (2018). *Essai de diagnostic de la politique de fidélisation dans le secteur des assurances*. Bejaia: Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
- N'Goala, G. (2019). *Augmented Customer Strategy: CRM in the Digital Age*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Omar, A. (2017). Extensive knowledge in marketing management. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 314-321.
- Othman, B. (2019). The influences of service marketing mix on customer loyalty towards Umrah travel agents: Evidence from Malaysia. *Management Science Letters*, 865-876.
- Pineda, N. (2021). *Investigación de mercados para conocer y medir la calidad del servicio al cliente de los restaurantes de comida rápida formal de la ciudad de Bucaramanga, Año 2021*. Bucaramanga: Unidades Tecnológicas de Santander.
- Reic, I. (2016). *Events marketing management: A consumer perspective*. New York: Routledge.
- Valentini, T. (2016). Satisfaction des visiteurs et comportement du personnel de contact. *Management Avenir*, 141-157.
- Vargo, S. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, 46-67.
- Zghidi, A. (2017). Service orientation as a strategic marketing tool: the moderating effect of business sector. *nternational Business Journal*, 1-21.

8. Anexos: Corresponde a las evidencias de realización y resultados de proyecto y a las herramientas desarrolladas y/o utilizadas en su ejecución.

* Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)

** PA: Plan de Aula, PI: Proyecto integrador, TG: Trabajo de Grado, RE: Reda