



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente  
S.A., Tarapoto – 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Moncada Arirama, Oriana Magaly ([orcid.org/0000-0001-9523-7593](https://orcid.org/0000-0001-9523-7593))

**ASESORES:**

Mgtr. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín ([orcid.org/0000-0001-5490-0547](https://orcid.org/0000-0001-5490-0547))

Mg. Escobedo Bustamante, Abigail Elizabeth ([orcid.org/0000-0003-2904-8246](https://orcid.org/0000-0003-2904-8246))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias Funcionales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TARAPOTO – PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado la fortaleza para cumplir con mis metas.

De igual forma a mi madre en el cielo, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me han ayudado a salir adelante.

A mi hija, es el mayor regalo que me ha dado Dios, mi mayor tesoro y la fuente de mi fortaleza.

**Oriana Magaly**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la vida y la fuerza que necesito y a mi querida familia por su apoyo incondicional.

**La autora**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesores de Tesis titulada: "Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022", cuyo autor es MONCADA ARIRAMA ORIANA MAGALY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 05 de Agosto del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH <b>DNI:</b> 17623582 <b>ORCID:</b> 0000-0001-5490-0547	Firmado electrónicamente por: IENCOMENDEROS el 05-08-2023 11:45:53
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH <b>DNI:</b> 44576499 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2904-8246	Firmado electrónicamente por: AEESCOBEDOE el 07-08-2023 10:08:32

Código documento Trilce: TRI - 0642345



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, MONCADA ARIRAMA ORIANA MAGALY estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
ORIANA MAGALY MONCADA ARIRAMA <b>DNI:</b> 40593413 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9523-7593	Firmado electrónicamente por: OMONCADA el 30-06- 2023 22:38:36

Código documento Trilce: TRI - 0561364

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURA.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>4</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>12</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos .....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos .....	16
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>24</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>30</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>31</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>22</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>40</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validez.....	15
Tabla 2. Confiabilidad.....	16
Tabla 3 . Nivel de gestión comercial.....	18
Tabla 4 . Nivel de calidad del servicio .....	19
Tabla 5 . Prueba de normalidad. ....	20
Tabla 6 . Relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio .....	21
Tabla 7 . Relación entre Gestión comercial y la calidad del servicio .....	22

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Gráfico de dispersión entre gestión comercial y la calidad del servicio. .....	18
---	----

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022. La investigación fue tipo básica, diseño no experimental, cuya población fue de 237,127 consumidores y la muestra 138. La técnica de recolección la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados determinaron que el nivel de gestión comercial tiene un nivel bajo en 30 %, nivel medio en 50 % y alto en 20 %, y el nivel de calidad del servicio tiene un nivel bajo en 31%, un nivel medio en 49% y un nivel alto en 20%. Concluyendo que existe relación positiva alta y significativa entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Mediante el análisis estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0.862 (correlación positiva alta) y un p-valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ), aceptando así la hipótesis de investigación; además se obtuvo  $R^2$  de 74.21 % de dependencia entre variables.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, atención.

## **ABSTRACT**

The objective of the investigation was to determine the relationship between commercial management and the quality of service in Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022. The investigation was basic type, non-experimental design, whose population was 237,127 consumers and the sample 138. The technique of collection of the survey and as an instrument the questionnaire. The results determined that the level of commercial management has a low level of 30%, a medium level of 50% and a high level of 20%, and the level of service quality has a low level of 31%, a medium level of 49% and a high level at 20%. Concluding that there is a high and significant positive relationship between commercial management and service quality in Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Through the statistical analysis of Rho Spearman, a coefficient of 0.862 (high positive correlation) and an equal p-value were reached. at 0.000 ( $p\text{-value} \leq 0.01$ ), thus accepting the research hypothesis; In addition,  $R^2$  only 74.21% dependency between variables.

**Keywords:** Quality, service, attention.

## **I. INTRODUCCIÓN**

En el plano mundial, el desarrollo competitivo comercial provoca que las organizaciones realicen el perfeccionamiento estratégico para poder seguir operando dentro del mercado. Sin embargo, en cuanto a los servicios eléctricos, aun todas las empresas prestadoras de estos servicios muestran deficiencias en brindar una adecuada calidad de atención, debido a diversos motivos como la falta de actualización de estrategias y equipamiento utilizado para hacer posible los servicios y bienes. Los resultados no son los esperados por el público, los cuales han mostrado sus quejas reiteradamente a través de los diversos medios para expresar su descontento; es decir, no están abordando una gestión comercial adecuada en conformidad con las exigencias del público, lo cual reduce las posibilidades de satisfacción y al mismo tiempo genera pérdida de rentabilidad. (Arguedas y Villalobos, 2020)

A nivel nacional, dentro del campo de los servicios eléctricos, el problema creciente no solamente es la inestabilidad o itinerancia del servicio, sino que a ello se suman los altos costos de las tarifas, la imparcialidad al momento de realizar la facturación del consumo, entre otros son reportados por la inmensa cantidad de usuarios insatisfechos en el país. Un ejemplo de ello fue el informe del diario El Comercio (2022), donde sostuvo que actualmente los costos relacionados con la energía se incrementaron considerablemente superando los S/500 por megawatt hora, el cual representa un incremento del 400% con el precio, véase unas semanas atrás; todo ello a consecuencia de acontecimientos políticos y económicos que azotaron la industria de los hidrocarburos. Esto es una clara muestra de que las normativas estatales determinadas para regularizar y monitorear los precios establecidos a la energía, no están funcionando adecuadamente para proteger los derechos del consumidor. En consecuencia, hay una insatisfacción respecto a este tema, debido a que son costos que probablemente no vayan a disminuir con el tiempo.

A nivel local, en Electro Oriente S.A. - Tarapoto, las diversas insuficiencias que se encuentran presentes, se identificó que la calidad del servicio brindado no es suficiente para poder generar la experiencia deseada de cada uno de los usuarios. Últimamente han realizado reportes debido a que la facturación ha sido excesiva, sobre todo a partir del inicio de la pandemia, cuyos supuestos consumos se han elevado exponencialmente a pesar de que la cantidad de energía utilizada en los hogares sigue el mismo hábito de consumo, por tanto, consideran un abuso las cantidades reflejadas en los recibos. A partir de ello, no existe un canal claro para realizar el reclamo correspondiente, por lo que los usuarios prácticamente están obligados a pagar estas cifras a pesar de no haber consumido dichos montos. Todo ello es un reflejo claro de la falta de eficiencia en la gestión comercial para la realización de los procedimientos adecuados que ayuden no solo a la prestación del servicio.

Se formuló el **Problema general**: ¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A. - Tarapoto, 2022? Además, los **problemas específicos**: ¿Cuál es el nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022? ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022? ¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?

Este estudio se justificó por **conveniencia**, debido a que hace posible la identificación de todas aquellas deficiencias dentro de la empresa respecto al desarrollo de las actividades vinculadas con la gestión comercial, al mismo tiempo que permitió mejorar la calidad. **Relevancia social**, permitió que la empresa mejore sus procesos internos, lo cual ayudó no solo a generar mayores ganancias, sino que además permitió que el público usuario se vea beneficiado por la calidad del servicio puesto a su disposición ya que el estudio ayudó a ello. **Valor teórico**, se sustentó en el uso normativas y enfoques teóricos con las que se rigió la investigación. **Implicancias prácticas**, porque, la empresa pudo tomar las decisiones adecuadas para mejorar su problemática de forma certera basándose en datos confiables.

**Utilidad metodológica**, debido a que los cuestionarios pueden ser aplicados posteriormente.

Se estableció el **objetivo general**: Determinar la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A, Tarapoto – 2022. Del mismo modo, los **objetivos específicos**: Medir el nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Estimar el nivel de la calidad del servicio eléctrico en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Identificar la relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.

La investigación presentó como **hipótesis general**: Existe relación significativa entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A. - Tarapoto, 2022. Las **hipótesis específicas**: H1: El nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto. H2: El nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto. H3: Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación integra antecedentes de acuerdo a los tres contextos resaltantes, dentro de ello, se citó a Cuisano et al. (2020), Procel et al. (2020) y Peralta (2021) quienes concluyeron que las MIPYME del sector no mejoran la eficiencia energética y no pueden reducir costos. Estas deficiencias se deben a que, si las instalaciones no están adecuadas para el expendio de productos, puede generar malestar entre los consumidores y afectar su satisfacción. Las condiciones inadecuadas de las instalaciones pueden representar un peligro para los usuarios, asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia del estado físico de las instalaciones, ya que es un aspecto importante que puede influir en la experiencia de los consumidores y en la percepción de calidad del lugar. Por lo tanto, es fundamental el reconocimiento del perfil de consumo de energía de las MIPYME, es decir, cuánta energía consumen y en qué momentos del día.

A continuación, se citó a Quiñónez et al. (2020), Perdigón (2020) y Lemoine et al. (2022), quienes concluyeron que, la satisfacción de los consumidores va depender de cómo se desarrollan los servicios, tanto interna como externa. Esto indica que, a mejor calidad de los servicios eléctricos, habrá mayor conformidad, evidenciado en las conformidades con los servicios brindados. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de comprender y caracterizar adecuadamente el negocio y sus principales inconvenientes, es decir, el uso de estrategias publicitarias basadas en el diagnóstico y la clasificación de productos puede contribuir a una mejor gestión comercial, marketing y posicionamiento del negocio, al dirigir los esfuerzos publicitarios de manera más precisa y relevante. Por lo tanto, ayuda a la fidelización y la reputación, es decir, es fundamental desarrollar una estrategia de gestión comercial que permita establecer metas claras y definir los elementos clave que guiarán las acciones de la empresa.

Por otro lado, Ponce (2019), Svatosova (2020) y Zúmr et al. (2021), concluyeron que una buena gestión comercial es primordial para el éxito de una compañía. Estas capacidades no se ven reflejadas en todas las instituciones o empresas, ya que muchas de ellas muestran deficiencias en sus gestiones comerciales, por ende, no brindan una calidad de servicio adecuado. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia, ya que permite aumentar las ventas, captar y fidelizar clientes, generar ingresos y tener ventaja frente a la competencia. Por lo tanto, requiere análisis, adaptabilidad y enfoque en el cliente.

A nivel local, se citó a Torres (2022), Delgado (2022) y Cevallos y Valdés (2020), quienes concluyeron que, existe relación significativa. Estos resultados no se ven reflejados en todas las empresas de la región Martín, ya que no existe un margen de mejora en términos de calidad para el servicio de energía eléctrica. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia que tiene la gestión comercial en los servicios eléctricos, lo que conlleva a que siempre se busque la satisfacción del usuario. Por lo tanto, a medida que la gestión comercial de reclamos, mejora; también se observará algo positivo en la calidad.

Respecto a la **gestión comercial**, se citó a Williams (2004) menciona a las actividades fundamentales realizadas para promover y comercializar sus productos o servicios. Esta área de gestión abarca diversas funciones, como la investigación de mercado, la planificación y ejecución de estrategias de ventas, entre otras.

De acuerdo con Peña et al. (2022), la gestión comercial tiene como objetivo principal maximizar las ventas y generar ingresos para la empresa. Para lograrlo, se implementan diversas acciones, como la segmentación del mercado para identificar los clientes potenciales, el desarrollo de estrategias de marketing y promoción, la definición de precios adecuados, entre otros aspectos. Asimismo, Concepción et al. (2023), la gestión comercial implica tomar decisiones estratégicas y operativas que permitan alcanzar los objetivos de ventas de la empresa.

Esto implica analizar el mercado, conocer a los clientes, identificar oportunidades de negocio, establecer objetivos y metas, diseñar estrategias de marketing y ventas, implementar acciones concretas y evaluar los resultados obtenidos. Se hace necesario a nivel de país el progreso de un programa de Gestión Comercial que garantice la soberanía tecnológica y que permita la trazabilidad de los procedimientos de adquisición y de todas las actividades asociadas; aplicando mecanismos de integración con otros sistemas tecnológicos para el encadenamiento de los procesos logísticos y económicos. (Amir et al. 2021)

Por otro lado, Clarke et al. (2018), la gestión comercial abarca diversas áreas y aspectos, como la investigación de mercado para identificar oportunidades y carencias de los consumidores, el desarrollo de estrategias de marketing y ventas, atender al consumidor, fijar los costos, la distribución de los productos, el análisis de la competencia, entre otros. Para Li et al. (2021), la gestión comercial se refiere a todas las actividades y procesos relacionados con la comercialización de bienes de la compañía con el objetivo de lograr el crecimiento y la rentabilidad del negocio. Implica planificar, dirigir y controlar acciones estratégicas en áreas como investigación de mercado, marketing, ventas y atención al cliente, entre otros.

Según Rizo (2020), en las empresas grandes, donde existen normas y procesos de administración más estructurados, la gestión comercial puede enfrentar desafíos para mantener su peso estratégico. Esto se debe a que la toma de decisiones estratégicas a nivel organizativo puede limitar la autonomía y flexibilidad de la gestión comercial del mercado y responder a las carencias de los clientes. Para superar estos desafíos, es importante que las empresas grandes busquen formas de equilibrar la necesidad de la planificación estratégica a nivel organizativo con la flexibilidad y agilidad requerida en la gestión comercial. Esto puede implicar la creación de estructuras y procesos más ágiles, la descentralización de la toma de decisiones comerciales, al equipamiento

de programas de data más eficiente que valore la importancia estratégica de la gestión comercial. (López et al. 2019)

De acuerdo con Navia et al. (2019), la gestión comercial es primordial en todas las entidades. Permite a las empresas comprender y adaptarse al mercado. Las decisiones comerciales se basan en la opinión de los consumidores potenciales, lo que se considera fundamental para lograr el éxito organizacional. La gestión comercial se enfoca en estrategias más amplias para captar y retener clientes, mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas. (Pallathadka et al. 2021). Es por ello, que la gestión comercial es un factor influyente en la calidad de la prestación de los servicios en la medida que ayudara a mejorar la calidad del servicio, buscar la satisfacción de los usuarios, implementando mejores estrategias que permitan al usuario tener una experiencia adecuada respecto a los servicios recibidos y por ende buscando su satisfacción.

En cuanto a las dimensiones de la gestión comercial, Williams (2004) determinó las siguientes dimensiones: **Decisiones de producto**, se delega las disposiciones respecto a los productos que la empresa comercializará dentro del mercado tomando en cuenta indicadores como las necesidades de su público, las oportunidades, los factores productivos, entre otros. **Decisiones de precio**, permite desarrollar las decisiones sobre el precio asociado a cada producto decidido para comercializarse, para ello se debe recurrir a una estrategia debidamente seleccionada que haga posible la congruencia entre los beneficios. **Decisiones de distribución**, pertenece a la etapa cuando los directivos encargados de la gestión comercial tienen que decidir sobre la logística para que los productos lleguen hasta el cliente final con total normalidad buscando siempre la satisfacción de los mismos. **Decisiones de comunicación**, permite desarrollar estrategias para comunicar al público objetivo sobre los productos puestos a su disposición, sus atributos, las propuestas, entre otros para generar una relación de confianza.

En cuanto al sustento teórico de la **calidad del servicio eléctrico**, se menciona Decreto Supremo N° 020-97-EM (2010), es la capacidad en que una compañía cumple con las perspectivas y necesidades de sus consumidores al brindarles productos o servicios. Es un aspecto crucial en la gestión comercial, ya que tiene influencia en suplir al cliente, la retención de clientes y la reputación y empresa. Según Guerra et al. (2021), es un elemento fundamental en la gestión comercial, ya que influye en la percepción y la experiencia del cliente. Una empresa que se esfuerza por brindar un servicio de calidad tiene mayores posibilidades de retener clientes, generar recomendaciones positivas (Yingfei et al. 2021). Según Andrade et al (2020), las organizaciones reconocen la importancia de escuchar, comprender las inquietudes y problemas de sus usuarios; además, buscan implementar estrategias que les permitan abordar y resolver estos problemas de manera efectiva. Esto implica establecer canales de comunicación abiertos y accesibles para los usuarios, brindar un trato amable y respetuoso, y tomar acciones concretas para solucionar cualquier inconveniente que pueda surgir. Es por ello que las organizaciones deben estar preparadas para los cambios que pueden surgir durante la prestación de los servicios, para poder establecer nuevas estrategias que permita a la organización dar soluciones rápidas y que estas sean efectivas y satisfagan las necesidades de los pobladores

Además, Mercado et al. (2017), muchas entidades están adoptando enfoques centrados en el cliente y orientados a la práctica del consumidor para brindar un buen servicio. Estas estrategias van más allá de simplemente cumplir con las expectativas básicas del cliente y se enfocan en superarlas, creando una experiencia positiva y memorable, que según Gonzales et al. (2022), estas técnicas estratégicas permiten a las organizaciones adaptarse a las preferencias cambiantes. Al enfocarse en la percepción y satisfacción del usuario, las organizaciones pueden generar una experiencia positiva, fidelizar a sus clientes y aumentar la demanda de sus servicios. También, Ramos y Pinilla (2020), la calidad abarca las acciones que están destinadas a suplir las carencias de los consumidores en diferentes ámbitos, incluyendo los servicios básicos

como agua, gas, electricidad, entre otros. Estos servicios básicos son esenciales para el funcionamiento adecuado de un hogar o una comunidad, ya que cubren necesidades fundamentales. Para Rojas et al. (2020), implica asegurar que sean confiables, seguros, accesibles y eficientes, de manera que los usuarios puedan contar con ellos de manera constante y sin inconvenientes. Además de los servicios básicos, la calidad de servicio también se aplica en otros sectores como el comercio, la atención médica, el transporte, la educación, el turismo, entre otros. (Zaid et al. 2020)

De acuerdo con Ali et al. (2020), se refiere a las expectativas y carencias, brindando una experiencia satisfactoria y superando sus demandas. Es importante para las organizaciones que ofrecen servicios comprender la calidad del servicio y trabajar constantemente en su mejora. Esto implica estar atentos a las necesidades cambiantes de los usuarios, brindar una atención personalizada, contar con personal capacitado, utilizar tecnología adecuada (Pham et al. 2019). Abarca todas las actividades y procesos para la satisfacción en diferentes ámbitos, incluyendo los servicios básicos en su vida diaria de la población además que la calidad de los servicios va depender en gran medida de las tarifas de los servicios y por ende en la rapidez a las soluciones que se brinda al usuario, además de la agilidad en los tramites y consultas que estos realizan.

De acorde con Pakurár et al. (2019), un nivel de calidad alcanza un nivel razonable implica encontrar un equilibrio entre los costos asociados a mejorar la calidad y los beneficios que se obtienen al tenerla. Es importante considerar que la mejora de la calidad implica inversiones adicionales, como la implementación de sistemas de respaldo y la capacidad para manejar variaciones en la demanda. Es responsabilidad de las organizaciones y entidades proveedoras de servicios evaluar los costos y beneficios asociados a la mejora de la calidad, teniendo en cuenta los impactos en las tarifas y la accesibilidad del servicio, asimismo una adecuada calidad de servicio implica una mejoría de los servicios en su totalidad desde la prestación del servicio, de como se atiende y las

respuestas que se brinda a usuario, para ello se debe contar con personal capacitado en todas las áreas de la institución y que estos sean conocedores de las realidades locales.

Asimismo, para Rita et al. (2019) es importante destacar que la planificación de inversiones en servicios públicos debe tomar en cuenta tanto los factores estocásticos como las necesidades de expansión y mantenimiento de la infraestructura. La inversión en nuevas instalaciones, mejoras en la infraestructura existente y el equipamiento de normas de riesgos son aspectos clave para garantizar una calidad adecuada del servicio a largo plazo, en el contexto de los servicios públicos, factores estocásticos como eventos climáticos y crecimientos imprevistos de la demanda, así como el mantenimiento, puede afectar la calidad del servicio. (Nunkoo et al. 2020)

Igualmente, Bustamante et al (2019) determinaron que es un factor crucial para establecer una relación exitosa entre una organización y sus clientes. Es mediante al buen servicio que se explora suplir las carencias de los consumidores, brindándoles una experiencia positiva y generando confianza y fidelidad hacia la organización. De acorde con Afthanorhan et al. (2019) la comunicación juega un papel fundamental. La organización debe establecer canales efectivos de comunicación con sus clientes, para poder entender y atender sus necesidades de manera oportuna. Esto implica escuchar activamente a los clientes, responder sus consultas y brindarles información clara y precisa. La comunicación fluida y transparente ayuda a construir una relación de confianza relevante. (Ventacaya et al. 2019)

Respecto a las dimensiones, el Decreto Supremo N° 020-97-EM (2010), define la **calidad de Producto** como características destacables que hacen posible la diferenciación de las propuestas ofrecidas hacia el público. Es un elemento primordial, ya que influye en el gusto del cliente, la lealtad y la popularidad de la marca. Por otro lado, se tiene a la dimensión **calidad de suministro**, se refiere a la fiabilidad y la

continuidad del servicio para la disponibilidad continua. En el contexto empresarial, el suministro se refiere a la provisión de materias primas, componentes, productos terminados u otros recursos necesarios para la operación de una empresa. La dimensión **calidad del servicio comercial**, engloba todas las interacciones y experiencias que tiene el cliente con el equipo de ventas y los servicios proporcionados por la empresa. Mientras que **calidad de alumbrado público**, se refiere a la eficiencia de la iluminación pública, como calles, plazas, parques y carreteras.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1 Tipo de Estudio

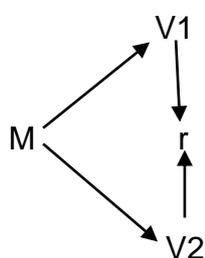
Fue básico, porque se utilizó teorías ya desarrolladas para los análisis respectivos fomentando la conformación de las herramientas para solucionar lo negativo observado (Huairé et al, 2022).

##### 3.1.2 Diseño de investigación

- **No experimental**, debido a que no se manipulan las variables, de enfoque **cuantitativo**, porque se midió con valores numéricos a través de cantidades y porcentajes. (Cegarra, 2004)

Fue **correlacional** según Huairé et al. (2022), porque permitió realizar los cálculos necesarios para conocer la correlación que genera el vínculo entre variables.

Presentación:



M= muestra

V1= Gestión comercial

V2= Calidad del servicio eléctrico

r = relación

#### 3.2. Variables y operacionalización

3.2.1 **Variable 1:** Gestión comercial

3.2.2 **Variable 2:** Calidad del servicio eléctrico

### 3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis

#### 3.3.1 Población

En este caso, la población estuvo integrada por 237,127 usuarios de Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.

#### 3.3.2 Criterios de selección

- **Criterios de inclusión:** Usuarios debidamente registrados, usuarios con pagos puntuales, usuarios del sector urbano.
- **Criterios de exclusión:** Usuarios mayor de 65 años, usuarios con recibos impagos, usuarios fuera de la jurisdicción de Tarapoto.

#### 3.3.3 Muestra

Para el calculo de la muestra se aplico se aplicó la siguiente formula:

Cálculo:

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

$$Z = 1.96$$

$$E = 0.05$$

$$p = 0.9$$

$$q = 0.1$$

$$N = 237,127$$

$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 216}{0.0025 * 237,126 + 0.9604}$
---

$n = \frac{207.4464}{1.50}$	138
-----------------------------	-----

La muestra fue de 138 clientes de Electro Oriente S.A. - Tarapoto, 2022.

- **Muestreo:**

El muestreo fue probabilístico. Se utilizó el tipo de muestreo aleatorio simple y según López y Facheli (2015), fue una técnica utilizada en el estudio y compilación de data y se centró en la selección aleatoria de elementos de una población o muestra. Es un enfoque que permitió obtener una muestra representativa de una población objetivo, lo que proporciona una base sólida para realizar inferencias y generalizaciones sobre dicha población. (p. 91)

- **Unidad de análisis**

Un usuario de Electro Oriente S.A.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica fue la encuesta y el instrumento dos cuestionarios, una por cada variable.

El instrumento para la gestión comercial, contuvo 15 expuestos, en función a 3 dimensiones con una escala de: Nunca = 1, Casi nunca = 2, A veces = 3, Casi siempre = 4, Siempre = 5, se abordó la medición en función a tres rangos: Bajo (15-35), Medio (36-55) y Alto (56-75).

Sobre la calidad del servicio eléctrico, fue de 14 expuestos, en función a 3 dimensiones con una escala de: Nunca = 1, Casi nunca = 2, A veces = 3, Casi siempre = 4, Siempre = 5, se abordó la medición en función a tres rangos: Bajo (14 - 32), Medio (33-51) y Alto (52-70).

## Validez

Se determinaron mediante el juicio de expertos y el V de Aiken, la misma que se resume a continuación:

**Tabla 1**

*Validez*

Variable	Nº	Especialidad	Promedio	Opinión
Gestión comercial	1	Metodólogo	3.56	Apto para su aplicación
	2	Metodólogo	3.71	
	3	Especialista	3.71	
	4	Especialista	3.64	
	5	Especialista	3.73	
Calidad de servicio	1	Metodólogo	3.6	
	2	metodólogo	3.83	
	3	Especialista	3.83	
	4	Especialista	3.86	
	5	Especialista	3.79	

**Fuente:** Elaboración propia

El instrumento sobre la gestión comercial se obtuvo un valor de 0.89. Con respecto al instrumento de la calidad del servicio, se obtuvo un resultado de 0.93. Asegurando su validez para aplicarlo.

## Confiabilidad

Fue establecida con valores entre 0.7 hasta 1 de acuerdo al Alpha de Crombach (Hernández et al, 2014).

**Tabla 2***Confiabilidad*

Variable	N° de ítems	Alpha de Cronbach
Gestión comercial	15	0.972
Calidad de servicio	14	0.975

**Fuente:** Elaboración propia

Lo anterior refleja que el primer cuestionario obtuvo un resultado de 0,972 y para el segundo fue 0,975 ambos por encima de 0,70 lo cual los convierte en significativos; garantizando una fiabilidad fuerte.

### 3.5. Procedimientos

Este proceso descrito correspondió a la metodología y fue importante destacar que se inició con la identificación del problema, lo cual permitió enfocar y delimitar el estudio. Luego se solicitó la autorización, posterior a ello se desarrolló la formulación de los instrumentos, cuyo despliegue se realizó de manera directa a cada integrante de la muestra. Una vez aplicados los instrumentos y obtenida la información, se procedió al procesamiento estadístico, que permitió la obtención de resultados objetivos y su posterior comparación y análisis para terminar con las conclusiones y sugerencias.

### 3.6. Método de análisis de datos

Según el recojo de data aplicados en la muestra, para ello se utilizó la estadística descriptiva por medio de tablas y figuras estadísticas mediante el análisis de frecuencias y porcentajes, la estadística inferencial para contrastar al hipótesis por cada objetivo correlacional y el método analítico deductivo para el análisis de los resultados obtenidos.

### 3.7. Aspectos éticos

De acuerdo a Koepsell y Ruiz (2015), se hizo uso de los siguientes: **beneficencia**, permitió buscar el bienestar y el beneficio de los participantes y de la sociedad en general. Esto implicó el

conocimiento útil y valioso, y de contribuir el beneficio de los participantes y la población. La **no maleficencia** implicó que durante la investigación se evitaran daños o perjuicios a los participantes. Ello permitió que se tomen medidas para garantizar su seguridad, privacidad y confidencialidad, y que se evita cualquier tipo de explotación o abuso. El principio de **justicia** implicó tratar a los participantes de manera equitativa y respetar sus derechos. Permitted que se brinden las mismas oportunidades de participación a todas las personas involucradas en el estudio, sin discriminación o sesgos injustos. El principio de **autonomía** reconoció la libertad y el derecho de los investigadores para elegir su tema de investigación y llevar a cabo su estudio de acuerdo con su propia voluntad y criterio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022

**Tabla 3**

*Nivel de gestión comercial*

Nivel	Rango	f	%
Bajo	15 - 35	41	30%
medio	36 – 55	69	50%
alto	56 - 75	28	20%
	Total	138	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a consumidores de Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022.

#### **Interpretación**

La encuesta a los usuarios de Electro Oriente S.A., Tarapoto refleja la percepción que tienen con respecto al nivel de gestión comercial. Al respecto, el 30 % indicó que es bajo, el 50% que es medio y el 20% que es alto. Se estableció la hipótesis específica:

**H<sub>1</sub>:** El nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto.

En base a ello, la gestión comercial es contemplada por los usuarios mayoritariamente como medio, se procedió con el rechazo de la hipótesis.

## 4.2. Nivel de calidad del servicio eléctrico en Electro Oriente S.A., Tarapoto – 2022

**Tabla 4**

*Nivel de calidad del servicio*

Nivel	Rango	f	%
Bajo	14 – 32	42	31%
medio	33 – 51	68	49%
alto	52 - 70	28	20%
	Total	138	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a consumidores de Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022.

### **Interpretación**

La encuesta a los usuarios de Electro Oriente S.A., Tarapoto refleja la percepción que tienen con respecto a la percepción que tienen respecto al nivel de calidad de servicio. Al respecto, el 31 % indico que es bajo, el 49% indico que es medio y el 20% indico que es alto. Se estableció la hipótesis específica:

**H<sub>2</sub>:** El nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto.

Dado los resultados, la calidad de servicio es percibido mayormente como medio, se procedió con el rechazo de la hipótesis.

### 4.3. Relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022

**Tabla 5**

*Prueba de normalidad.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión comercial	,194	138	,000	,923	138	,000
Calidad del servicio	,118	138	,000	,952	138	,000

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Fuente:* Elaboración propia. Cuestionario aplicado a consumidores de Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022.

#### **Interpretación**

Contando con una muestra mayor o igual a 50, se empleó Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>. Siendo el  $p = 0.000$  el más inferior a 0.05, concordante con una distribución no normal, por lo cual, se empleará el Rho de Spearman para corroborar las hipótesis.

**Tabla 6***Relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio*

			Decisiones de producto	Decisiones de precio	Decisiones de distribución	Decisiones de comunicación	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Decisiones de producto	Coeficiente de correlación	1,000	,965**	,868**	,978**	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Decisiones de precio	Coeficiente de correlación	,965**	1,000	,865**	,974**	,860**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Decisiones de distribución	Coeficiente de correlación	,868**	,865**	1,000	,832**	,802**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Decisiones de comunicación	Coeficiente de correlación	,978**	,974**	,832**	1,000	,848**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	138	138	138	138	138
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,837**	,860**	,802**	,848**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	138	138	138	138	138

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos obtenidos del SPSS V.25

### Interpretación

Existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio, debido a que el Rho Spearman fue 0.837, 0.860, 0.802, 0.848 (positiva alta) y un p-valor de 0,000 menor a 0.01, permitiendo aceptar la hipótesis de investigación.

#### 4.4. Relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A, Tarapoto - 2022

**Tabla 7**

*Relación entre Gestión comercial y la calidad del servicio*

		Gestión comercial	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Gestión comercial	1,000	,862**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.	,000
	N	138	138
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,862**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	138	138

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos obtenidos del SPSS V.25

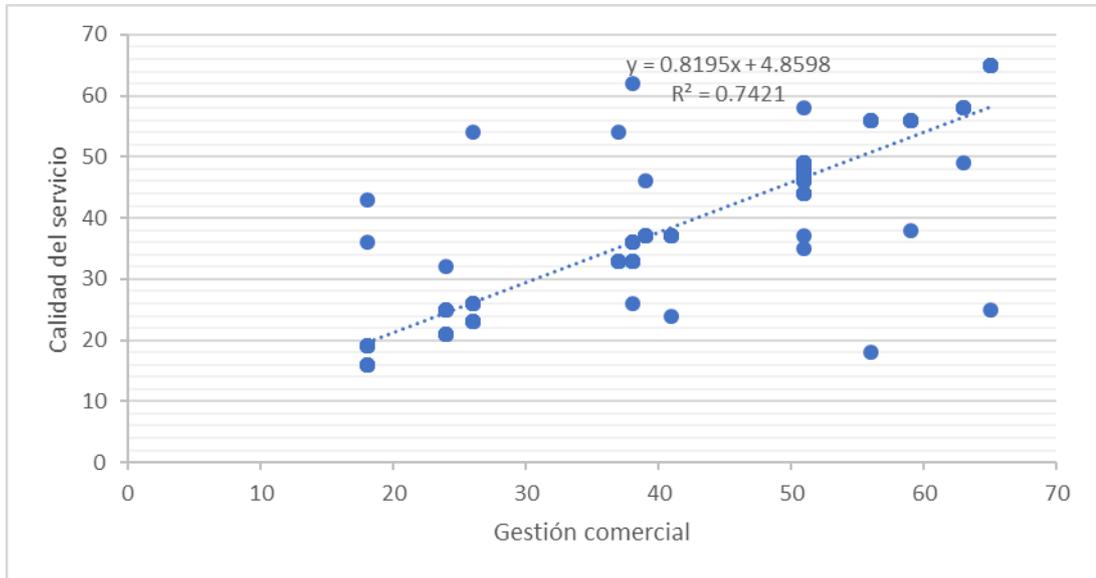
### Interpretación

Con un Rho de Spearman de 0.862 considerado como positiva alta, además de una significativa de 0.01, se detectó la viabilidad de rechazar la hipótesis nula, por lo que se afirma la existencia de correlación en las variables.

Si el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) cuyo valor es de 0.7421, esto indica que el 74.21% de variabilidad de la calidad del servicio en la empresa es explicada por la gestión comercial. Este coeficiente se representa en la siguiente figura:

**Figura 1**

Gráfica de dispersión ( $R^2$ )



Fuente: Datos obtenidos del SPSS V.25

## V. DISCUSIÓN

Para ello, el nivel de gestión comercial que tuvo un nivel medio en 50 %. Dichos resultados son debido a que no existe un canal claro para realizar el reclamo correspondiente, por lo que los usuarios prácticamente están obligados a pagar estas cifras a pesar de no haber consumido dichos montos. La falta de realización de procedimientos adecuados que ayuden no solo a la prestación del servicio, sino también a la solución de los problemas presentados, concordando con lo expuesto por Cuisano et al. (2020), Procel et al. (2020) y Peralta (2021) quienes indican que las MIPYME del sector no mejoran la eficiencia energética y no pueden reducir costos. Estas deficiencias se deben a que, si las instalaciones no están adecuadas para el expendio de productos, puede generar malestar entre los consumidores y afectar su satisfacción. Las condiciones inadecuadas de las instalaciones pueden representar un peligro para los usuarios, asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia del estado físico de las instalaciones, ya que es un aspecto importante que puede influir en la experiencia de los consumidores y en la percepción de calidad del lugar. Por lo tanto, es fundamental el reconocimiento del perfil de consumo de energía de las MIPYME, es decir, cuánta energía consumen y en qué momentos del día.

Asimismo, Peña et al. (2022), mencionan que, la gestión comercial tiene como objetivo principal maximizar las ventas y generar ingresos para la empresa. Para lograrlo, se implementan diversas acciones, como la segmentación del mercado para identificar los clientes potenciales, el desarrollo de estrategias de marketing y promoción, la definición de precios adecuados, entre otros aspectos. Asimismo, Concepción et al. (2023), deducen que, la gestión comercial implica tomar decisiones estratégicas y operativas que permitan alcanzar los objetivos de ventas de la empresa. Esto implica analizar el mercado, conocer a los clientes, identificar oportunidades de negocio, establecer objetivos y metas, diseñar estrategias de marketing y ventas, implementar acciones concretas y evaluar los resultados obtenidos. Se hace necesario a nivel de país el progreso de un programa de Gestión Comercial que garantice la soberanía tecnológica y

que permita la trazabilidad de los procedimientos de adquisición y de todas las actividades asociadas; aplicando mecanismos de integración con otros sistemas tecnológicos para el encadenamiento de los procesos logísticos y económicos.

Por otro lado, Clarke et al. (2018), mencionan que, la gestión comercial abarca diversas áreas y aspectos como la investigación de mercado para identificar oportunidades y carencias de los consumidores, el desarrollo de estrategias de marketing y ventas y atender al consumidor, y fijar los costos, la distribución de los productos, el análisis de la competencia, entre otros. En ese mismo orden, Li et al. (2021), manifiesta que la gestión comercial se refiere a todas las actividades y procesos relacionados con la comercialización de bienes de la compañía con el objetivo de lograr el crecimiento y la rentabilidad del negocio. Implica planificar, dirigir y controlar acciones estratégicas en áreas como investigación de mercado, marketing, ventas y atención al cliente, entre otros.

Asimismo, se contrastó el nivel de calidad del servicio es medio en 49%, dichos resultados son debido a que calidad del servicio brindado no es suficiente para poder generar la experiencia deseada de cada uno de los usuarios. Los mismos que últimamente han realizado reportes debido a que la facturación ha sido excesiva, sobre todo a partir del inicio de la pandemia, cuyos supuestos consumos se han elevado exponencialmente; a pesar de que la cantidad de energía utilizada en los hogares sigue el mismo hábito de consumo. En consecuencia, se considera un abuso las cantidades reflejadas en los recibos, situación compartida por Quiñónez et al. (2020), Perdigón (2020) y Lemoine et al. (2022) quienes mencionan que, la satisfacción de los consumidores va depender de cómo se desarrollan los servicios, tanto interna como externa. Esto indica que a mejor calidad de los servicios eléctricos, habrá mayor conformidad, evidenciado en las conformidad con los servicios brindados. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de comprender y caracterizar adecuadamente el negocio y sus principales inconvenientes. Es decir, el uso de estrategias publicitarias

basadas en el diagnóstico y la clasificación de productos puede contribuir a una mejor gestión comercial, marketing y posicionamiento del negocio, al dirigir los esfuerzos publicitarios de manera más precisa y relevante. Por lo tanto, ayuda a la fidelización y la reputación, es decir, es fundamental desarrollar una estrategia de gestión comercial que permita establecer metas claras y definir los elementos clave que guiarán las acciones de la empresa. Todo ello es concordante con lo expuesto por Rita et al. (2019), quienes consideran que es importante destacar que la planificación de inversiones en servicios públicos debe tomar en cuenta, tanto los factores estocásticos como las necesidades de expansión y mantenimiento de la infraestructura. La inversión en nuevas instalaciones, mejoras en la infraestructura existente y el equipamiento de normas de riesgos son aspectos claves para garantizar una calidad adecuada del servicio a largo plazo, en el contexto de los servicios públicos, factores estocásticos como eventos climáticos y crecimientos imprevistos de la demanda; así como el mantenimiento, puede afectar la calidad del servicio.

Además, Mercado et al. (2017), indican que, muchas entidades están adoptando enfoques centrados en el cliente y orientados a la práctica del consumidor para brindar un buen servicio. Estas estrategias van más allá de simplemente cumplir con las expectativas básicas del cliente y se enfocan en superarlas, creando una experiencia positiva y memorable, además. Gonzales et al. (2022), deducen que, estas técnicas estratégicas permiten a las organizaciones adaptarse a las preferencias cambiantes. Al enfocarse en la percepción y satisfacción del usuario, las organizaciones pueden generar una experiencia positiva, fidelizar a sus clientes y aumentar la demanda de sus servicios. Asimismo, Rojas et al. (2020), hace mención que la calidad de los servicios eléctricos implica asegurar que sean confiables, seguros, accesibles y eficientes, de manera que los usuarios puedan contar con ellos de manera constante y sin inconvenientes. Además de los servicios básicos, la calidad de servicio también se aplica en otros sectores como el comercio, la atención médica, el transporte, la educación, el turismo, entre otros.

Además, existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio, siendo similar a Ponce (2019), Svatosova (2020) y Zumr et al. (2021), mencionan que una buena gestión comercial es primordial para el éxito de una compañía. Estas capacidades no se ven reflejadas en todas las instituciones o empresas, ya que muchas de ellas muestran deficiencias en sus gestiones comerciales, por ende, no brindan una calidad de servicio adecuado. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia, ya que permite aumentar las ventas, captar y fidelizar clientes, generar ingresos y tener ventaja frente a la competencia. Por lo tanto, requiere análisis, adaptabilidad y enfoque en el cliente.

En tanto, Rizo (2020), deduce que, en las empresas grandes, donde existen normas y procesos de administración más estructurados, la gestión comercial puede enfrentar desafíos para mantener su peso estratégico. Esto se debe a que la toma de decisiones estratégicas a nivel organizativo puede limitar la autonomía y flexibilidad de la gestión comercial del mercado y responder a las carencias de los clientes. Para superar estos desafíos, es importante que las empresas grandes busquen formas de equilibrar la necesidad de la planificación estratégica a nivel organizativo con la flexibilidad y agilidad requerida en la gestión comercial. Esto puede implicar la creación de estructuras y procesos más ágiles, la descentralización de la toma de decisiones comerciales, al equipamiento de programas de data más eficiente que valore la importancia estratégica de la gestión comercial. En tanto, Navia et al. (2019), la gestión comercial es primordial en todas las entidades. Permite a las empresas comprender y adaptarse al mercado. Las decisiones comerciales se basan en la opinión de los consumidores potenciales, lo que se considera fundamental para lograr el éxito organizacional. La gestión comercial se enfoca en estrategias más amplias para captar y retener clientes, mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.

Aunado a ello, Ali et al. (2020), indican que, se refiere a las expectativas y carencias de los usuarios, brindando una experiencia satisfactoria y

superando sus demandas. Es importante para las organizaciones que ofrecen servicios comprender la calidad del servicio y trabajar constantemente en su mejora. Esto implica estar atentos a las necesidades cambiantes de los usuarios, brindar una atención personalizada, contar con personal capacitado, utilizar tecnología adecuada. Asimismo, Pakurár et al. (2019), definen que un nivel de calidad alcanzar un nivel razonable implica encontrar un equilibrio entre los costos asociados a mejorar la calidad y los beneficios que se obtienen al tenerla. Es importante considerar que la mejora de la calidad implica inversiones adicionales como la implementación de sistemas de respaldo y la capacidad para manejar variaciones en la demanda. Es responsabilidad de las organizaciones y entidades proveedoras de servicios evaluar los costos y beneficios asociados a la mejora de la calidad, teniendo en cuenta los impactos en las tarifas y la accesibilidad del servicio.

Existe relación positiva alta y significativa entre la gestión comercial y la calidad del servicio, dichos resultados coinciden con lo expuesto por Torres (2022), Delgado (2022) y Cevallos y Valdés (2020) quienes indicaron que, existe relación significativa. Estos resultados no se ven reflejada en todas las empresas de la región San Martín, ya que no existe un margen de mejora en términos de calidad para el servicio de energía eléctrica. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia que tiene la gestión comercial para los servicios eléctricos, lo que conlleva a que siempre se busque la satisfacción del usuario. Por lo tanto, a medida que la gestión comercial de reclamos, mejora; también se observará una mejora en la calidad del servicio.

Igualmente, Bustamante et al. (2019), determinaron que es un factor crucial para establecer una relación exitosa entre una organización y sus clientes. Es mediante del buen servicio que se explora suplir las carencias de los consumidores, brindándoles una experiencia positiva y generando confianza y fidelidad hacia la organización. Acorde con Afthanorhan et al. (2019), la comunicación juega un papel fundamental. La organización debe establecer

canales efectivos de comunicación con sus clientes, para poder entender y atender sus necesidades de manera oportuna. Esto implica escuchar activamente a los clientes, responder sus consultas y brindarles información clara y precisa. La comunicación fluida y transparente ayuda a construir una relación de confianza relevante.

En tanto, Guerra et al. (2021), menciona que, es un elemento fundamental en la gestión comercial, ya que influye en la percepción y la experiencia del cliente. Una empresa que se esfuerza por brindar un servicio de calidad tiene mayores posibilidades de retener clientes, generar recomendaciones positivas (Yingfei et al. 2021). Según Andrade et al. (2020), las organizaciones reconocen la importancia de escuchar y comprender las inquietudes y problemas de sus usuarios, y buscan implementar estrategias que les permitan abordar y resolver estos problemas de manera efectiva. Esto implica establecer canales de comunicación abiertos y accesibles para los usuarios, brindar un trato amable y respetuoso, y tomar acciones concretas para solucionar cualquier inconveniente que pueda surgir.

## VI. CONCLUSIONES

- 6.1 Existe relación positiva alta y significativa entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto – 2022, porque el Rho Spearman fue 0.862 y un p-valor de 0,000, aceptando así la hipótesis de investigación. Además, el coeficiente de determinación ( $R^2=0.7421$ ), indica que la calidad del servicio en un 74.21% es explicada por la gestión comercial.
- 6.2 El nivel de gestión comercial tiene un porcentaje medio en 50 %, dichos resultados son debido a que no existe un canal claro para realizar el reclamo correspondiente; por lo que los usuarios prácticamente están obligados a pagar estas cifras a pesar de no haber consumido dichos montos. Por otro lado, falta la realización de procedimientos adecuados que ayuden no solo a la prestación del servicio, sino también a la solución de los problemas presentados.
- 6.3 El nivel de calidad del servicio tiene un porcentaje medio en 49%, dichos resultados son debido a que la calidad del servicio brindado no es suficiente para poder generar la experiencia deseada de cada uno de los usuarios, quienes últimamente han realizado reportes debido a que la facturación ha sido excesiva; sobre todo a partir del inicio de la pandemia, cuyos supuestos consumos se han elevado exponencialmente, a pesar de que la cantidad de energía utilizada en los hogares sigue el mismo hábito de consumo, por lo que consideran un abuso las cantidades reflejadas en los recibos.
- 6.4 Existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio, ya que el Rho Spearman fue 0.837, 0.860, 0.802, 0.848 (positiva alta) y un p-valor igual a 0,000 explicando que, mientras mejor se ejecuten las dimensiones de la gestión comercial, mayor será la calidad de los servicios eléctricos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1.** Al responsable del área comercial, mejorar la calidad del servicio brindado para poder generar la experiencia deseada de cada uno de los usuarios con facturación adecuada de acuerdo al tipo y sector de las viviendas.
- 7.2.** Al responsable del área comercial, contar con un canal de trámite para que el usuario pueda realizar el reclamo correspondiente en caso de montos excesivos en las facturaciones de sus consumos.
- 7.3.** Al responsable del área comercial, mayor disponibilidad del personal para verificar las averías y constataciones ante los reclamos y quejas que hacen los usuarios, con el objetivo de poder brindar soluciones rápidas a sus insatisfacciones.
- 7.4.** Al responsable del área comercial, mejorar eficiencia en la gestión comercial para la realización de los procedimientos adecuados que ayuden no solo a la prestación del servicio, sino también a la solución de los problemas presentados.

## REFERENCIAS

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, -n., Foziah, H. & Ghazali, P. (2019) Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*. 10.5267/j.msl.2018.11.004
- Akimor, O., Karpa, M., Parkhomenko-Kutsevil, O., Kupriichuk, V. & Omarov, A. (2021) Entrepreneurship education of the formation of the e-commerce managers professional qualities. *International Journal of Entrepreneurship*. <https://www.proquest.com/openview/32dc2c896a9018fe7109f43461485edf/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29727>
- Ali, S., Umer, A., Asif, M., Samad, A. (2020) Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TQM-02-2020-0019/full/html>
- Amir-Mansouri, S., Sadegh-Javadi, M., Ahmarinejad, A., Nemathbakhsh, E., Zare, A. & Catalao, J. (2021) A coordinated energy management framework for industrial, residential and commercial energy hubs considering demand response programs. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*. <https://doi.org/10.1016/j.seta.2021.101376>
- Andrade, J., Ramírez, E. y Montaña, J. (2020). Calidad del servicio público domiciliario del suministro de energía eléctrica en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia* <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35194/37237>
- Arguedas, A., Villalobos, D. (2020). Proyectos hidroeléctricos y resistencias comunitarias en defensa de los ríos en Costa Rica: un análisis geográfico. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v29n1.75271>
- Berenguer-, M., Conde-García, R., Deás-Yero, D., Hernández-Rodríguez, N. y Arias-Gilart. (2018). Gestión de la calidad de la energía eléctrica. *Revista de Ingeniería Energética*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rie/v39n1/rie09118.pdf>
- Bustamante, U., Zerda, E., Obando, F. & Tello, M. (2019). Fundamentos de la

- calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista Empresarial*.  
<https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/159/167>
- Caballero, A. (2014) *Metodología integral innovadora para planes y tesis*.  
[https://www.academia.edu/34339287/Metodolog%C3%ADa\\_integral\\_innovadora\\_para\\_planes\\_y\\_tesis\\_LA\\_METODOLOG%C3%8DA\\_DEL\\_C%C3%93MO\\_FORMULARLOS](https://www.academia.edu/34339287/Metodolog%C3%ADa_integral_innovadora_para_planes_y_tesis_LA_METODOLOG%C3%8DA_DEL_C%C3%93MO_FORMULARLOS)
- Cegarra, J. (2004) *Metodología de la investigación científica y tecnológica*.  
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24111w/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Cientifica%20y%20Tecnologica%20-%20Jose%20Cegarra%20Sanchez.pdf>
- Churio-Silvera, O., Vanegas-Chamorro, M. y Valencia-Ochoa, G. (2018). Estudio y diagnóstico de la calidad de la energía de un campus universitario en la Costa Norte de Colombia. *Revista Avances: Investigación en ingeniería*.  
<https://doi.org/10.18041/avances.v15i1>
- Clarke-Bloomfield, M., Cisneros-Arias, Y., Paneca-González, Y. (2018). Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Ciencias Holguín*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181557161002>
- Concepción-Romero, L., Medina-Labrada, J., Aguilera-Ávila, L. (2023). Metodología para gestionar la innovación comercial en un destino turístico. *Ciencias Holguín*. 29 (1)  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181574471007>
- CONCYTEC (2018). REGLAMENTO DE CALIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y REGISTRO DE LOS INVESTIGADORES DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA - REGLAMENTO RENACYT.  
[https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)
- Decreto Supremo N° 020-97-EM (2010) Aprueban la norma técnica de calidad de los servicios eléctricos. (13 de setiembre de 2010)  
<https://www.enel.pe/content/dam/enel-pe/ayuda/normas-legales/Norma%20Tecnica%20de%20Calidad%20de%20los%20Servicios>

%20Electricos.pdf

- Delgado, A. (2022). *Gestión comercial y calidad de servicio al usuario en Electro Oriente Provincia de San Martín - 2021*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84770/Delgado\\_AWG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84770/Delgado_AWG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- El Comercio (2022) *El costo marginal de la electricidad se dispara: supera los US\$130 por megawatt hora*. Perú. <https://elcomercio.pe/economia/el-costomarginal-de-la-electricidad-se-dispara-supera-los-us130-por-megawatt-hora-noticia/>
- Gonzales-Abreu, A., Osornio-Ríos, R., Jaen-Cuellar, A., Delgado-Prieto, M., Antonino-Daviu, J., Karlis, A. (2022) Advances in Power Quality Analysis Techniques for Electrical Machines and Drives: A Review. *Energies* 2022, 15(5), 1909; <https://doi.org/10.3390/en15051909>
- Guerra-Chávez, J., Ramos-Valencia, M., González-Morales, L. y Barrazueta-Rojas, S. (2021). Evaluación de la calidad de energía eléctrica para un laboratorio de automatización de Industria 4.0. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*. 10.26423/rctu.v8i1.558.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., Moreno, L. (2018) Metodología de la investigación científica. Universidad Estatal del sur de Manabi. [https://www.researchgate.net/profile/Marcos-Ramos-Rodriguez/publication/322938332\\_Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_cientifica/links/5aa14866aca272d448b36198/Metodologia-de-la-investigacion-cientifica.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marcos-Ramos-Rodriguez/publication/322938332_Metodologia_de_la_investigacion_cientifica/links/5aa14866aca272d448b36198/Metodologia-de-la-investigacion-cientifica.pdf)
- Hernández, R., Mendoza, C. (2018) *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Huaire, E., Marquina, R., Horna, V., Herrera, A., y Rodríguez, R. (2022). El arte de dominar el método científico. <https://zenodo.org/record/5944818/files/LIBRO%20TESIS%20FACIL%20ENERO%20segunda%20edici%C3%B3n.pdf?download=1>
- Koepsell, D., Ruiz, M. (2015) *Ética de la Investigación, Integridad Científica*.

ConBioética.

México.

[https://www.academia.edu/24891498/Libro\\_etica\\_de\\_la\\_Investigacion\\_gratuito\\_1\\_](https://www.academia.edu/24891498/Libro_etica_de_la_Investigacion_gratuito_1_)

- Lemoine-Quintero, F., Villacis-Zambrano, L., Hernández-Rodríguez, N. (2022). Desarrollo de estrategias publicitarias para gestionar la comercialización de la actividad comercial pos-COVID-19. *Economía & Negocios*. 4(2), 192-211. <https://www.doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1462>
- Li, Y., Li, X., Ming-Hui, Z., Zhong-Yi, P., Jia-Tong, W., Muluaem, T., Chiang, V., Sederoff, H., Sederoff, R. & Xi-Yang, Z. (2021) An Overview of the Practices and Management Methods for Enhancing Seed Production in Conifer Plantations for Commercial Use. *Horticulturae*, 7(8), 252; <https://doi.org/10.3390/horticulturae7080252>
- Lopes, R., Dias, A., Pereira, L., António, N., Capelo, A. (2019) The impact of artificial intelligence on commercial management. *BRU - Business Research Unit (UNIDE)*. 10.21511/ppm.17(4).2019.36
- López, P., Facheli, S. (2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163565/metinvsocua\\_a2016\\_cap1-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163565/metinvsocua_a2016_cap1-3.pdf)
- Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. México. [http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Mercado-Polo, V., Peña, J. y Pacheco, L. (2017). Calidad de la energía eléctrica bajo la perspectiva de los sistemas de puesta a tierra. *Ciencia e Ingeniería*. <https://www.redalyc.org/journal/5075/507555007009/507555007009.pdf>
- Navia-Nuñez, M., Stefanu-Lidorikiotu, Y., Valdivia-Ubeda, A. (2019). Elementos de influencia en la toma de decisiones entre directores comerciales en empresas familiares. Estudio comparado de empresas de Cataluña (España) y Barranquilla (Colombia). *Contabilidad y Negocios*. Perú. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201901.005>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., Oláh, J. (2019) The Service Quality

- Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability* 11(4), 1113; <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Pallathadka, H., Ramirez-Asis, E., Loli-Poma, T., Kaliyaperumal, -k., Magno-Ventayen, R. & Maved, M. (2021) Applications of artificial intelligence in business management, e-commerce and finance. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.06.419>
- Peña-Lallnilla, R., Gómez-Martínez, R., Duque-Aguilar, Y., Cordero-García, D. (2022). RECOM+, Sistema de Gestión Comercial y de Inteligencia de Negocios. *Ciencias* *Holguín*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181572159001>
- Pham, L., Limbu, Y., Nguyen, H. (2019) Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. *International Journal of Educational Technology in Higher Education volume*. <https://link.springer.com/article/10.1186/s41239-019-0136-3>
- Peralta-Neyra, M. (2021). Electricity as a Factor of Competitiveness: Empirical Evidence in the Free Customer Market in the Context of Camisea Natural Gas. *Industrial data*. <https://dx.doi.org/10.15381/ldata.v24i1.16734>
- Perdigón-Llanes, R. (2020). Digital strategy to strengthen the commercial management of Cuban agro livestock cooperatives. *Coodes*. [http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v8n1/en\\_2310-340X-cod-8-01-33.pdf](http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v8n1/en_2310-340X-cod-8-01-33.pdf)
- Ponce-Andrade, J. (2017). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES hoteleras de Manabí. *ECA Sinergia*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588562207005>
- Procel-Silva, M., Ibarra-Chango, M., Jácome-Tamayo, S. (2020). Análisis de la gestión comercial, contable y su relación con la calidad del servicio al cliente. *Polo del conocimiento*. 10.23857/pc.v5i5.1438
- Quiñónez-Guagua, O., Castillo-Cabeza, S., Bruno-Jaime, J., Oyarvide-Ibarra, I. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565476>
- Ramos-Parra, Y. y Pinilla-Roncancio, M. (2020). Calidad de agua de consumo

- humano en sistemas de abastecimiento rurales en Boyacá, Colombia. Un análisis infraestructural. *Revista EIA*.  
<https://doi.org/10.24050/reia.v17i34.1378>
- Rita, P., Olivera, T., Farisa, A. (2019) The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*.  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Martí, K. (2020). Procedimiento de Cuadro de Mando Integral para la gestión de comercialización. *Ciencias Holguín*.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181564620002>
- Nunkoo, R., Viraiyan, T., Ringle, C., Sunnasee, V. (2020) Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Rojas, R. (2013) *Guía para realizar investigaciones sociales*.  
<https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano.pdf>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., Saldarriaga, G. (2021) *Metodología de la investigación científica..*  
[https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros\\_categoria\\_Academico/articulo/view/22/29](https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico/articulo/view/22/29)
- Svatosova, V. (2020). The Importance of Online Shopping Behavior in the Strategic Management of E-Commerce Competitiveness. *Journal of Competitiveness*, 12(4), 143–160. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.04.09>
- Torres, C. (2022). *Gestión de proyectos de electrificación rural y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Nueva Cajamarca – 2022*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/106732/Torres\\_RCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/106732/Torres_RCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tupia-Astoray, A. y Andrade-Arenas, L. (2021) Implementation of an e-Commerce System for the Automation and Improvement of Commercial Management at a Business Level. *International Journal of Advanced Computer Science*

- and Applications, [https://www.researchgate.net/profile/Anthony-Astoray/publication/348962640\\_Implementation\\_of\\_an\\_e-Commerce\\_System\\_for\\_the\\_Automation\\_and\\_Improvement\\_of\\_Commercial\\_Management\\_at\\_a\\_Business\\_Level/links/6160352c1eb5da761e613956/Implementation-of-an-e-Commerce-System-for-the-Automation-and-Improvement-of-Commercial-Management-at-a-Business-Level.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Anthony-Astoray/publication/348962640_Implementation_of_an_e-Commerce_System_for_the_Automation_and_Improvement_of_Commercial_Management_at_a_Business_Level/links/6160352c1eb5da761e613956/Implementation-of-an-e-Commerce-System-for-the-Automation-and-Improvement-of-Commercial-Management-at-a-Business-Level.pdf)
- Valdés-Pérez, D. y Cevallos-Mejía, A. (2022). Estructura organizacional en la gestión comercial y su incidencia en las empresas inmobiliarias. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/06/empresas-inmobiliarias.html>
- Ventacaya, L., Pudaruth, S., Juwaheer, R., Dirpal, G., Zabeen, N. (2019) Assessing the Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction in Commercial Banks of Mauritius. *Revista Sciendo*. <https://doi.org/10.2478/sbe-2019-0020>
- Williams, N. (2004) Gestión comercial I. *Universidad de los Lagos*. <https://docplayer.es/6558287-Gestion-comercial-i-gestion-comercial-i-nicolas-williams-larrea.html>
- Yingfei, Y., Mengze, Z., Ki-Hyung, B., Ralison, A. & Nawaz, A. (2021) Green logistics performance and infrastructure on service trade and environment-Measuring firm's performance and service quality. *Journal of King Saud University – Science*. <https://doi.org/10.1016/j.jksus.2021.101683>
- Zaid, A., Arqawi, S., Abu, R., Shobaki, M. (2020) The Impact of Total Quality Management and Perceived Service Quality on Patient Satisfaction and Behavior Intention in Palestinian Healthcare Organizations. *IRKU*. [https://www.researchgate.net/profile/Ahmed-Zaid-2/publication/341043587\\_The\\_Impact\\_of\\_Total\\_Quality\\_Management\\_and\\_Perceived\\_Service\\_Quality\\_on\\_Patient\\_Satisfaction\\_and\\_Behavior\\_Intention\\_in\\_Palestinian\\_Healthcare\\_Organizations/links/5eaaac3592851cb26766e00a/The-Impact-of-Total-Quality-Management-and-Perceived-Service-Quality-on-Patient-Satisfaction-and-Behavior-Intention-in-Palestinian-Healthcare-Organizations.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ahmed-Zaid-2/publication/341043587_The_Impact_of_Total_Quality_Management_and_Perceived_Service_Quality_on_Patient_Satisfaction_and_Behavior_Intention_in_Palestinian_Healthcare_Organizations/links/5eaaac3592851cb26766e00a/The-Impact-of-Total-Quality-Management-and-Perceived-Service-Quality-on-Patient-Satisfaction-and-Behavior-Intention-in-Palestinian-Healthcare-Organizations.pdf)

Zumr, V., Remes, J. & Pulkrab, K. (2021) How to Increase Biodiversity of Saproxylic Beetles in Commercial Stands through Integrated Forest Management in Central Europe. *Forests* 12(6), 814; <https://doi.org/10.3390/f12060814>

# **ANEXOS**

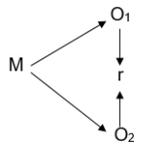
### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Gestión comercial</b>	Consiste en la puesta en marcha de una serie de técnicas y procesos que tienen como objetivo principal dar a conocer su propuesta comercial al público. Por tanto, el canal de comunicación perfecto entre la compañía y los clientes. (Williams, 2004)	Esta variable será medida a través de un cuestionario en base a las decisiones de producto, decisiones de precio, decisiones de distribución y decisiones de comunicación.	Decisiones de producto	Productos de compra Productos de especialidad Productos no buscados	Ordinal
			Decisiones de precio	Fijación de precios Competitividad en precios Precios adaptativos Precios cooperativos	
			Decisiones de distribución	Canales de distribución Transporte de productos Almacenamiento	
			Decisiones de comunicación	Fases Formas de comunicación Publicidad Promoción de ventas	
<b>Calidad del servicio</b>	Decreto Supremo N.º 020-97-EM (2010), los contratos de suministro de energía, para el mercado libre y para el mercado del Servicio Público de Electricidad, deben incluir condiciones que permitan al Suministrador controlar las perturbaciones propias y aquellas que un Cliente suyo, pudiera introducir en el sistema y por las cuales, el Suministrador es responsable.	Esta variable será medida a través de un cuestionario en base a sus dimensiones de calidad de producto, calidad de suministro, calidad de servicio comercial y calidad de alumbrado público.	Calidad de Producto	Tensión Frecuencia Perturbaciones (Flicker y Tensiones Armónicas).	Ordinal
			Calidad de Suministro	Interrupciones	
			Calidad de Servicio Comercial	Trato al Cliente Medios de Atención Precisión de Medida.	
			Calidad de Alumbrado Público	Deficiencias del Alumbrado.	

### Matriz de consistencia

Título: Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p><b>problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Medir el nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p> <p>Estimar el nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p> <p>Identificar la relación entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Hi: Existe relación significativa entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>H1: El nivel de gestión comercial en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto.</p> <p>H2: El nivel de la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022, es alto.</p> <p>H3: Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022.</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p>

Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones	
<p>Diseño No experimental</p>  <p>M = Muestra  O1 = Gestión comercial  O2 = Calidad del servicio eléctrico  r = Relación entre ambas variables</p>	<p><b>Población</b>  237,127 clientes de Electro Oriente S.A. Tarapoto</p> <p><b>Muestra</b>  138 clientes de Electro Oriente S.A. Tarapoto</p>	<p>Variables</p> <p>Gestión comercial</p> <p>Calidad del servicio eléctrico</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Decisiones de producto</p> <p>Decisiones de precio</p> <p>Decisiones de distribución</p> <p>Decisiones de comunicación</p> <p>Calidad de producto</p> <p>Calidad de suministro</p> <p>Calidad de servicio comercial</p> <p>Calidad de alumbrado público</p>

## Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario: Gestión comercial

#### Datos generales:

Nº de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

#### Introducción:

Estimado usuario, el presente instrumento tiene como objetivo recabar información acerca de la gestión comercial en la empresa Electro Oriente S.A. Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Además, debe marcar con un aspa la alternativa elegida. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su percepción. Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
<b>Decisiones de producto</b>						
1	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A., son oportunos					
2	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente.					
3	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado.					
4	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta.					
<b>Decisiones de precio</b>						
5	Está de acuerdo con los precios del servicio brindado por Electro Oriente S.A.					
6	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A.					

7	Los precios están de acorde a su consumo.					
8	Considera que las tarifas están en función a su consumo y tipo de vivienda.					
<b>Decisiones de distribución</b>						
9	Los canales de distribución del del servicio de Electro Oriente S.A. son oportunos.					
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A., lo realiza de manera oportuna.					
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones.					
<b>Decisiones de comunicación</b>						
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio.					
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada.					
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada.					
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A.					

## Cuestionario: Calidad del servicio eléctrico

### Datos generales:

Nº de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

### Introducción:

Estimado usuario, el presente instrumento tiene como objetivo recabar información acerca de la calidad del servicio eléctrico brindado por Electro Oriente S.A. Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Además, debe marcar con un aspa la alternativa elegida. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su percepción. Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
<b>Calidad de Producto</b>						
1	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada.					
2	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada.					
3	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica.					
<b>Calidad de Suministro</b>						
4	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua.					
5	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica.					
6	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones.					

7	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas.					
<b>Calidad de Servicio Comercial</b>						
8	Le brindan un adecuado trato en la empresa.					
9	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.					
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores.					
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales.					
<b>Calidad de Alumbrado Público</b>						
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada.					
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público.					
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado.					

## Consentimiento y/o asentimiento informado



### Consentimiento informado (\*)

Título de la investigación: Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto – 2022

Investigador (a): Oriana Magaly Moncada Arirama.

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022”, cuyo objetivo es determinar la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiante de Posgrado del Programa Académico de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad César Vallejo del campus Tarapoto, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Electro Oriente S.A.

#### **Describir el impacto del problema de la investigación.**

¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de la institución. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

*\*Obligatorio a partir de 18 años*



**Participación voluntaria (principio de autonomía):** Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación si no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el investigador (a) (apellidos y nombres) Moncada Arirama Oriana Magaly email: orianamoncada2210@gmail.com y docente asesor (apellidos y nombres) Encomenderos Bancallán Ivo Martín, email: iencomenderos@ucvvirtual.edu.pe.

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Firma:

Nombre y apellidos: ZENATO ANDRÉS GARCIA

Fecha y hora: 11:00 am 29/05/2023

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.*

*\*Obligatorio a partir de 18 años*

## **Consentimiento informado (\*)**

Título de la investigación: Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto – 2022

Investigador (a): Oriana Magaly Moncada Arirama.

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022", cuyo objetivo es determinar la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiante de Posgrado del Programa Académico de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad César Vallejo del campus Tarapoto, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Electro Oriente S.A.

### **Describir el impacto del problema de la investigación.**

¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y la calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022?

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto - 2022"
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de la institución. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

*\*Obligatorio a partir de 18 años*



**Participación voluntaria (principio de autonomía):** Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación si no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el investigador (a) (apellidos y nombres) Moncada Arirama Oriana Magaly email: orianamoncada2210@gmail.com y docente asesor (apellidos y nombres) Encomenderos Bancallán Ivo Martín, email: iencomenderos@ucvvirtual.edu.pe.

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Firma:   
Nombre y apellidos: Joyci Lozano Lazo  
Fecha y hora: 29/05/2023

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.*

*\*Obligatorio a partir de 18 años*

## Validación de los instrumentos de investigación

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A. son oportunos			x					x				x	
02	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente				x				x				x	
03	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado				x				x				x	
04	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta				x			x					x	
<b>N° DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Precio</b>														
05	Está de acuerdo con los precios por el servicio brindado por Electro Oriente S.A			x					x				x	
06	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A				x				x				x	
07	Los precios están de acorde a su consumo				x				x				x	
08	Considera que paga altas tarifas en función a su consumo			x					x				x	
<b>N° DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Distribución</b>														
09	Los canales de distribución (alta, media y baja tensión) del servicio de Electro Oriente S.A. son adecuados				x				x				x	
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A, lo realiza de manera oportuna				x				x				x	
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones				x				x				x	
<b>N° DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Comunicación</b>														
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio				x				x				x	
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada				x				x				x	
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada				x				x				x	
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A				x				x				x	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.**

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. MEDINA GARCÍA CÉSAR ANTONIO

Especialidad del validador (a): INGENIERO MECÁNICO ELETRICISTA

DNI: 01104136

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

  
Firma del experto informante

Tarapoto, 29 de mayo de 2023.

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Nº	DIMENSIONES / ítems: Calidad de producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones		
01	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada				x				x					x		
02	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada				x				x						x	
03	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica				x				x						x	
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems: Fenómeno calidad de servicio</b>															
04	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua				x				x				x			
05	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica				x				x						x	
06	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones				x				x						x	
07	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas				x				x						x	
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad de servicio comercial</b>															
08	Le brindan un adecuado trato en la empresa				x				x						x	
09	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.				x				x				x			
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores				x				x				x			
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales				x				x						x	
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad alumbrado público</b>															
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada				x				x				x			
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público				x				x						x	
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado				x				x						x	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [ x ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador: **MEDINA GARCÍA CÉSAR ANTONIO**  
 Especialidad del validador (a): **INGENIERO MECANICO ELECTRICISTA**

DNI: 01104136

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

  
 Firma del experto informante

Tarapoto, 29 de mayo de 2023.

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A. son oportunos				x					x				x
02	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente				x					x				x
03	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado				x					x				x
04	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta				x					x				x
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Precio													
05	Está de acuerdo con los precios por el servicio brindado por Electro Oriente S.A				x					x				x
06	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A				x					x				x
07	Los precios están de acorde a su consumo				x					x				x
08	Considera que paga altas tarifas en función a su consumo				x					x				x
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Distribución													
09	Los canales de distribución (alta, media y baja tensión) del servicio de Electro Oriente S.A. son adecuados				x					x				x
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A. lo realiza de manera oportuna				x					x				x
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones				x					x				x
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Comunicación													
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio				x					x				x
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada				x					x				x
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada				x					x				x
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A				x					x				x

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Maticorena Alvarado Víctor Raúl

Especialidad del validador (a): Especialista ISO 9001 / 21001

DNI: 42503076

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

  
 Víctor Raúl Maticorena Alvarado  
 Lic. Mtro. MBA

Tarapoto, 24 de mayo de 2023.

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Calidad de producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada		x					x					x	
02	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada			X					X					X
03	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica		x						X					X
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Fenómeno calidad de servicio</b>													
04	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua		x						X					X
05	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica			X					X					X
06	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones			X					X					X
07	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas			X					X			x		
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad de servicio comercial</b>													
08	Le brindan un adecuado trato en la empresa		x						X					X
09	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.			X					X					X
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores			X					X					X
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales			X					X					X
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad alumbrado público</b>													
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada			X					X					X
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público			X					X					X
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado			X					X					X

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Maticorena Alvarado Víctor Raúl

DNI: 42503076

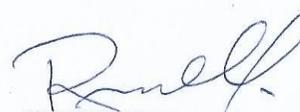
**Especialidad del validador (a):** Especialista ISO 9001 / 21001

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

  
 Víctor Raúl Maticorena Alvarado  
 Lic. Mtro. MBA

Tarapoto, 24 de mayo de 2023.

**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A, son oportunos				x				x				x	
02	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente				x				x				x	
03	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado			x					x				x	
04	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta			x				x				x		
N°	<b>DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Precio</b>													
05	Está de acuerdo con los precios por el servicio brindado por Electro Oriente S.A				x				x				x	
06	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A			x					x				x	
07	Los precios están de acorde a su consumo			x				x					x	
08	Considera que paga altas tarifas en función a su consumo				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Distribución</b>													
09	Los canales de distribución (alta, media y baja tensión) del servicio de Electro Oriente S.A. son adecuados				x				x				x	
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A, lo realiza de manera oportuna				x				x				x	
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Comunicación</b>													
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio				x				x				x	
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada			x					x				x	
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada			x					x				x	
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A			x					x				x	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.**  
 Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  No aplicable   
 Apellidos y nombres del juez validador: MANRIQUE GARCIA BOBNET  
 Especialidad del validador (a): MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

DNI: 01146566

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.  
<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.  
<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.  
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

Tarapoto, 24 de mayo de 2023.

*[Handwritten signature]*

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Calidad de producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones	
01	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada				x				x					x	
02	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada				x				x					x	
03	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica			x					x					x	
N°	DIMENSIONES / ítems: Fenómeno calidad de servicio														
04	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua			x					x				x		
05	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica				x				x					x	
06	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones				x				x				x		
07	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas				x				x					x	
N°	DIMENSIONES / ítems: Calidad de servicio comercial														
08	Le brindan un adecuado trato en la empresa				x				x					x	
09	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.				x				x					x	
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores				x				x					x	
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales			x					x					x	
N°	DIMENSIONES / ítems: Calidad alumbrado público														
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada				x				x					x	
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público				x				x					x	
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado				x				x					x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: MANRIQUE FARSA BORNET

Especialidad del validador (a): MBA MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

DNI: 01146566

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

Tarapoto, 24 de mayo de 2023.



### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A, son oportunos				x				x					x
02	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente			x				x						x
03	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado				x				x					x
04	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta				x				x					x
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Precio													
05	Está de acuerdo con los precios por el servicio brindado por Electro Oriente S.A			x					x				x	
06	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A				x				x					x
07	Los precios están de acorde a su consumo				x			x					x	
08	Considera que paga altas tarifas en función a su consumo			x					x				x	
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Distribución													
09	Los canales de distribución (alta, media y baja tensión) del servicio de Electro Oriente S.A. son adecuados				x				x				x	
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A, lo realiza de manera oportuna				x				x					x
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones				x			x						x
N°	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Comunicación													
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio				x				x					x
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada			x				x						x
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada				x				x					x
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A				x				x					x

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: RUIZ SAAVEDRA FERNANDO

Especialidad del validador (a): Doctorado en educación, gestiones públicas y gerenciales

DNI: 01114891

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

  
**Dr. Fernando Ruiz Saavedra**  
 DOCENTE TECNÓLOGO  
 Firma del experto informante

Tarapoto, 29 de mayo de 2023.

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

N°	DIMENSIONES / ítems: Calidad de producto	Claridad <sup>1</sup>	Coherencia <sup>2</sup>	Relevancia <sup>3</sup>	Observaciones/ Recomendaciones
01	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada	x	x		x
02	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada	x	x		x
03	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica	x	x		x
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Fenómeno calidad de servicio</b>				
04	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua	x	x	x	
05	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica	x	x		x
06	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones	x	x		x
07	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas	x	x		x
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad de servicio comercial</b>				
08	Le brindan un adecuado trato en la empresa	x	x		x
09	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.	x	x	x	
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores	x	x	x	
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales	x	x		x
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad alumbrado público</b>				
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada	x	x	x	
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público	x	x		x
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado	x	x		x

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.**

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** RUIZ SAAVEDRA FERNANDO

**Especialidad del validador (a):** Doctorado en educación, gestiones públicas y gerenciales

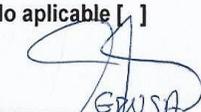
<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la

DNI: 01114891

  
 Dr. Fernando Ruiz Saavedra  
 DOCENTE METODÓLOGO

Tarapoto, 29 de mayo de 2023.

Firma del experto informante

**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Nº	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Producto	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Los productos o servicios que oferta Electro Oriente S.A, son oportunos				X				X			X		
02	La empresa tiene diversidad de productos de acuerdo al tipo de cliente				X				X			X		
03	El servicio de instalaciones subterráneas que brinda Electro Oriente S.A., es adecuado			X				X					X	
04	La empresa le explica o le informa de la diversidad de productos que oferta				X			X				X		
Nº	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Precio													
					X				X			X		
05	Está de acuerdo con los precios por el servicio brindado por Electro Oriente S.A				X				X			X		
06	Está conforme con las tarifas de Electro Oriente S.A			X				X					X	
07	Los precios están de acorde a su consumo				X			X				X		
08	Considera que paga altas tarifas en función a su consumo <b>Ítems 5 – 8 casi idénticos ver una diferencia</b>			X				X				X		
Nº	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Distribución													
09	Los canales de distribución (alta, media y baja tensión) del servicio de Electro Oriente S.A. son adecuados <b>debe ser clara el ítems</b>			X					X				X	
10	Cuando solicita una instalación a Electro Oriente S.A, lo realiza de manera oportuna			X					X				X	
11	La empresa cuenta con productos de alta calidad para sus instalaciones				X			X					X	
Nº	DIMENSIONES / ítems: Decisiones de Comunicación													
12	La empresa le comunica algunas deficiencias en su servicio			X					X				X	
13	El tipo de comunicación empleada por la empresa es la adecuada				X				X				X	
14	La publicidad que realiza la empresa es la adecuada				X			X					X	
15	Participa Usted de las actividades de promoción (cliente puntual) para los usuarios de Electro Oriente S.A				X			X					X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):\_Mejorar redacción**
**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador.** Sánchez Dávila Keller    DNI: 41997504

**Especialidad del validador (a):** Metodólogo

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Tarapoto, 31 de mayo de 2023

  
 -----  
 Dr. Keller Sánchez Dávila  
 DOCENTE POS GRADO

 Ac  
 Ve

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Nº	DIMENSIONES / ítems: Calidad de producto	Claridad <sup>1</sup>		Coherencia <sup>2</sup>		Relevancia <sup>3</sup>		Observaciones/ Recomendaciones
01	Opina que la tensión del servicio de energía eléctrica es adecuada		X		X		X	
02	Cree que la frecuencia del servicio de energía eléctrica es adecuada		X		X		X	
03	Observa que existen perturbaciones en el servicio de energía eléctrica		X		X		X	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Fenómeno calidad de servicio</b>							
04	Observa que existe cortes en el servicio de energía eléctrica de manera continua		X		X		X	
05	Le comunican las interrupciones del servicio de energía eléctrica		X		X		X	
06	Observa que existe variación en su consumo producto de las interrupciones		X		X		X	
07	Observa que las interrupciones se dan producto de las condiciones climáticas		X		X		X	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad de servicio comercial</b>							
08	Le brindan un adecuado trato en la empresa		X		X		X	
09	Los medios de atención son adecuados debido a que recibo información oportuna.		X		X		X	
10	Siente que la calidad de servicio ha mejorado en comparación a experiencias anteriores		X		X		X	
11	Las medidas por el pago del servicio de energía eléctrica no perjudican mis finanzas personales		X		X		X	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / ítems: Calidad alumbrado público</b>							
12	Observa que la calidad de alumbrado público es la adecuada		X		X		X	
13	Comunica a los responsables algunas deficiencias en el servicio de alumbrado público		X		X		X	
14	Considera que el pago por servicio de alumbrado público es apropiado		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguna

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. **Sánchez Dávila Keller**      **DNI: 41997504**

Especialidad del validador (a): **Metodólogo**

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Tarapoto, 31 de mayo de 2023



Dr. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO

## Índice de la V de Ayken

### Variable 1: Gestión comercial

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
D1	P1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
	P2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
	P3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
D2	P5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
	P6	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
	P7	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
	P8	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
D3	P9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
	P10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P11	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
D4	P12	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
	P13	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
	P14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
	P15	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4

**V de Ayken 0.89**

### Variable 2: Calidad del servicio

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
D1	P1	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
	P2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
D2	P4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
	P5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
	P6	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
	P7	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
D3	P8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
	P10	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3
	P11	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
D4	P12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
	P13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

**V de Ayken 0.93**

**Confiabilidad de los instrumentos de investigación**  
**Análisis de confiabilidad de Gestión comercial**

---

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

---

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,972	15

---

**Análisis de confiabilidad de Calidad del servicio**

---

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

---

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,975	14

---

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



# CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN DONDE SE EJECUTÓ LA INVESTIGACIÓN

Tarapoto, 25 de mayo de 2023

OFICIO N° GSA - 002 - 2023

Señorita.

ORIANA MAGALY MONCADA ARIRAMA

Presente. -

En representación de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Sociedad Anónima - Electro Oriente S.A, autorizamos que su investigación se realice en nuestra organización y le brindaremos todas las facilidades.

Atentamente,

  
CPC. Percy Donés Aburqueque Cerezo  
Jefe Dpto. Administración ( e )  
Electro Oriente S.A. - Tarapoto

## Base de datos estadísticos

### V1: Gestión comercial

	Decisiones de producto					Decisiones de precio					Decisiones de distribución				Decisiones de comunicación					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	SUBTOTAL	P5	P6	P7	P8	SUBTOTAL	P9	P10	P11	SUBTOTAL	P12	P13	P14	P15	SUBTOTAL	
1	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
2	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
3	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
4	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
5	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
6	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
7	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
8	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
9	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
10	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
11	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
12	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
13	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
14	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
15	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
16	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
17	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
18	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
19	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
20	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
21	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
22	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51

23	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
24	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
25	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
26	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
27	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
28	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
29	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
30	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
31	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
32	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
33	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
34	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
35	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
36	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
37	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
38	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
39	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
40	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
41	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
42	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
43	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
44	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
45	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
46	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
47	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
48	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
49	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
50	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65

51	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
52	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
53	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
54	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
55	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
56	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
57	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
58	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
59	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
60	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
61	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
62	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
63	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
64	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
65	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
66	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
67	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
68	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
69	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
70	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
71	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
72	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
73	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
74	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
75	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
76	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
77	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
78	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18

79	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
80	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
81	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
82	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
83	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
84	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
85	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
86	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
87	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
88	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
89	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
90	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
91	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
92	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
93	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
94	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
95	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
96	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
97	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
98	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
99	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
100	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
101	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
102	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
103	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
104	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
105	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
106	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26

107	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
108	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
109	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
110	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
111	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
112	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
113	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
114	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51
115	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
116	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
117	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
118	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
119	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
120	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
121	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
122	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
123	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18
124	1	2	2	2	7	1	1	2	2	6	2	1	1	4	2	1	2	2	7	24
125	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14	51
126	1	2	2	2	7	2	1	2	2	7	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
127	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59
128	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9	2	3	2	3	10	39
129	4	4	5	3	16	3	4	4	4	15	1	3	4	8	4	4	4	5	17	56
130	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	1	5	5	11	4	5	4	5	18	65
131	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	63
132	3	2	4	3	12	2	3	2	2	9	4	2	3	9	2	3	2	4	11	41
133	2	3	2	2	9	2	2	3	3	10	4	2	2	8	3	2	3	2	10	37
134	4	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	4	3	4	14	51

135	2	2	1	1	6	2	2	2	2	8	1	2	2	5	2	2	2	1	7	26
136	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	2	2	7	3	2	3	3	11	38
137	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	3	11	3	3	3	4	13	51
138	1	1	1	2	5	2	1	1	1	5	1	2	1	4	1	1	1	1	4	18

## V2: Calidad del servicio

	Calidad de Producto				Calidad de Suministro					Calidad de Servicio Comercial					Calidad de Alumbrado Público				TOTAL
	P1	P2	P3	SUBTOTAL	P4	P5	P6	P7	SUBTOTAL	P8	P9	P10	P11	SUBTOTAL	P12	P13	P14	SUBTOTAL	
1	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
2	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46
3	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
4	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
5	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
6	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
7	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
8	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
9	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
10	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
11	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
12	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
13	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
14	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49
15	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
16	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
17	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
18	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19
19	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	4	10	3	1	1	5	25
20	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	3	10	48
21	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
22	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46

23	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
24	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
25	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
26	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
27	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
28	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
29	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
30	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
31	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
32	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
33	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
34	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49
35	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
36	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
37	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
38	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19
39	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	4	10	3	1	1	5	25
40	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	3	10	48
41	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
42	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46
43	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
44	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
45	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
46	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
47	4	2	2	8	3	2	3	3	11	2	3	3	3	11	3	3	2	8	38
48	3	4	3	10	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	3	3	4	10	46
49	3	2	1	6	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	2	4	18
50	5	1	1	7	2	1	2	2	7	1	2	2	2	7	1	2	1	4	25

51	5	3	3	11	4	3	4	3	14	3	4	4	3	14	3	4	3	10	49
52	2	2	1	5	2	1	2	2	7	1	2	2	2	7	1	2	2	5	24
53	2	4	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	54
54	3	3	3	9	2	3	2	3	10	3	2	2	3	10	3	2	3	8	37
55	2	3	4	9	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	4	3	11	54
56	2	5	5	12	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	5	14	62
57	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	13	58
58	2	2	3	7	2	3	2	4	11	3	2	2	4	11	3	2	2	7	36
59	1	2	2	5	3	2	3	2	10	2	3	3	2	10	2	3	2	7	32
60	3	3	4	10	3	4	3	4	14	4	3	3	4	14	4	3	3	10	48
61	2	2	2	6	2	2	2	1	7	2	2	2	1	7	2	2	2	6	26
62	4	2	2	8	3	2	3	3	11	2	3	3	3	11	1	2	2	5	35
63	2	4	3	9	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	1	3	4	8	43
64	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
65	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
66	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
67	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
68	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
69	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
70	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
71	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
72	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
73	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
74	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49
75	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
76	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
77	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
78	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19

79	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	4	10	3	1	1	5	25
80	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	3	10	48
81	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
82	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46
83	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
84	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
85	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
86	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
87	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
88	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
89	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
90	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
91	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
92	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
93	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
94	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49
95	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
96	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
97	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
98	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19
99	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	4	10	3	1	1	5	25
100	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	3	10	48
101	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
102	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46
103	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
104	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
105	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
106	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23

107	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
108	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
109	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
110	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
111	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
112	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
113	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
114	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49
115	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
116	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
117	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
118	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19
119	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	4	10	3	1	1	5	25
120	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	3	10	48
121	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	2	2	7	36
122	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	4	3	10	46
123	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	2	1	4	16
124	1	1	2	4	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	1	1	4	21
125	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	47
126	2	1	2	5	1	2	2	1	6	2	2	2	1	7	2	2	1	5	23
127	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	56
128	3	3	2	8	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	2	3	3	8	37
129	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	56
130	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	5	14	65
131	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	58
132	2	3	2	7	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	2	2	3	7	37
133	2	2	3	7	2	3	2	2	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	33
134	3	4	3	10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	10	49

135	2	2	2	6	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	2	2	2	6	26
136	2	2	3	7	2	3	3	2	10	3	3	3	1	10	2	2	2	6	33
137	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	1	11	3	4	3	10	44
138	2	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	6	2	2	1	5	19

# Autorización de la organización para publicar la identidad en los resultados de las investigaciones



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

### Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC: 20103795631
Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Sociedad Anónima - Electro Oriente S.A	
Nombre del Titular o Representante legal: Percy Donald Alburqueque Cenepo	
Nombres y Apellidos: Percy Donald Alburqueque Cenepo	DNI: 42282518

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [ ], no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación Gestión comercial y calidad del servicio en Electro Oriente S.A., Tarapoto – 2022	
Nombre del Programa Académico: Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios	
Autor: Nombres y Apellidos: Oriana Magaly Moncada Arirama	DNI: 40593413

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 25 de mayo de 2023

Firma:   
CPC. Percy Donald Alburqueque Cenepo  
Aporado  
(Titular o Representante legal de la Institución)

(\*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.