



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes EMAPA
San Martín S.A. Tarapoto año 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORA

Br. Analyn García Torres

ASESOR

Dr. Armando Edgardo Figueroa Sánchez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

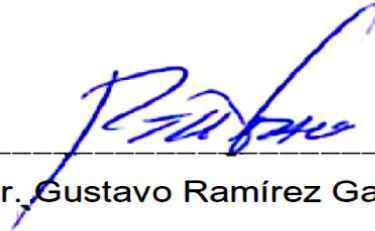
Dirección

TARAPOO – PERÚ

2017

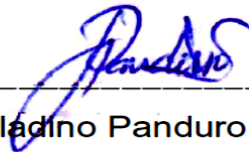


Dra. Nora Nieto Penadillo
Presidente



Dr. Gustavo Ramírez García
Secretario

Dr. Armando Figueroa Sánchez
Vocal



Dr. Aladino Panduro Salas
Accesitario

Dedicatoria

Dedicado con mucho cariño a mi querida familia y sobre todo a mis amados hijos, Daniel y Adriana Medina que son lo mejor que me ha pasado y son la fuente de mi inspiración y motivación.

A mis padres Job y Ofir por haberme dado la vida y quienes fueron los que me enseñaron a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me ilustraron, valores, principios, perseverancia, empeño y sobre todo una gran dosis de amor.

Analyn

Agradecimiento

Le agradezco principalmente a Dios por haberme dado el privilegio de la vida; por permitir llenarme de sabiduría, paciencia, comprensión y optimismo; por tomarme de la mano en momentos difíciles; por ayudarme a superar cada obstáculo que se me ha presentado en el camino recorrido, por la fe, esperanza y amor que deposita en mí cada día, Me complace a través de este trabajo presentar mi sincero agradecimiento:

Docente de la Universidad César Vallejo, quien participo, oriento mediante su impecable conocimiento para la elaboración y culminación de esta tesis de maestría: Dr. Armando Edgardo Figueroa Sánchez.

A las autoridades de EMAPA SAN MARTIN S.A, por facilitarme la información que hizo posible la realización del presente trabajo de investigación.

A la universidad Cesar Vallejo por abrirme las puertas y permitir que formara parte de esta casa de estudios de la que me siento orgullosa

Para ellos.

Muchas gracias por todo.

Analyn

Declaratoria de autenticidad

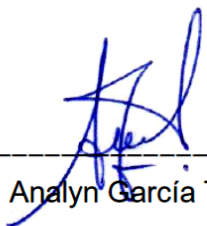
Yo, Analyn García Torres, estudiante del Programa Maestría de Gestión Pública, llevado de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 01163361, con la tesis titulada “Manejo de Procesos de Reclamos y la Satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, como el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios e plagio (al no citar la información con sus autores), plagio (al presentar información de otros trabajos como propios), falsificación (al representar información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, mayo de 2017



Br. Analyn García Torres
DNI N° 01163361

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada: Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016, este trabajo de investigación presenta VII capítulos.

En el Capítulo I Introducción, nos referimos a la realidad problemática donde analizamos la problemática del manejo de procesos de reclamos con la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. seguidamente se presentó los trabajos previos que existen a nivel internacional, nacional que nos dio soporte temático en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación, así como las teorías de autores relacionados al tema de investigación. Posterior a ello se formuló el problema para después plantearnos como hipótesis y nuestros objetivos de la investigación. En el Capítulo II Método se mencionó el diseño de investigación, variables, operacionalización, población y muestra así mismo las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad, el método de análisis de datos y el aspecto ético del autor. En el Capítulo III Resultados se aplica y explica la estadística y gráficos del caso para tener resultados de las encuestas realizadas por cada uno de las variables. En el Capítulo IV Discusión se valida las teorías confrontadas con autores diversos. En el Capítulo V Conclusiones del presente estudio, En el Capítulo VI Recomendaciones respectivamente. En el Capítulo VII Referencias Bibliográficas se enumera los autores que se utilizaron en la presente investigación.

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magister en Gestión Pública. Hago llegar a ustedes el presente documento

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de tablas	x
Índice de gráficos	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	24
1.4. Formulación del problema	45
1.5. Justificación del estudio.....	46
1.6. Hipótesis.....	47
1.7. Objetivos	49
II. MÉTODO	50
2.1. Diseño de investigación.....	50
2.2. Variables, Operacionalización	50
2.3. Población y muestra	52
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	54
2.5. Método de análisis de datos.....	56
2.6. Aspectos éticos	57
III. RESULTADOS.....	58
IV. DISCUSIÓN.....	75

V. CONCLUSIONES	81
VI. RECOMENDACIONES.....	83
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
ANEXOS	89
Anexo N° 01: Matriz de consistencia	
Anexo N° 02: Instrumentos de recolección de datos	
Anexo N° 03: Ficha de validación de juicio de expertos	
Anexo N° 04: Constancia de aplicación de instrumentos	
Anexo N° 05: Evidencias fotográficas	
Anexo N° 06: Formatos	
Anexo N° 07: Folletos	

Índice de cuadros

Cuadro N° 01:	Tipos de reclamos.	54
Cuadro N° 02:	Operacionalización de la variable independiente.	55
Cuadro N° 03:	Operacionalización de la variable dependiente.	58
Cuadro N° 04:	Cantidad de clientes por tipo de reclamos.	60
Cuadro N° 05:	Muestra tomada de clientes.	61
Cuadro N° 06:	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	63

Índice de tablas

Tabla N° 01: Prueba de confiabilidad del cuestionario de procesos de reclamos.	54
Tabla N° 02: Prueba de confiabilidad del cuestionario satisfacción de los clientes.	55
Tabla N° 03: Frecuencias de manejo de procesos de reclamos operacionales.	58
Tabla N° 04: Frecuencias de manejo de procesos de reclamos comerciales no relativos a la facturación.	60
Tabla N° 05: Frecuencias de manejos de procesos de reclamos relativos a la facturación.	61
Tabla N° 06: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de elementos tangibles.	63
Tabla N° 07: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de prestación del servicio.	65
Tabla N° 08: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de capacidad de respuesta.	66
Tabla N° 09: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de seguridad.	68
Tabla N° 10: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de empatía.	69
Tabla N° 11: Prueba de correlación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes.	71
Tabla N° 12: Prueba de correlación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes.	72
Tabla N° 13: Prueba de correlación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes.	73
Tabla N° 14: Prueba de correlación entre el manejo de proceso de reclamos y la satisfacción de clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.	74

Índice de gráficos

Gráfico N° 01:	Frecuencias de manejo de procesos de reclamos operacionales.	59
Gráfico N° 02:	Frecuencias de manejos de procesos de reclamos comerciales no relativos a la facturación.	60
Gráfico N° 03:	Frecuencias de manejos de procesos de reclamos relativos a la facturación.	62
Gráfico N° 04:	Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de elementos tangibles.	64
Gráfico N° 05:	Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de prestación del servicio.	65
Gráfico N° 06:	Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de capacidad de respuesta.	67
Gráfico N° 07:	Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de seguridad.	68
Gráfico N° 08:	Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de empatía.	70

RESUMEN

En la presente investigación titulada: Manejo de Procesos de Reclamos y Satisfacción de los Clientes EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016, se planteó como objetivo general de determinar la relación entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016 y al mismo tiempo se desarrolló una investigación no experimental, con un diseño de estudio descriptivo Correlacional, siendo el instrumento aplicado para ambas variables una encuesta a 366 clientes divididos entre reclamos operacionales y comerciales de EMAPA San Martín S.A. Planteando así como hipótesis general si existe una relación directa significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016 y una hipótesis nula no existe una relación directa ni significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Teniendo como resultado principal que existe una relación directa y significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes, partiendo de un análisis estadístico utilizando la correlación de Rho Spearman, cuyo resultado arrojó 0,876 con la cual se concluye de forma general que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Palabras clave. Manejo de procesos de reclamos, satisfacción de clientes.

ABSTRACT

In the present investigation entitled: Management of Claims Processes and Customer Satisfaction EMAPA San Martin SA Tarapoto in 2016, it was proposed as a general objective to determine the relationship between the handling of claims processes and customer satisfaction EMAPA San Martin SA Tarapoto in 2016 and at the same time a non-experimental investigation was developed, with a descriptive study of Correlational, being the instrument applied to both variables a survey of 366 clients divided between operational and commercial claims of EMAPA San Martin S.A. Thus, the general hypothesis is that there is a direct and significant relationship between the handling of claims processes and the satisfaction of EMAPA San Martin S.A. Tarapoto year 2016 and a null hypothesis there is no direct or significant relationship between the handling of claims processes and the satisfaction of the customers of EMAPA San Martin S.A. Tarapoto year 2016.

The main result is that there is a direct and significant relationship between the handling of claims processes and customer satisfaction, based on a statistical analysis using the Rho Spearman correlation, which resulted in 0.876 with which it is generally concluded that the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected.

Keywords. Management of complaints processes, customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el Perú este tema no queda excluido ya que existe una serie de empresas y organismos que se dedican a brindar servicios a la población en general, pero en muchos de los casos no están empleando estrategias adecuadas para atender de manera oportuna las quejas o reclamos de los clientes.

El congresista Jaime Delgado integrante de la comisión de defensa del consumidor del Congreso a través, informo que un total de 107 919 quejas y reclamaciones se han presentado ante distintos organismos, siendo así que el Servicio Bancario y Financiero el que más quejas recibió 18 153, El Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) del INDECOPI ha recibido 42 302 reclamos, el servicio de transporte de pasajeros 2 879 quejas, el equipo de servicios y telecomunicaciones ha recibido 2 509 quejas en lo que va del año y por último la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS) ha recibido un total de 24 279 reclamos en el año 2014 y de las cuales 19 423 de los casos son aquellos que llegan por medición de consumo.(Consumidores de Lima y provincias presentaron 107 mil 919 quejas en el 2014 , 2015,párr.4)

Los resultados mencionados son de organismos que ofrecen servicios a la población y por ende esto causa insatisfacción en cada consumidor, ya que no se está prestando la debida atención a cada una de las quejas y reclamaciones que emiten, en muchas de las veces estos reclamos conllevan a denuncias que pueden perjudicar en gran manera a cada uno de los organismos o empresas. Equipo Vértice (2010) afirma: “Es necesario que los organismos o empresas manejen un adecuado proceso de reclamos y quejas con el fin de estar atentos a las dificultades que se presentan al momento de hacer uso del servicio, las cuales al no ser solucionadas en el momento oportuno causan la incomodidad de los usuarios”.

En la Región San Martín se encuentra la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de San Martín Sociedad Anónima (EMAPA SAN MARTÍN S.A.), Empresa Municipal de derecho público-privado, la misma que brinda servicios de saneamiento, la cual incluye servicios de agua potable y servicios de alcantarillado a la región San Martín, la misma que inicia con su actividad el año 1991, actualmente la empresa se encarga de realizar proyectos, obras, asistencia técnica y otras actividades relacionadas al servicio de saneamiento, la empresa está regulada por la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), organismo encargado de realizar supervisión de las Empresas Prestadoras de Servicios de Saneamiento (EPS), está en la obligación de cumplir con las normas establecidas por dicha entidad.

Sin embargo se observa que los usuarios no se sienten satisfechos con los servicios que reciben, puesto que en lo que va del año 2016 se ha registrado el incremento de los reclamos, donde la gran parte de la población presenta reclamos por el concepto de consumo elevado, esto de acuerdo Vergara (2016) después de realizar una supervisión de campo a la empresa entre el 18 y 22 de julio, así mismo en dicho informe se evidencia otras deficiencias que perjudican la calidad de los servicios que se brinda, sin embargo la empresa no ha mostrado soluciones adecuadas a los reclamos, por lo que se busca conocer el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción que estas pueden causar en los usuarios con relación a la atención de sus reclamos presentados.

Los reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento, aprobado por Res. N° 066-2006-SUNASS-CD. (2006), define que los procesos de reclamo permiten a la entidad brindar de manera adecuada respuestas a los diferentes usuarios de los servicios, mediante un consenso de los resultados por ambas partes, con el fin de evitar insatisfacción de los usuarios, además manifiesta que un adecuado proceso depende de la correcta y eficiente participación de los colaboradores, la cual se verá reflejado en la satisfacción de todo usuario que por justa razón reciba una respuesta que logre ser satisfactorio para su persona.

De acuerdo al Art. 11 del Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento (2006) las formas de presentar un reclamo pueden ser las siguientes:

Por escrito, se presenta el reclamo mediante un determinado formato, la cual será llenada de acuerdo al tipo de reclamo que se esté presentado, además se debe llenar en ella los datos personales para una previa identificación, menciona también que al presentar un reclamo mediante este medio es necesario tener un cargo, debido a que este asegura o evidencia la presentación de dicho reclamo.

Por teléfono, la realización de un reclamo puede ser también mediante una llamada telefónica, la cual puede resultar más cómoda para el usuario, la utilización de este medio también requiere de un registro, es decir el encargado de la atención telefónica deberá registrar su reclamo vía telefónica.

Por Web, se realiza la presentación de la reclamación mediante esta vía siempre y cuando la entidad tenga implementado la misma, la presentación mediante esta vía requiere que el usuario realice el llenado de los formatos necesarios, así mismo requiere que este cuente con algún correo donde le llegaran las notificaciones.

Así mismo la calidad de servicio brindada por EMAPA San Martín por los continuos reclamos es donde el cliente se encuentra insatisfecho y para evaluar la satisfacción de los clientes se basó en la teoría de Millones (2010), conceptualiza el método SERVQUAL, en donde se define la calidad del servicio como la discrepancia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las perspectivas que sobre éste se habían formado anteriormente en su mente. De esta manera se sabe que un cliente valorara de manera negativa o positivamente la calidad de un producto o servicio en el que las percepciones que ha conseguido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía. Las empresas dedicadas a brindar productos o servicios tiene como uno de sus objetivos principales la diferenciación mediante un servicio de calidad, por ello deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de

sus clientes, ya que la calidad de servicio está en función de la diferencia entre percepciones y expectativas las cuales son importante en la gestión de unas como de otras. Es necesarios que las empresas identifiquen cuales son los principales condicionantes en la formación de las perspectivas; siendo así que mencionares a continuación las dimensiones e indicadores correspondientes: Elementos tangibles, prestación del servicio, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Así mismo conocer que piensa el usuario de nosotros como institución y que quede satisfecho.

1.2. Trabajos previos

Internacionales

El trabajo de Investigación realizado por Rodríguez, Vacacela y Vera (2010) en su tesis titulada “Sistema de Gestión para Automatizar Reclamos en Servicio al Cliente” para obtener el título profesional de Ingeniero de Sistemas. El objetivo principal fue automatizar y desarrollar un sistema de gestión de reclamos en el área de servicio al cliente y el área de servicio técnico. Se concluye que a nivel nacional las empresas se encuentran en un cambio constante por ello se preocupan cada vez más por mejorar su calidad en cuanto al servicio que brindan ya que esto es una de sus principales atribuciones que tiene una empresa, por ello un sistema de gestión para automatizar reclamos en servicios al cliente sería una herramienta fundamental para todas las empresas ya que se podría llevar una adecuada gestión de las quejas y reclamos con la finalidad de identificar las dificultades que tiene la empresa y trabajar en base a ellas, centrándose en el manejo de estas deficiencias para poder optimizar la calidad que brindan a sus clientes. Los mercados son cada vez más competitivos y las empresas en general sienten esta preocupación y se encuentran manejando sistemas que les permitan encontrar soluciones a los muchos problemas que enfrentan, es así que un sistema para manejar quejas y reclamos es muy necesario ya que permitirá que la empresa lleve un adecuado control de la calidad que brinda hacia sus clientes y como este percibe esa atención prestada.

El trabajo de Investigación realizado por Mazón (2014) en su tesis titulada “La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro” para obtener el grado de Magister en Gestión de Empresas. Que el objetivo general era identificar cuáles son los factores determinantes de la gestión administrativa que se encuentran influyendo en la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro. Asimismo, su población estuvo conformada por 205 clientes que asisten de manera frecuente. Es de tipo exploratoria descriptiva. Se concluyó que la satisfacción de los clientes tiene distintos indicadores los cuales los cuales ayudan a identificar las dificultades que presenta la empresa en cuanto a los distintas actividades que realiza, es por ello que se siente una gran necesidad por evaluar y conocer cada día como se encuentran los clientes en cuanto a su percepción que tienen de la empresas y del servicio que brinda, en el mundo actual donde nos desarrollamos nos encontramos con una serie de estrategias que nos ayudan a mejorar la satisfacción del cliente, las cuales si son identificadas a tiempo pueden servir de gran ayuda para no perder clientes ya fidelizados.

El trabajo de Investigación realizado por Bahaia y Burgos (2010) en su tesis titulada “Sistema de manejo de reclamos de clientes conforme a ISO 10 002. Caso Práctico: Empresa Textufil S.A. de C.V.” para obtener el título profesional de licenciados en administración. La muestra estuvo conformada por el Ejecutivo de cuenta, Responsable del proceso y Coordinador de gestión de calidad. Se concluye que el manejo de ISO 10002 en la empresa objeto de estudio es fundamental ya que permite identificar las dificultades que pueden presentar ciertos criterios de atención y asimismo estas quejas y reclamos son de gran ayuda para fortalecer estos criterios los cuales son la lealtad del cliente, operación eficiente de los colaboradores, mejorar la comunicación interna y las relaciones entre los miembros de la empresa, reputación e imagen, la mejora continua de la empresa en general, cada uno de estos factores son fundamentales en el crecimiento sostenible de la empresa y de sus

colaboradores, permitiendo que se identifiquen factores negativos que está transmitiendo a empresa.

El trabajo de Investigación realizado por Chiluisa (2015). En su tesis titulada “La Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga” para obtener el título profesional de Ingeniería. Tuvo como objetivo identificar como la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa Yambo Tours C.A. de la ciudad de Latacunga. Su población estuvo conformada por 155 clientes externos. La investigación corresponde a un tipo exploratoria, descriptiva correlacional. Se concluyó que la atención que se les brinda a los clientes influye en la satisfacción de los mismos ya que el cliente percibe esto como un aspecto muy importante de la empresa y en la mayoría de los casos eso es lo que desean obtener los clientes, es decir una empresa que se preocupe por cada necesidad del cliente y les atiendan de manera oportuna y amable, se podría decir que esa es la imagen de toda empresa. Por ello en la investigación de determino que la empresa Yambo Tours C.A. está descuidando este elemento fundamental ya que los clientes se quejan del servicio que reciben, ya que consideran que los colaboradores no les apoyan al momento de presentar un problema, no atiende sus inquietudes y se hace de la vista gorda al momento de presentarse algún inconveniente relacionado con el servicio o el producto, descuidando así la calidad brindada lo que se ve reflejada en la satisfacción del cliente, es por eso que se le recomendó a la empresa establecer estrategias que ayuden a mejorar este problema con el finalidad de conocer las necesidades de los clientes y trabajar sobre ello.

El trabajo de Investigación realizado por Sánchez (2012). En su tesis titulada “Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una institución de seguridad social en Guadalupe, Nuevo León” para obtener el grado de Magister en Ciencias En Salud Pública. Tuvo como objetivo identificar cual es el grado de satisfacción de los usuarios que acuden a una consulta externa en esta institución de seguridad. Su población estuvo conformada por 246 personas que demandan este servicio. La

investigación fue de tipo analítico descriptivo y transversal. Se concluye en su trabajo que la satisfacción que recibe en usuario depende en gran medida de la infraestructura que cuenta la consultoría, que dentro de ella cuenta con instalaciones adecuadas y confortables, con una iluminación y señalización adecuada, una temperatura adecuada para el usuario, y la limpieza de entidad debe ser adecuada. Además, menciona que hay otras dimensiones que influyen en la satisfacción que puede tener el usuario por el servicio prestado por la consultoría, como son: el trato personal que recibe cada usuario dentro de la institución, el tiempo de espera que concurre cada usuario para ser atendido y la amabilidad y orientación que recibe el usuario por parte del personal que atiende en la consultoría.

Nacionales

El trabajo de Investigación realizado por Guerrero y Trujillo (2014) en su tesis “Propuesta de mejora de la Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa Cineplanet – Chiclayo” para obtener el título profesional de licenciados. Con base a los lineamientos del ISO 10002. Se tuvo 3 muestras, las cuales fueron 285 clientes que emitieron quejas, 14 clientes a entrevistar y 12 colaboradores a entrevistar. La investigación fue descriptiva no experimental. Se concluye que cineplanet una empresa prestigiosa a nivel nacional y tomando en cuenta la ciudad de Chiclayo, en donde poca competitividad empresarial, alerta a que cineplanet tome más importancia al servicio que está brindando ya que la atención es uno de sus principales actividades, asimismo se ha percibido que existe inconformidad y descontento de los clientes frecuentes a este lugar y esto en su gran mayoría es por la atención que reciben, ya que han manifestado una serie de quejas y reclamos de manera frecuente, pero en mucho de los casos no se toma interés a este tipo de reclamos o no se está gestionando de manera adecuada. Por lo tanto, nace la necesidad de implementar una propuesta para llevar adecuadamente las quejas o propuestas de los clientes, ya que esto sin duda es una base fundamental para poder saber cuál son las necesidades y las dificultades en las cuales se debe mejorar, gracias a la implementación de una propuesta de la

gestión de quejas y reclamos se podrá saber cuáles son las debilidades de las empresas y buscar estrategias adecuadas para mejorarlas.

El trabajo de Investigación realizado por García (2011) en su tesis “Medición de la satisfacción del cliente en una Empresa de Retail” para obtener el título profesional de licenciado. El objetivo general mide identificar el nivel de satisfacción que muestran los clientes en una Empresa Retail. Tomo como muestra a 460 personas a entrevistar. Se obtuvo como conclusión que la satisfacción de los clientes genera la lealtad en ellos ya que perciben que la empresa se preocupa en brindarles una buena atención, lo que implica que estos generen compras repetitivas y se mantengan satisfechos con los productos no servicios que obtienen. En esta investigación se pudo determinar que por 100 clientes satisfechos se producen 25 clientes nuevos, y por 1 queja existen 20 clientes insatisfechos que opinan lo mismo y que en muchos de los casos no lo expresan, lo que sin duda es un problema grave ya que genera un costo aún más alto conseguir un cliente nuevo o que clientes regresen a tener la confianza en la empresa. Cabe mencionar que un cliente al sentirse satisfecho comenta una y otra vez esta satisfacción generada de la experiencia que vivió asistiendo a dicho establecimiento o empresa, generando la expectativa o percepción de otros clientes que ya asistieron o aun van a asistir y que de alguna manera se sienten motivados por adquirir dichos productos o servicios.

El trabajo de Investigación realizado por Vega (2009) en su tesis “Análisis, diseño e implementación de un sistema de administración de incidentes en atención al cliente para una empresa de telecomunicaciones” para obtener el título profesional de ingeniero. El objetivo de la investigación fue ejecutar un análisis, diseño e implementar un sistema administrativo de incidentes en la atención a los clientes para una empresa dedicada a las telecomunicaciones. Se tuvo como conclusión que en los últimos tiempos el manejo de conflictos toma gran importancia en la atención y en la resolución de dichos incidentes que se presentan en el trayecto del servicio. Asimismo es vital que se atiendan a tiempos dichos incidentes

generando que el cliente se sienta satisfecho con dicha atención, por ello que se siente una necesidad constante de analizar, diseñar e implementar una adecuada administración de estos incidentes con el fin de que no se generen reclamos constante ante un mismo problema lo que en muchas de las veces conlleva a la disconformidad de los usuarios, sobre todo en las empresas dedicadas a las telecomunicaciones este es un problema fundamental ya que reciben llamadas quejándose de que la señal no está bien, no se está transmitiendo claramente un canal, etc., puntos que sin duda marcar la calidad que brindan estas empresas acudir de manera oportuna a atender estos reclamos beneficia en gran manera a la empresa.

El trabajo de Investigación realizado por Uceda (2013) en su tesis “Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo” para obtener el título profesional de licenciado. Tuvo como objetivo general identificar la influencia que existe entre el nivel de satisfacción laboral y de los clientes de las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo durante el periodo 2012. Su población estuvo conformada por 17 pollerías que forman parte de este distrito, las cuales se obtuvo 235 trabajadores y 150 clientes frecuentes. La investigación corresponde a un tipo de campo descriptivo. Se concluye que la satisfacción laboral se relaciona e influye en la satisfacción de los clientes externos, ya que al encontrarse satisfechos los colaboradores de una empresa, expresaran mejor atención a sus clientes, atendiéndoles de manera amable y respondiendo cada una de sus necesidades. Por ello es necesario que las empresas busquen cada día estrategias para mejorar la calidad de vida laboral de sus colaboradores, generando así que estos se sientan identificados con la empresa y brinden lo mejor de ellos a las demás personas en este caso a los clientes que son el pilar fundamental de toda empresa, así como los colaboradores, por eso es necesario que las empresas se preocupen por estos dos elementos claves para la vida de una empresa.

El trabajo de Investigación realizado por Luján (2011) en su tesis “Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional de Salud del Niño” para obtener el Grado de Maestro en Investigación y Docencia Universitaria. Tuvo como objetivo general identificar los niveles de satisfacción que experimentan los usuarios externos respecto a la calidad de servicio de la Unidad de Cuidados intensivos. Su muestra estuvo conformada por 105 familiares o acompañantes responsables de los pacientes. La investigación corresponde a una descriptiva. Se concluyó que la satisfacción global de los usuarios externos del instituto es muy baja, la razón que dan los usuarios son que la calidad de servicio, la empatía por parte del personal, la fiabilidad, la información brindada, y la rapidez de la atención no son acorde a las expectativas que tenía al inicio. Considerando que los médicos, enfermeros y los demás trabajadores no ponen mucho énfasis en estos temas, dejándole todo a un lado, generando malestar a los usuarios y pacientes. Además, la insatisfacción que siente los familiares viene por la incomodidad que hay en la sala de espera del instituto, no ubicar un servicio higiénico que esté acorde al público.

El trabajo de Investigación realizado por Villavicencio (2014) en su tesis “Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomienda y la satisfacción de los Clientes de la Empresa Transporte Línea S.A. Trujillo 2013” para obtener el título profesional de licenciado. El autor concluye:

Tuvo como objetivo determinar cuál es la calidad de servicio en el área de carga encomiendas y como esto se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Línea S.A. Trujillo 2013. Se tomó como muestra a 384 personas. La investigación corresponde a una transeccional. Se concluye que el buen trato que recibe el cliente por parte de los trabajadores es considerado como uno de los atributos más importantes para la satisfacción que puede tener un cliente, destacando la confianza y consideración que puede tener el cliente hacia la empresa. Otro factor es la atención personalizada que puede tener el cliente,

ayudándolo en la información necesaria para adquirir un producto, y por últimos el factor que también influye considerablemente en la satisfacción del cliente es la rapidez de atención que para muchas es de gran importancia para el cliente, ya que puede realizar otras actividades después de realizar una transacción dentro de la empresa.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Reclamos

Para la evaluación del manejo de procesos de reclamos se realizó mediante la información de la Normas y Procedimientos de atención de requerimiento, solicitud de atención de Problema o Reclamo Operacional y Comercial de EMAPA San Martín S.A (2011), la cual muestra los diversos procesos por los cuales pasa un reclamo para su solución óptima, mostrando así la función que desempeña cada área encargada de dichos procesos, así mismo para el manejo adecuado de los reclamos identifica el tipo de reclamo que puede ser cada una de las que se recibe por parte de los clientes, esto de acuerdo al Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento.

Tipo de reclamos

Reclamo operacional: se entiende por los reclamos Operacionales a todo reclamo que surge por problemas identificados por parte de los clientes en el aspecto de infraestructura e ingeniería que utiliza la entidad en los servicios de Saneamiento, es decir problemas identificados en la prestación de servicio de agua potable, servicios de alcantarillado y problemas por filtraciones de agua externa, se puede especificar algunos de estos problemas: negativa de mantenimiento por parte de la entidad prestadora, atoro en la conexión de los servicios de alcantarillado, fugas en las diversas conexiones, entre otros, para estos reclamos la Normas y Procedimientos de atención de requerimiento, solicitud de atención de Problema o Reclamo Operacional y Comercial de EMAPA San Martín S.A (2011), establece los siguientes procesos:

a.1) Recepción y Registro: Este proceso es por el cual se da inicio a todo reclamo, los usuarios pueden hacer de conocimiento el problema mediante el AQUAFONO o directamente en la oficina de la entidad, si el cliente lo realiza mediante el AQUAFONO el responsable tendrá que:

- Realizar la verificación del tipo de problema.
- Brinda información sobre el problema identificado.
- Realiza el registro de la solicitud, para lo cual hace uso del formato 1.
- Hace del conocimiento del cliente el código de solicitud en el cual fue registrado.
- Realiza la derivación al área donde corresponde el reclamo de acuerdo al anexo 3.

Al momento de que el cliente se acerca a la oficina comercial de la entidad la entidad muy aparte de lo mencionado anteriormente solicita:

- El llenado o registro de los datos del cliente.
- Registra en el sistema según corresponda.
- Realiza la entrega de constancia obtenida del registro de acuerdo al formato 2.
- Realiza la organización de los documentos y deriva la documentación.

a.2) Etapa de Investigación y Análisis: es el proceso donde se deriva la documentación obtenida a las áreas encargadas, esto de acuerdo al tipo de reclamo se tenga, ello de acuerdo al anexo 4, este a su vez emite en un plazo de 3 días el informe de control Operacional. En este sentido el área de documentación realiza la recopilación de los antecedentes del reclamo realizado, para luego emitir una orden de inspección, la cual debe tener una copia que será entregad al cliente.

a.3) Etapa de Conciliación y Respuesta: este proceso se da una vez se realice la inspección del problema que generó la inspección, el conciliador deberá realizar un análisis del expediente del reclamo, luego se realiza una reunión de conciliación con participación del cliente que presento el reclamo operacional, en la reunión se llega a un consenso entre ambas, la cual permitirá conocer los resultados en base al cual se

brinda una respuesta, sin embargo antes de dar una resolución la entidad realiza una verificación de todo el proceso de reclamo.

a) Reclamo comercial no relativo a la facturación: son los reclamos originados de problemas que afectan indirectamente a la facturación, así mismo son problemas que limitan el acceso a los servicios, las mismas que pueden ser cortes no subsanados, la no entrega de los recibos, no se cumplen los plazos de las instalaciones, se realizan operaciones sin previo aviso, para el desarrollo del reclamo por parte del titular se considera los siguientes procesos:

b.1) Recepción y Registro: un cliente puede presentar su reclamo de tipo Comercial no relativo a la facturación mediante la llamada a AQUAFONO y mediante la oficina de la entidad, donde el encargado de la atención de AQUAFONO debe:

- Realizar el registro de los datos del cliente.
- Realizar el registro de la solicitud de reclamo en el formato 1 mediante el sistema.
- Hacer de conocimiento del cliente el código de solicitud.
- Se deriva el reclamo al área que corresponde.

Si el cliente se acerca a presentar su reclamo en la oficina de la entidad el colaborador de la misma realizara el llenado de las siguientes:

- registro de los datos del cliente que presenta el reclamo
- realiza el registro en el sistema.
- Hace entrega del registro formato 2 (registro de reclamo).
- Deriva la documentación de registro al área pertinente.

b.2) Etapa de Investigación y Análisis: una vez realizada el registro de las reclamaciones se realiza la derivación de las mismas al área de control documentario el cual realiza un análisis de los reclamos que se han sido presentados por los clientes, para luego emitir un informe técnico comercial adjuntando la documentación necesaria, para luego realizarse la inspección física del problema que origina el reclamo, cabe

decir que una copia del informe de inspección tendrá que ser entregado al cliente.

b.3) Etapa de Conciliación y Respuesta: el conciliador realiza el análisis del expediente del reclamo para así realizar la formulación de alguna propuesta como respuesta al reclamo, la misma que será expuesta en una reunión de conciliación donde se busca un acuerdo entre ambas partes, es decir entre el cliente que presento el reclamo y la entidad, de acuerdo a los resultados de la reunión se brindara una respuesta, donde si el cliente está de acuerdo se estaría dando solución al reclamo.

b) Reclamo Comercial Relativo a la Facturación: es todo reclamo presentado por los usuarios de los servicios, las cuales afectan de manera directa el monto de la facturación que tiene que pagar el usuario, dichos reclamos pueden generarse a partir de problemas presentados en relación a las tarifas, consumos no realizados, nivel de consumo, y otros. Las mismas que serán tratadas mediante los siguientes procesos:

c.1) Recepción y Registro: La realización de un reclamo de tipo Comercial relativo a la facturación por parte de los usuarios puede realizarse mediante la llamada a AQUAFONO y también se puede realizar en la oficina de la entidad, donde el encargado de la atención de AQUAFONO debe:

- Realizar la verificación del titular.
- Verificar si el usuario está registrado, realizada la verificación debe ingresar al mismo en el sistema mediante el formato 2.
- Informa al cliente el código con el que está registrado.
- Realiza la derivación al área correspondiente.

Si el cliente se apersona a lo oficina de la entidad:

- Realización de la verificación de que el reclamante sea el titular y pide que presente la documentación de acuerdo al anexo 5.

- Realiza la programación de la inspección a realizarse.
- Entrega la constancia del registro del reclamo de acuerdo al formato 2.
- Organiza el expediente de reclamo.

c.2) Etapa de Investigación y Análisis: ya realizada el registro del reclamo, se solicita un informe técnico con un plazo de 3 días, la cual permitirá a la entidad analizar los problemas por lo que se ha generado el reclamo, luego se realizara la inspección y contrastación de los mismos, es necesario realizar la evaluación y análisis de los documentos y de los hechos ocurridos, puesto que esto permite a la entidad tener una adecuada propuesta para dar solución.

c.3) Etapa de Conciliación y Respuesta: en esta etapa se realiza la verificación del expediente del reclamo, para luego realizar una reunión con el usuario quien ha presentado el reclamo, con el fin de llegar a un acuerdo mutuo, también es esta etapa donde se establece la fecha para realizar la contratación de los problemas de manera física, es decir siendo este reclamo de tipo comercial relativo a la facturación puede realizarse una contrastación del medidor si el reclamo fuera por consumo elevado, para luego realizar una remisión de los resultados de contrastación, de esta manera se redacta la respuesta de reclamo que será entregado al usuario.

El siguiente cuadro está hecho en base a Reglamento General de Reclamos de usuarios de servicios de Saneamiento (2006) y en su Modificatoria del Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento (2007)

Cuadro N° 01: Tipos de Reclamos

Comerciales

Operacionales

Relativos a la Facturación

No Relativos a la Facturación

A. Problemas en el régimen de facturación y el nivel de Consumo.

1. Consumo medido: el usuario considera que (i) el régimen de facturación no es aplicable, o (ii) ha efectuado un consumo Menor al volumen registrado por el medidor.

2. Consumo Promedio: el usuario considera que (i) el régimen de facturación no es aplicable, o (ii) el monto facturado está mal calculado.

3. Asignación de Consumo: el usuario considera que (i) el régimen de facturación no es aplicable, (ii) el volumen facturado está por encima del valor que corresponde según las normas y la estructura tarifaria vigente, o (iii) el volumen facturado es mayor por considerarse un número mayor de unidades de uso al que corresponde.

4. Consumo no facturado oportunamente: el usuario considera que no corresponde el cobro de consumos que la EPS no facturó en su oportunidad.

5. Consumo no realizado por servicio cerrado: el usuario Considera que se le ha facturado un servicio que la EPS no le ha brindado, ya sea porque no tiene conexión o porque ésta se encuentra cerrada.

6. Consumo atribuible a usuario anterior del suministro: el daño de caja de registro o de conexión domiciliaria usuario considera que no le corresponde asumir el pago de determinados meses de facturación.

A. Problemas relativos al acceso al servicio.

1. La instalación de la conexión domiciliaria no se ha realizado en el plazo establecido.

2. Desacuerdo con informe negativo de factibilidad del servicio.

3. No se admite a trámite la solicitud.

4. El servicio prestado no responde a las condiciones contenidas en el estudio de factibilidad, el cual forma parte Integrante del contrato de prestación de servicios.

5. No se suscribe el contrato de prestación de servicios

6. Otros problemas relativos al contrato.

7. EPS no emite informe de factibilidad dentro del plazo.

B. Problemas relativos a la Micromedición

1. El reclamante adquiere un medidor de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento de Calidad de los Servicios de Saneamiento, solicita a la EPS su instalación en la conexión domiciliaria, habiendo realizado el pago del servicio colateral correspondiente a la instalación de la conexión, y la EPS no Realiza la instalación en el plazo establecido.

2. La reinstalación del medidor no se ha realizado en el plazo Establecido.

3. El medidor ha sido retirado sin previa comunicación al usuario.

4. El medidor ha sido retirado por razones distintas a su Mantenimiento, contrastación o reposición.

A. Filtraciones

Filtración de agua externas hacia el predio.

B. Problemas en el servicio de agua potable:

1. Fugas en conexión domiciliaria (definición en el Reglamento de Calidad de la Prestación de los Servicios de Saneamiento).

2. Negativa de la EPS a realizar mantenimiento por deterioro o daño de caja de medidor o de conexión domiciliaria.

3. Negativa de la EPS a realizar la reubicación de la conexión domiciliaria que cuenta con estudio de factibilidad favorable.

4. Negativa de la EPS a realizar ampliación de diámetro que Cuenta con estudio de factibilidad positivo.

C. Problemas en el servicio de alcantarillado

1. Atoro en conexión de alcantarillado

2. Negativa de la EPS a realizar mantenimiento por deterioro o de conexión domiciliaria.

3. Negativa de la EPS a realizar ampliación de diámetro que Cuenta con estudio de factibilidad positivo.

4. Negativa de la EPS a realizar la reubicación de la conexión domiciliaria que cuenta con estudio de factibilidad favorable.

7. Consumo atribuible a otro suministro (confusión o cruce de Suministros).

8. Pago no procesado: el usuario ha efectuado el pago del servicio, sin embargo la EPS se lo cobra nuevamente.

B. Problemas en la tarifa aplicada al usuario.

Tipo de Tarifa: el usuario considera que la categoría tarifaria en la cual se ha incluido no le corresponde.

C. Problemas en otros conceptos facturados al usuario

1. Conceptos emitidos: el usuario considera la existencia de cargos o conceptos que no debían ser facturados, tales como el servicio de alcantarillado, servicios colaterales, etc.

2. Número de unidades de uso mayor al que corresponde

5. EPS instala medidor sin aferición inicial o sin entregar al usuario el resultado de la prueba de aferición inicial.

C. Problemas relativos a cortes indebidos.

1. El corte o la suspensión del servicio han sido realizados sin Causa justificada.

2. La rehabilitación de un servicio cerrado no se ha realizado En el plazo establecido, a pesar de cesar la causa del cierre.

D. Falta de entrega del recibo.

E. Problemas relativos a información.

No entregar al usuario la información que de manera Obligatoria establece la SUNASS.

Fuente: Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento (2007)

E.P.S. Moyobamba S.R.L. (2009) Atención a Problemas Operacionales.

Son todos aquellos que están referidos a los aspectos de servicio, ingeniería e infraestructura que presta la EPS para brindar ó atender con los servicios de saneamiento. El reclamo operacional se origina luego de haberse presentado el problema operacional y puede suceder en los siguientes casos:

- a. Cuando la EPS no ha atendido dentro del plazo establecido la solicitud de servicio presentada por un usuario ante un problema operacional.
- b. Cuando el usuario considere que el trabajo realizado no ha sido satisfactorio ó que no ha solucionado el problema que se ha presentado.

En ambos casos, queda a potestad del cliente presentar el reclamo a la EPS, siguiendo el procedimiento definido por la normativa vigente.

Sujetos que pueden solicitar la atención de problemas operacionales y problemas comerciales no relativos a la Facturación.

Pueden presentar la solicitud de atención de problemas:

- a. *El propietario del predio afectado*, debiendo acreditar tal condición con copia simple de su título de propiedad.
- b. *El titular de la conexión domiciliaria*, persona natural o jurídica registra por la EPS como titular de la conexión domiciliaria en virtud de la celebración de un contrato de prestación de servicios de saneamiento. En su defecto, podrá presentar el reclamo quien figure en el catastro de la EPS. Para acreditar esta condición la persona no requerirá presentar documentación alguna, bastando la constatación de la EPS.
- c. *El usuario efectivo del servicio afectado*, debiendo acreditarse tal condición con copia del recibo objeto de reclamo, contrato suscrito con el titular de la conexión, constancia de posesión u otro documento que sirva para tal fin.
- d. *La persona natural o jurídica que haya solicitado el acceso a los servicios de saneamiento prestados por la EPS con copia de su solicitud.*
- e. Sin embargo, adicionalmente ante un problema operacional, podrá presentar la solicitud de atención de problema cualquier habitante del predio afectado, asignando, referenciando siempre al titular del predio para su identificación en el SICI.
- f. La persona que presente su solicitud, adicionalmente, presentará copia de su Documento de Identidad y se le denominará Solicitante.

**Superintendencia Nacional de Servicio de Saneamiento (2007)
Modifican el Reglamento General de Reclamos de Usuarios de**

Servicios de Saneamiento, aprobado por Res. N° 066-2006-SUNASS-CD.

...**Artículo 74.-** Plazos máximos de respuesta

74.1. Solicitudes de Atención de Problema de Alcance General:

Presentada la Solicitud de Atención de Problema de Alcance General, conforme al Anexo 6 del presente Reglamento, las EPS tienen la obligación de cumplir con los siguientes plazos máximos de solución de problemas:

a) Problemas operacionales de alcance general:

PROBLEMAS OPERACIONALES	Plazo máximo de solución
1. Obras inconclusas 1.1 Vereda pendiente 1.2 Calzada pendiente	48 horas
2. Fugas en la red de agua potable 2.1 No atender o solucionar desbordes de reservorios. 2.2 Roturas de tuberías en redes matriz y secundaria 2.3 Fuga de agua en vereda o en calzada	48 horas
3. Desbordes en la red de alcantarillado 3.1 No atender en el plazo establecido el desborde de desagües 3.2 Rotura de tubería	48 horas
4. Aforo en conexión de alcantarillado 4.1 Taponamiento de conexiones en una zona 4.2 Taponamiento con desborde en la calle	48 horas
5. Cortes del servicio 5.1 Efectuar cortes del servicio no programados 5.2 No cumplir con el horario de abastecimiento injustificadamente 5.3 No informar a los usuarios sobre los casos fortuitos o de fuerza mayor	24 horas
6. Falta de accesorios de seguridad: 6.1 Mantener por más de 24 horas abierto el buzón del sistema de alcantarillado, pozo abierto, falta de tapa de buzón, falta de tapa del registro, falta de tapa del medidor.* 6.2 Falta de conexión de agua, ausencia de vallas de señalización y cintas de seguridad donde sea necesario por ejecución de actividades de mantenimiento de los sistemas u obras relacionadas con la prestación de los servicios de saneamiento.	24 horas
7. Seguridad:	48 horas
7.1 Emanaciones del sistema de alcantarillado	

8. Negativa de la EPS de realizar mantenimiento de conexiones domiciliarias de agua potable o alcantarillado de las solicitudes recibidas del sector	48 horas
*La EPS podrá utilizar provisionalmente la colocación de medidas de seguridad por un plazo máximo de dos (02) días. Nota: La EPS deberá contar con un registro de incidencias operacionales en el cual se indiquen la fecha y hora de re como la fecha y hora de solución del problema. En caso que se supere aceptación de la solicitud de atención, así el plazo máximo de solución deberá registrarse dicha circunstancia justificando las causas que originaron el incumplimiento, para fines de verificación por parte de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización.	

Fuente: Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento (2007)

b) Problemas comerciales no relativos a la facturación e alcance general:

NO RELATIVOS A LA FACTURACION	Plazo máximo de solución
A. Problemas relativos al acceso al servicio en un sector de la población no atendida.	2 días
B. Problemas relativos a medidores no instalados oportunamente en conexiones del sector.	10 días
C. Problemas relativos a retiros indebidos de medidores en conexiones del sector.	1 día
D. Problemas relativos a cortes indebidos en Conexiones del sector.	1 día
E. Falta de entrega de recibo en las conexiones de la EPS.	Inmediato
F. Información: No entregar la información que de manera obligatoria establece la SUNASS, de manera sistemática o reiterada.	inmediato

c) Problemas comerciales relativos a la facturación de alcance general:

Los problemas relativos a facturación de alcance general deben solucionarse al siguiente ciclo de facturación. El plazo máximo de solución del problema de alcance general empezará a calcularse desde que la EPS toma conocimiento de éste o a través de una "solicitud de atención de problema de alcance general" presentada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73° del presente Reglamento.

Para el caso de EPS que atiendan poblaciones alejadas, se computará el Cuadro de Distancia contemplado en la normativa procesal civil, adicionalmente al plazo señalado. Es obligación de la EPS comunicar al usuario que presentó la solicitud de atención, el tiempo máximo en que debe solucionarse (según el tipo de problema presentado). En caso la EPS no cumpla con solucionar el problema de alcance general en los plazos establecidos, los afectados podrán acudir a la SUNASS conforme al Reglamento General de Supervisión, Fiscalización y Sanción.

Pastor (2014), en su tesis afirma:

“Los reclamos operacionales son aleatorios e inesperados, afectan a un grupo de la población y según su magnitud interesan a los medios y a las autoridades locales, los reclamos operacionales por alcantarillado causan mayor insatisfacción que los de agua potable y en general cuando involucran a un mayor número de familias, la insatisfacción permanece más tiempo en el recuerdo” (p.89).

Problemas Operacionales

Son todos aquellos problemas que se presentan debido a la prestación de servicio y están relacionadas a la Gestión Operacional.

Problemas Operacionales de Alcance Particular

Son aquellos problemas que sus efectos tienen alcance a una conexión, los mismos que son objeto de reclamo.

Problemas Operacionales de Alcance General

Son aquellos problemas que sus efectos tienen alcance a un grupo de conexiones, las cuales pudieran estar reflejando una actuación sistemática o reiterada de la EPS. Estos problemas son materia de acciones de Supervisión de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización de la SUNASS, pudiendo los afectados presentar su problema de acuerdo a las normas emitidas sobre la materia.

Reclamos

García (2011), define que el reclamo es la muestra de inconformidad por parte del cliente frente a algún servicio recibido o un producto adquirido, debido a que dicho servicio o producto no logra satisfacer sus necesidades o expectativas, menciona también que un reclamo no inicia un juicio inmediato por parte del cliente, ya que es una muestra de lo que percibe frente a algún estímulo, sin embargo el reclamo puede llegar a agravarse siempre que el reclamo realizado por un cliente haya afectado directamente a su persona, lo cual puede ser perjudicial para la imagen de una entidad, es por ello que las entidades deben de tener una adecuada respuesta o solución frente a alguna queja, sin importar la magnitud que esta represente.

Varas, Valdez & Aldunate (2009), menciona que el reclamo es una actividad de protesta frente a algo o frente a un hecho, la cual puede surgir por diferencias en la manera de pensar de las personas, o la percepción que puede una persona tener frente a un acontecimiento, por la cual se busca una respuesta, respuesta que permita dar solución o culminación a dicha protesta, además manifiesta que es un medio para dar a conocer la insatisfacción que tiene.

Guissani (2012), define que el reclamo es un tipo de comunicación que expresa la satisfacción de una persona, la cual es negativa, la comunicación de este estado puede ser realizada por diferentes medios, sin embargo, muchos de estos se realizan mediante un escrito, de la cual se espera recibir una respuesta o una solución que logre ser aceptada por la persona quien expresa dicho reclamo.

Tessi (2012), define que un reclamo es diferente a una queja, puesto que un reclamo es el derecho que exige una persona frente a un suceso que lo perjudica, por la cual se encuentra disconforme, además manifiesta que el reclamo se realiza mediante pasos adecuados, ya que no busca perjudicar a nadie sino hacer valer lo que se considera correcto, mientras que define la queja como un malestar momentáneo, la cual puede ser

realizado sin necesidad de formalismos, es decir son reacciones instantáneas.

Procesos de Reclamo

Reglamento General de Reclamos de usuarios de servicios de Saneamiento (2006), define que los procesos de reclamo permiten a la entidad brindar de manera adecuada respuestas a los diferentes usuarios de los servicios, mediante un consenso de los resultados por ambas partes, con el fin de evitar insatisfacción de los usuarios, además manifiesta que un adecuado proceso depende de la correcta y eficiente participación de los colaboradores, la cual se verá reflejado en la satisfacción de todo usuario que por justa razón reciba una respuesta que logre ser satisfactorio para su persona.

Medios por la que se puede presentar un reclamo

De acuerdo al Art. 11 del Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento (2006) las formas de presentar un reclamo pueden ser las siguientes:

- Por escrito, se presenta el reclamo mediante un determinado formato, la cual será llenada de acuerdo al tipo de reclamo que se esté presentado, además se debe llenar en ella los datos personales para una previa identificación, menciona también que al presentar un reclamo mediante este medio es necesario tener un cargo, debido a que este asegura o evidencia la presentación de dicho reclamo.
- Por teléfono, la realización de un reclamo puede ser también mediante una llamada telefónica, la cual puede resultar más cómoda para el usuario, la utilización de este medio también requiere de un registro, es decir el encargado de la atención telefónica deberá registrar su reclamo vía telefónica.
- Por Web, se realiza la presentación de la reclamación mediante esta vía siempre y cuando la entidad tenga implementado la misma, la presentación mediante esta vía requiere de que el usuario realice el

llenado de los formatos necesarios, así mismo requiere que este cuente con algún correo donde le llegaran las notificaciones.

Manejo de Proceso de Reclamos

Vítolo (2013) define que la práctica de un adecuado manejo de los reclamos es la reacción adecuada que tiene una entidad frente a un reclamo presentado por un cliente, las cuales resultan ser más eficientes siempre que estos se realicen de manera rápida y oportuna, ya que esto permite mayor satisfacción a los clientes, así mismo reduce la posibilidad de afrontar procesos legales que pueden perjudicar las actividades, así como la imagen de la empresa, así mismo el manejo adecuado de los reclamos evita que la empresa realiza gastos innecesarios, además esto refleja la existencia de un proceso de calidad frente a resoluciones de problemas.

De acuerdo al Reglamento de Calidad de la Prestación de Servicios de Saneamiento (2007) el manejo de proceso de reclamos es el cumplimiento eficiente de cada uno de los procesos establecidos dentro de una institución, la cual se refiere a la atención de solicitudes de reclamos, cumplimiento de los plazos establecidos, rapidez en las respuestas, así mismo menciona que el manejo de proceso de reclamos muestra la calidad de prestación de servicios que brinda una institución.

Las Normas y Procedimientos de atención de requerimiento, solicitud de atención de Problema o Reclamo Operacional y Comercial de EMAPA San Martín S.A (2011) menciona que el manejo de proceso de reclamos son las diferentes acciones tomadas y establecidas por la institución para brindar una adecuada respuesta a los reclamos presentados por los diferentes usuarios que han tenido algún percance y/o malestar con los servicios que la entidad brinda, las mismas que cumplen con las condiciones y requisitos establecidos dentro del proceso, también menciona que todo manejo de proceso de reclamo obedece a una correcta planificación, dirección y control de las acciones a tomar frente a cualquier reclamo presentado por parte de un usuario, quien identifica un problema.

Vergara (2016) menciona que es un Organismo encargada de regular, controlar, fiscalizar las diversas funciones que realizan los diferentes empresas Prestadora de Servicios y Saneamiento (EPSs) existentes en el Perú con el fin de asegurar que la población tenga o reciban un adecuado servicio de saneamiento es decir un adecuado servicio de agua potable y alcantarillado, el control y supervisión de los manejos que realizan las EPSs lo realiza mediante el Sistema de Captura y Transferencia de datos (SICAP), Software diseñado por la SUNASS para tener acceso a las actividades realizadas por estas entidades prestadoras.

Satisfacción de los clientes.

Para evaluar la satisfacción de los clientes se basó en la teoría de Millones (2010), conceptualiza el método SERVQUAL, el cual fue planteado por (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1988), en donde se define la calidad del servicio como la discrepancia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las perspectivas que sobre éste se habían formado anteriormente en su mente. De esta manera se sabe que un cliente valorara de manera negativa o positivamente la calidad de un producto o servicio en el que las percepciones que ha conseguido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía. Las empresas dedicadas a brindar productos o servicios tienen como uno de sus objetivos principales la diferenciación mediante un servicio de calidad, por ello deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes, ya que la calidad de servicio está en función de la diferencia entre percepciones y expectativas las cuales son importante en la gestión de unas como de otras. Es necesarios que las empresas identifiquen cuales son los principales condicionantes en la formación de las perspectivas; siendo así que mencionares a continuación las dimensiones e indicadores correspondientes:

A. Elementos Tangibles

Se refiere a los elementos que se encuentran dentro de la empresa, ya sean tangibles o no tangibles, como son las instalaciones, personal y

materiales los cuales generan un aspecto único de la empresa, lo que es percibido por los clientes ya sea de manera positiva o negativa. Dentro de este grupo mencionamos los siguientes indicadores:

- Infraestructura

Se refiere a las instalaciones del lugar, es decir a la imagen que la empresa proyecta a través de su edificio, establecimiento, maquinarias y equipos. El cual puede estar en buen estado o en mal estado, puede ser de un buen material como no, puede tener los colores adecuados, etc.

- Personas

Se hace referencia al lenguaje no verbal de las personas, sus gestos, actitudes físicas, expresividad. Es decir, las características no verbales las cuales son detectadas en primera instancia por los clientes con respecto a las personas que lo atienden.

- Objetos

Se refiere a los objetos que se utiliza para llegar a los clientes como son los folletos, letreros y materiales, son algunos de los objetos con los cuales las personas participantes tienen contacto.

B. Prestación del servicio

Se refiere a la habilidad que tienen los colaboradores o la empresa en general para desarrollar el servicio prometido, es aquí donde los clientes perciben la calidad del servicio en base a distintos factores propios de la empresa, los cuales se mencionaran a continuación:

- Eficiencia.

Se refiere a la capacidad que tienen las personas para desarrollar de manera adecuada las funciones encomendadas por la empresas, una buena eficiencia permitirá que los clientes se sientas a gusto con el servicio, la cual será percibida como buena ante las necesidades de los clientes.

- Eficacia
Se refiere a la capacidad que tienen los colaboradores de una empresa para resolver y responder a las inquietudes o dudas de los clientes, lo que sin duda ocasiona que se sienta satisfecho con la atención brindada.
- Efectividad.
Se refiere a la calidad que se obtiene del producto o servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para las que fue diseñado.
- Repetición.
Hace referencia a un servicio que no ha sido realizado de manera correcta, por ello se tiene que volver a repetir algunas veces. Esto implica tiempo y esfuerzo tanto para el usuario como para el sistema, por lo que cobra vital importancia en la medición de la calidad en el servicio.
- Problemas
Se refiere a las deficiencias presentadas en el producto o servicios las cuales necesita de la capacidad de la empresa y de sus profesionales para hacer frente a las posibles dificultades.

C. Capacidad de respuesta

Hace referencia al servicio que los clientes requieren precisa de un tiempo de realización, ello implica una disponibilidad para realizarlo conforme a un horario y una duración. Cada uno de estos factores mide la satisfacción del cliente en cuanto a esta disposición del proyecto para atenderle y realizar un pronto servicio.

- Horario de atención
Hace referencia al horario de atención que brinda la empresa para realizar sus actividades, es decir mientras más disponible este la empresa hacia sus clientes mejor satisfacción generara en ellos.
- Duración de la atención

Se refiere al tiempo empleado para atender las necesidades de los clientes, si el cumplimiento de estas necesidades o pedidos se realiza en menor tiempo, mejor satisfacción generara en el cliente, ya que a muchos de los clientes no les gusta esperar tanto tiempo para ser atendidos.

- Disposición del personal

Hace referencia a la disponibilidad que tienen los colaboradores de la empresa para atender las necesidades de los clientes en el momento que lo solicita, atendiendo cada una de sus pedidos o sugerencias.

D. Seguridad

Se refiere a la seguridad que producen las actitudes del personal que realiza el servicio: sus conocimientos, cortesía y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza a los clientes que demandan del producto o servicio, generando que se sientan satisfechos.

- Actitud del personal

Se refiere a la actitud que expresa el personal al momento de realizar sus labores y al momento de atender al cliente; dichas actitudes son observadas por los clientes y pueden influir de gran manera en la satisfacción de sus necesidades.

- Conocimiento

Se refiere al conocimiento que expresan los colaboradores en cuanto a las actividades que realizan, lo que garantiza un servicio de calidad y la seguridad de cliente en cuanto a lo solicitado.

- Cortesía

Se refiere al trato que brindan los colaboradores a los clientes, el cual va desde la forma del saludo hasta la culminación de la atención, brindándole al cliente la capacidad para expresar sus necesidades de manera adecuada, lo que genera la confianza entre ambas partes.

E. Empatía

Hace referencia a la capacidad de proveer cuidados y atención individualizada a los clientes, brindando una atención de calidad en donde el principal elemento es el cliente, asimismo hace referencia a ponerse en los zapatos de los clientes y ofrecerles el mejor trato.

- Atención personalizada

Se refiere a brindar una atención de manera personalizada a cada necesidad que demandan los clientes, la cual ayuda a satisfacer sus inquietudes en cuanto a un servicio que tuvo ciertas dificultades, pero con una atención oportuna y personalizada se llegó a solucionar.

Satisfacción

Ávila (2014), menciona que la satisfacción es parte de la estructura de la personalidad de todo ser humano, esto se da al momento de sentir placer por algo que se llegó a concluir y que cumplió con las perspectivas que se tenía en mente. De esta manera se dice que la estructura de la personalidad se configura a través de las necesidades, dinamismos, el sistema de yo y las personificaciones; cada uno de estos factores definen la personalidad del ser humano por ende el cumplimiento de estas causan la satisfacción o insatisfacción de los individuos, también se dice que las necesidades están unidas a los dinamismos, es por ello que si las necesidades se encuentran ligadas a satisfacciones fisiológicas mediante la alimentación, deporte, relajación, etc., se consideran necesidades de autosatisfacción y si las necesidades están ligadas a las relaciones interpersonales manteniendo la autoestima y evitando la ansiedad se dice que son necesidades de seguridad personal. Asimismo el sistema del yo hace referencia a la satisfacción que se siente desde la infancia y que se ve reflejado en la satisfacción de otras personas para quienes somos importantes y las personificaciones se refieren al desarrollo de la personalidad para relacionarse con otras personas, esto a su vez genera satisfacciones interpersonales.

Hernández (2011), define que la satisfacción es un estado mental que es la expresión de sus respuestas contenidas de sabiduría, también la respuesta a la búsqueda material y emocional, que nacieron a causa de una necesidad o deseo de información. Cabe decir que ese estado mental no es otra cosa más que un conjunto de valoraciones extraídas gracias a la comparación de la función y expectativas que cumple un servicio o producto. La satisfacción se encuentra medida por la calidad de vida que cada persona lleva y que define sus necesidades, las cuales al ser complacidas generan una satisfacción, estas necesidades se pueden encontrar en base a conocimientos, materiales o emociones que se generan en la mentalidad de las personas y que necesitan ser satisfechas.

Cientes

Fernández y Fernández (2010), menciona que los clientes son los consumidores que un servicio p producto es cuál puede ser fiel a distintas marcas que se encuentren dentro del mercado; asimismo este consumidor se siente identificado con los distintos servicios o productos de acuerdo a os beneficios que obtienen de estos, ya sean económicos, forma, tamaño, etc., los cuales se encuentran ligados al producto o marca. Los clientes son una de las fuentes fundamentales para la vida de una empresa, pero existen distintos tipos de clientes por ello es necesario que la empresa u organización identifique esos tipos de clientes y se dirija a ellos conforme se encuentren clasificados. A continuación, mencionaremos 2 tipos de clientes más importantes:

- Los clientes externos; hace referencia a las personas externas que asisten a comprar y que retribuyen mediante dinero esa compra; estos clientes pueden estar clasificados por clientes minoristas, distribuidores, etc.
- Los clientes internos; se refiere a los a las personas internas de la propia empresa, es decir los colaboradores, en este caso no pagan por el producto o servicio sino más bien se les remunera por su

actividad laboral su proveedor es la misma empresa donde se encuentran trabajando.

Pérez (2010), define que los clientes ocupan un papel indispensable en la vida de una empresa y en la calidad que esta les brinda, ya que son ellos quienes permiten identificar deficiencias en cuanto a la calidad total que genera la empresa ya sea a base de los productos, servicios y atención brindada por parte de la misma empresa. También se dice que los clientes son quienes demandan de las empresas los bienes y servicios que necesitan para satisfacer sus necesidades y es el mismo quien valora el resultado que ha generado este producto o servicio en la vida de ellos; ya que si el producto logro cumplir con sus perspectivas entonces este lo calificara como bueno y por ende lo recomendará a sus demás compañeros, amigos, familiares, etc., generando así que la empresa logre posicionarse en el mercado donde se desarrolla. Es así que se dividen a los clientes en:

- Compradores; los compradores constituyen la relación más débil de la empresa, es decir adquieren los productos o servicios 1 o 2 veces.
- Clientes frecuentes; se refiere a los clientes que asisten de manera frecuente a adquirir los productos de la empresa.
- Clientes fidelizados; se refiere a los clientes que se sienten identificados con la empresa, es decir se les considera el nivel más alto de la empresa en relación a los negocios.

Satisfacción de los clientes

Valdivia (2015), conceptualiza que la satisfacción del cliente es el estado de ánimo que experimenta el cliente después de haber comparado los rendimientos que le otorga un producto o servicio con sus expectativas, para ello es necesario establecer un sistema de medición en satisfacción del cliente, dando lugar a la mejorar continuamente las ofertas y el servicio. Es común ver que en las grandes empresas se hagan uso de encuestas, libro de quejas y sugerencias y entrevistas a los clientes las cuales permiten saber con exactitud las deficiencias que está pasando

la empresa; lo que conlleva al mejorar esas deficiencias con el fin de generar la satisfacción de los clientes y de alguna manera dar respuesta a sus necesidades.

Equipo vértice (2010), menciona que la satisfacción del cliente es la diferencia entre el beneficio que el cliente recibe al momento de consumir un producto o servicio con lo que el cliente espera recibir del mismo producto o servicio. Por ello se dice que la satisfacción es lo que muchas empresas tratan de ofrecer siempre a su clientela, ya que en muchas ocasiones éstos son quienes deciden cambiar de proveedor con el cual perciben que brinda mejores beneficios, mientras que la clientela que está muy satisfecha difícilmente decidirá cambiar de empresa, y con el tiempo ésta fidelidad no sólo se deberá a un razonamiento basado en lo material, sino en lo emocional. Es decir, es la diferencia entre el valor recibido y sus expectativas.

El autor clasifica 3 niveles de satisfacción:

- Insatisfecho: Cuando el bien o servicio no le brinda los beneficios que esperaba el cliente.
- Satisfecho: Cuando lo que percibe el cliente es lo mismo que el cliente esperaba del bien o servicio.
- Muy satisfecho: Cuando lo que percibe es mayor a las expectativas que tenía el cliente con respecto al bien o servicio consumido

1.4. Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es la relación entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?

Problemas Específicos

- ¿Cómo es el manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?

- ¿Cuál es la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016?
- ¿Cuál es la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016?
- ¿Cuál es la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica.

La presente investigación genera gran importancia y meditación sobre el conocimiento existente dentro del ámbito de la Gestión Pública. Por lo tanto, se justifica teóricamente ya que manifiesta los conocimientos obtenidos durante la carrera profesional y permitiendo generar nuevos conocimientos para el campo específico de la organización objeto de estudio, partiendo de la problemática aquí especificada. Asimismo, en la investigación se hará uso de teorías ya existentes que permitieran la evaluación de cada una de las variables, en el caso de la variable manejo de procesos de reclamos se hará uso de la Normas y Procedimientos de atención de requerimiento, solicitud de atención de Problema o Reclamo Operacional y Comercial de EMAPA San Martin S.A. (2011) y para la variable satisfacción de los clientes se tomara la teoría expuesta por Millones (2012).

Justificación práctica.

Se justifica en lo practico ya que los resultados de la presente investigación, serán de gran de utilidad para los organismos públicos o privados y en especial para EMAPA S.A. San Martin, ya que les permitió conocer de forma cierta información respecto al manejo de procesos de reclamos que se da dentro de este organismo y como esto se ve reflejado en la satisfacción de los clientes. Por otra parte, esta

investigación abrió nuevos caminos a las organizaciones que presenten situaciones similares a la que aquí se estudia.

Justificación Metodológica

La presente investigación se justifica de manera metodológica debido a que se obtendrá nueva información acerca de las variables manejo de proceso de reclamos y satisfacción de los clientes, que admitirán la elaboración de instrumentos, para obtener información de las variables, es decir para ambas variables objeto de estudio se usara la técnica de encuesta (el instrumento es un cuestionario) el mismo que será aplicado los clientes que demandan los servicios de EMAPA S.A. San Martin, 2016.

Justificación social

Se justifica socialmente, debido a que se brinda un conocimiento directo a los distintos organismos ya sean públicos o privados, debido a que se percibe que la mayoría de ellas cuentan con deficiencias en cuanto al manejo de procesos de reclamos, lo que repercute en la satisfacción de los clientes; es por ello que el organismo objeto de estudio debe implementar medidas que ayuden a mejorar este problema. Asimismo, los resultados obtenidos beneficiaran a todas las organizaciones u organismos que estén pasando por el mismo problema, permitiendo mejorar el entorno donde brindan sus servicios.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe una relación directa significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.

Ho: No existe una relación directa ni significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.

Hipótesis específicas:

H1: El manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016, es adecuada.

H2: El manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016, es inadecuada.

H3: La satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016, es alta.

H4: La satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016, es baja.

H5: Existe una relación directa y significativa entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

H6: No existe una relación directa y significativa entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

H7: Existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

H8: No existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

H9: Existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

H10: No Existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

1.7. Objetivos

General

Determinar la relación entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.

Objetivos específicos

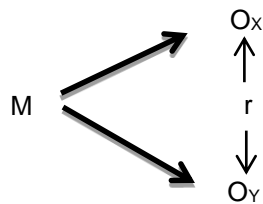
- Conocer el manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.
- Calificar el nivel de satisfacción de los clientes de EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.
- Establecer la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.
- Establecer la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.
- Establecer la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación es Descriptivo Correlacional ya que tiene como objetivo describir las variables objeto de estudio para luego establecer la relación entre ellas mismas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Lo cual se esquematiza de la siguiente manera:



Dónde:

- M : EMAPA San Martín S.A.
- O_x: Manejo de Procesos de Reclamos
- O_y: Satisfacción de los clientes
- r : Relación

2.2. Variables, Operacionalización

Variable 1: Manejo de Procesos de Reclamos

Variable 2: Satisfacción de los clientes.

Operacionalización de variables

Cuadro N° 02: Operacionalización de la variable Manejo de procesos de reclamos

Variable I	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Manejo de Proceso de Reclamos	El manejo de proceso de reclamos son las diferentes acciones tomadas y establecidas por la institución para brindar una adecuada respuesta a los reclamos presentados por los diferentes usuarios que han tenido algún percance y/o malestar con los servicios que la entidad brinda Directiva N° 008-2011-EMAPA-SM-SA-GG (2011)	El proceso de reclamos se evaluara mediante una encuesta.	Reclamo operacional	Recepción y Registro	Ordinal
				Etapa de Investigación y Análisis	
				Etapa de Conciliación y Respuesta	
			Reclamo comercial no relativo a la facturación	Recepción y Registro	
				Etapa de Investigación y Análisis	
				Etapa de Conciliación y Respuesta	
			Reclamo Comercial Relativo a la Facturación	Recepción y Registro	
				Etapa de Investigación y Análisis	
				Etapa de Conciliación y Respuesta	

Fuente: Marco teórico de la variable

Cuadro N° 03: Operacionalización de la variable Satisfacción de los clientes

Variable II	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción de los Clientes	La satisfacción de los clientes se encuentra básicamente ligada con la calidad de atención, en donde se debe tomar en cuenta las percepciones reales por parte de los clientes y las percepciones que sobre este se habían formado con anterioridad en la mentalidad del cliente. Millones (2010).	La satisfacción de los clientes se medirá en base a una encuesta para saber la satisfacción de los clientes.	Elementos Tangibles	Infraestructura	Ordinal
				Personas	
				Objetos	
			Prestación del servicio	Eficiencia	
				Eficacia	
				Efectividad	
				Repetición	
			Capacidad de respuesta	Problemas	
				Horario de atención	
				Duración de la atención	
			Seguridad	Disposición del personal	
				Actitud del personal	
				Conocimiento	
Empatía	Cortesía				
	Atención personalizada				

Fuente: Marco teórico de la variable

2.3. Población y muestra

Población

En la presente investigación la población estuvo conformada por la totalidad 9517 clientes que presentaron reclamos en el periodo de la investigación año 2016, divididos entre reclamos operacionales y reclamos comerciales.

Cuadro N° 04: Cantidad de clientes por tipo de reclamos

Descripción	Cantidad
Reclamos operacionales	6476
Reclamos comerciales	3041
Total	9517

Fuente: Elaboración Propia

Muestra

Para determinar la muestra se realizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q)}{((N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{(9517) (1,96)^2 (0.5) (0.5)}{(9517 - 1) (0.05)^2 + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(9517) (3.8) (0.5) (0.5)}{(9516) (0,0025) + 3,8416 (0,25)}$$

$$n = \frac{(9517) (3.8) (0.25)}{(9516)(0.0025)+ (3.8) (0.25)}$$

$$n = \mathbf{366}$$

La muestra obtenida para la presente investigación es de **366** clientes que tienen reclamos operacionales y comerciales de EMAPA San Martín en la Tarapoto año 2016.

Muestreo:

Muestreo probabilístico estratificado.

Cuadro N° 05: Muestra tomada de clientes

Descripción	Cantidad	Porcentaje	Muestra
Reclamos operacionales	6476	68%	249
Reclamos comerciales	3041	32%	117
Total	9517	100%	366

Fuente: Elaboración Propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Cuadro N° 06: Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica	Instrumento	Alcance	Informante
Encuesta	Cuestionario	Manejo de procesos de reclamos	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales.
Acervo documentario	Análisis de guía documental	Manejo de procesos de reclamos	Oficio N° 748 – 2016/SUNASS – 120
Encuesta	Cuestionario	Satisfacción de los clientes	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales.

Validación y confiabilidad del instrumento

El instrumento a utilizar en la siguiente investigación ha sido validado por jueces expertos en la materia de investigación.

Confiabilidad

La confiabilidad estará a cabo mediante la prueba del Alfa de Cron Bach, aplicada a la prueba piloto de 25 personas de la muestra.

Tabla N° 01: Prueba de confiabilidad del cuestionario de Manejo de procesos de reclamos

		N	%
Casos	Válido	25	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	25	100.0

Alfa de Cronbach	N de elementos
.857	23

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

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Prg.01	79.480	170.177	.447	.850
Prg.02	78.480	171.927	.605	.847
Prg.03	78.680	167.143	.519	.848
Prg.04	78.600	183.000	.127	.860
Prg.05	79.000	173.333	.441	.851
Prg.06	78.840	177.890	.257	.857
Prg.07	79.080	166.910	.633	.844
Prg.08	78.600	165.000	.641	.843
Prg.09	78.640	175.407	.310	.855
Prg.10	78.800	168.083	.581	.846
Prg.11	78.600	166.250	.742	.842
Prg.12	78.880	171.943	.374	.853
Prg.13	78.680	170.643	.484	.849
Prg.14	78.560	174.340	.388	.853
Prg.15	78.920	179.077	.202	.859
Prg.16	78.880	178.527	.282	.856
Prg.17	78.560	165.923	.680	.843
Prg.18	79.080	166.493	.556	.846
Prg.19	78.560	177.090	.321	.855
Prg.20	78.720	181.043	.133	.862
Prg.21	78.600	165.000	.606	.844
Prg.22	78.680	178.227	.240	.858
Prg.23	79.000	177.667	.230	.859

Tabla N° 02: Prueba de confiabilidad del cuestionario de Satisfacción de los clientes

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	25	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	25	100.0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.869	30

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

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Prg.01	99.560	293.340	.402	.865
Prg.02	99.080	305.577	.184	.870
Prg.03	99.160	318.473	-.141	.878
Prg.04	99.160	282.390	.656	.858
Prg.05	99.160	304.140	.192	.870
Prg.06	99.520	289.093	.510	.862
Prg.07	99.360	288.573	.533	.862
Prg.08	99.360	289.240	.567	.861
Prg.09	99.400	303.833	.164	.871
Prg.10	99.600	297.250	.372	.866
Prg.11	99.560	293.173	.443	.864
Prg.12	99.720	288.377	.478	.863
Prg.13	99.480	296.093	.409	.865
Prg.14	99.320	298.643	.299	.868
Prg.15	99.640	289.823	.451	.864
Prg.16	99.440	296.757	.406	.865
Prg.17	99.240	300.023	.278	.868
Prg.18	99.000	306.750	.150	.870
Prg.19	99.800	286.083	.490	.863
Prg.20	99.720	285.043	.625	.860
Prg.21	99.720	285.293	.586	.860
Prg.22	99.560	288.507	.425	.865
Prg.23	99.360	288.573	.533	.862
Prg.24	99.440	287.840	.585	.861
Prg.25	99.480	302.427	.188	.871
Prg.26	99.640	296.490	.395	.865
Prg.27	99.560	293.173	.443	.864
Prg.28	99.000	306.750	.150	.870
Prg.29	99.760	286.773	.482	.863
Prg.30	99.720	285.043	.625	.860

2.5. Método de análisis de datos

Los datos obtenidos han sido procesados según la aplicación del instrumento en forma manual utilizando el programa de Excel, utilizando una tabla de matriz de las dos variables. Para el análisis se empleó el software estadístico SPSS V.21 y según las escalas de medición de ambas variables. Los estadísticos serán: Tabla de frecuencia para datos agrupados, prueba de Sperman.

Para medir las dos variables se utilizó una escala Likert, donde para el procesamiento de los datos se procedió a realizar una escala de la valoración mediante intervalos.

La escala de calificación para las dos variables fue la siguiente:

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

Mientras que para el procesamiento de los datos se utilizó la técnica de baremo con una escala valorativa, tal y como se muestra en cada una de las tablas por cada variable:

Variable I: Manejo de procesos de reclamos

Intervalo	Valoración
23 a 53	Inadecuado
54 a 84	Regular
85 a 115	Adecuado

Variable II: Satisfacción de los clientes

Intervalo	Valoración
30 a 69	Bajo
70 a 109	Regular
110 a 150	Alto

2.6. Aspectos éticos

La investigación ha sido adecuadamente citada y se encuentran referenciadas adecuadamente, como también se han parafraseado algunas teorías obtenidas según a diferentes autores, por lo que no existe copia o plagio. Los clientes que tienen reclamos operacionales y comerciales de los servicios de EMAPA San Martín en la ciudad de Tarapoto, Morales y Banda de Shilcayo, correspondientes a la Tarapoto son sometidos a consentimiento informado antes de la aplicación de las encuestas.

III. RESULTADOS

3.1. Conocer el manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Dimensión I: Reclamos operacionales

Habiendo aplicado los cuestionarios para conocer el manejo de procesos de reclamos, según su dimensión de reclamos operacionales los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

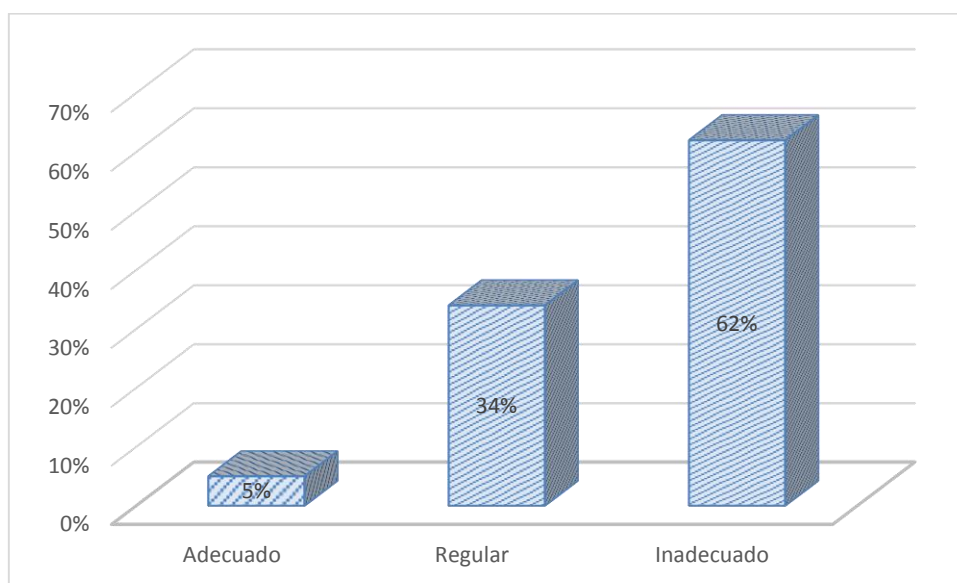
Tabla N° 03: Frecuencias de manejo de procesos de reclamos operacionales

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
Adecuado (85 a 115)	17	5%
Regular (54 a 84)	123	34%
Inadecuado (23 a 53)	226	62%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración Propia

Gráfico N° 1: Frecuencias de manejo de procesos de reclamos operacionales



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Interpretación

El manejo de procesos en la atención de los reclamos operacionales, es calificada como inadecuada en un 62%, ello debido a que los usuarios no son informados por el problema operacional que les afecta, y no se les informa el tiempo que va ser solucionado el problema; es decir problemas identificados en la prestación de servicio de agua potable, servicios de alcantarillado y problemas por filtraciones de agua externa.

Dimensión II: Reclamos comercial no relativo a la facturación

Habiendo aplicado los cuestionarios para conocer el manejo de procesos de reclamos, según su dimensión de reclamos comerciales no relativo a la facturación los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico.

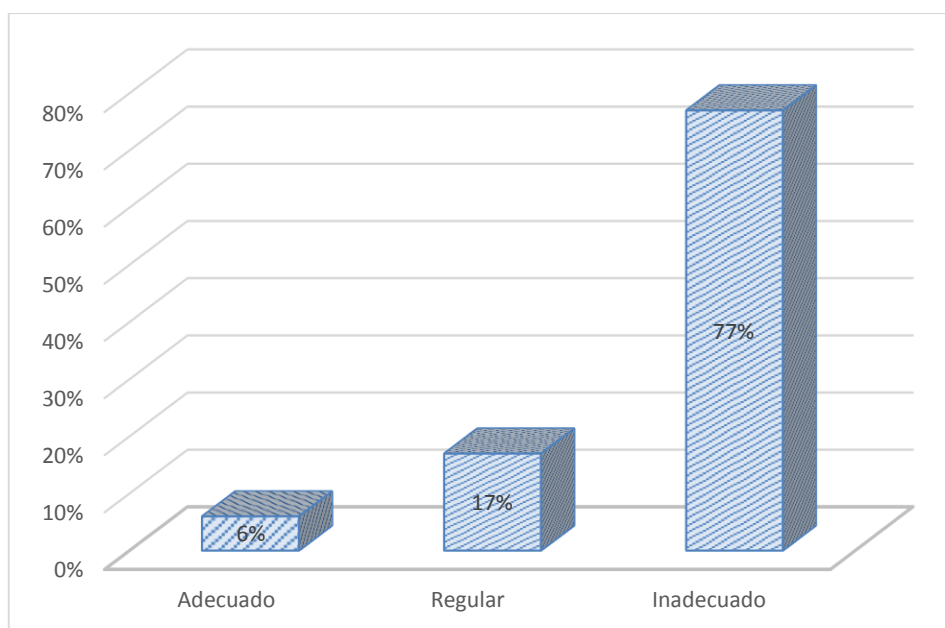
Tabla N° 04: Frecuencias de manejo de procesos de reclamos comerciales no relativos a la facturación

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
Adecuado (85 a 115)	21	6%
Regular (54 a 84)	62	17%
Inadecuado (23 a 53)	283	77%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Gráfico N°2 Frecuencias de manejos de procesos de reclamos no relativos a la facturación



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Interpretación

Los reclamos no relativos a la facturación, es calificada como inadecuada en un 77%, ello debido a que en su mayoría, los usuarios de los servicios, presentan problemas relativos al acceso al servicio, problemas relativos a la micromedición, y problemas relativos a cortes indebidos. Al mismo tiempo estos resultados afectan de manera directa el monto de la facturación que tiene que pagar el usuario, dichos reclamos pueden generarse a partir de problemas presentados en relación a las tarifas, consumos no realizados, nivel de consumo, y otros, los cuáles hacen una inferencia en sus indicadores de recepción y registro, etapa de investigación y análisis, etapa de conciliación y respuesta.

Dimensión III: Reclamos comercial relativo a la facturación

Habiendo aplicado los cuestionarios para conocer el manejo de procesos de reclamos, según su dimensión de reclamos comerciales relativo a la facturación los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

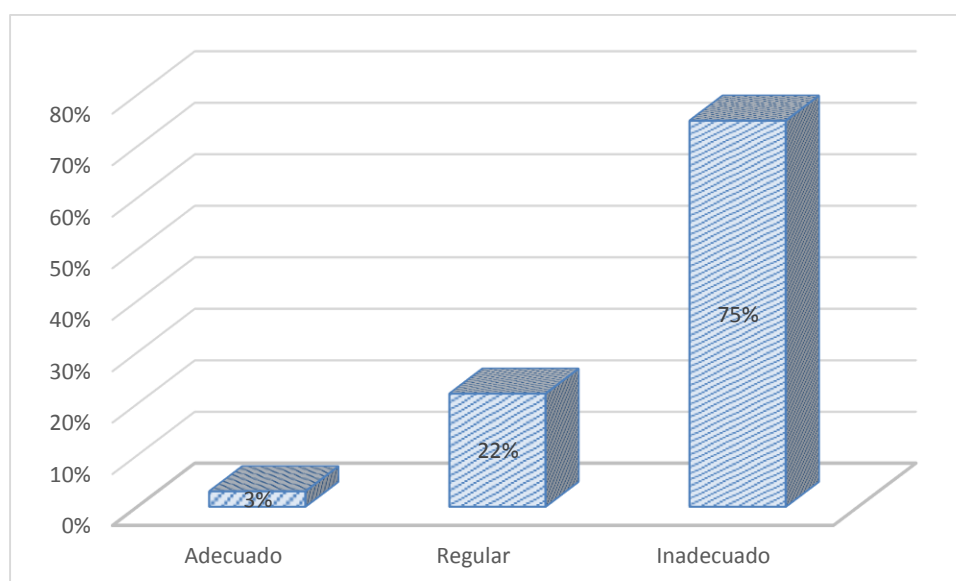
Tabla N° 05: Frecuencias de manejos de procesos de reclamos relativos a la facturación

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
Adecuado (85 a 115)	11	3%
Regular (54 a 84)	81	22%
Inadecuado (23 a 53)	274	75%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Gráfico N° 03: Frecuencias de manejos de procesos de reclamos relativos a la facturación



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Interpretación

Los reclamos relativos a la facturación, es calificada como inadecuada en un 75%, ello debido a que en su mayoría, los usuarios de los servicios, presentan problemas en el régimen de facturación y el nivel de consumo, problemas en la tarifa aplicada al usuario, y problemas en otros conceptos facturados al usuarios como son cargos o conceptos que no debían ser facturados tales como el servicio de alcantarillado, servicios colaterales, etc.

Los problemas relativos a facturación de alcance general deben solucionarse al siguiente ciclo de facturación. El plazo máximo de solución del problema de alcance general empezará a calcularse desde que la EPS toma conocimiento de éste o a través de una “solicitud de atención de problema de alcance general” presentada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73° del presente Reglamento.

3.2. Calificar la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Dimensión I: Elementos tangibles

Habiendo aplicado los cuestionarios para calificar la satisfacción de los clientes, según su dimensión de elementos tangibles los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

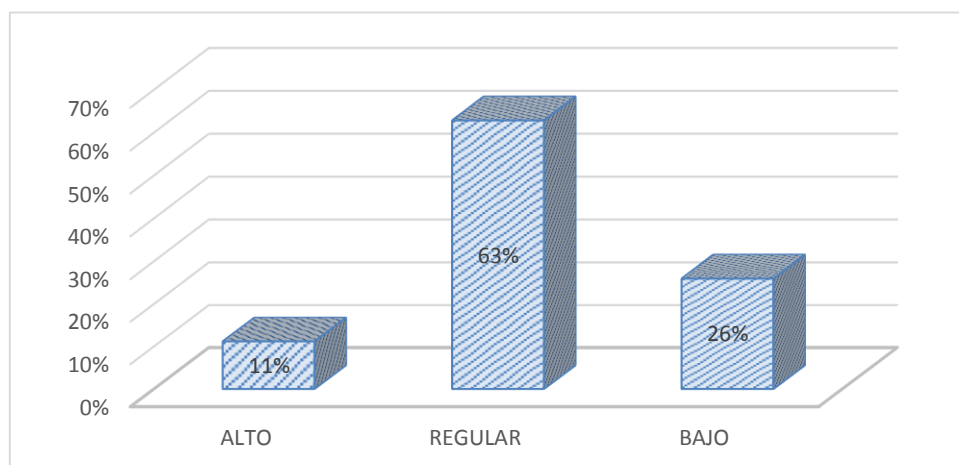
Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

Tabla N° 06: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de elementos tangibles

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
ALTO (110 a 150)	41	11%
REGULAR (70 a 109)	230	63%
BAJO (30 a 69)	95	26%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Gráfico N° 04: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de elementos tangibles



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Interpretación

La satisfacción de los clientes en su dimensión de elementos tangibles, es calificada en un nivel regular con un 63%, mientras que para otros clientes es bajo en un 26%, ello es debido a que los clientes evalúan, como son las instalaciones, personal y materiales los cuales generan un aspecto único de la empresa, lo que es percibido por los clientes ya sea de manera positiva o negativa. Dentro de este grupo mencionamos los siguientes indicadores como son infraestructura, personas, objetos.

Dimensión II: Prestación del servicio

Habiendo aplicado los cuestionarios para calificar la satisfacción de los clientes, según su dimensión de prestación de servicios los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

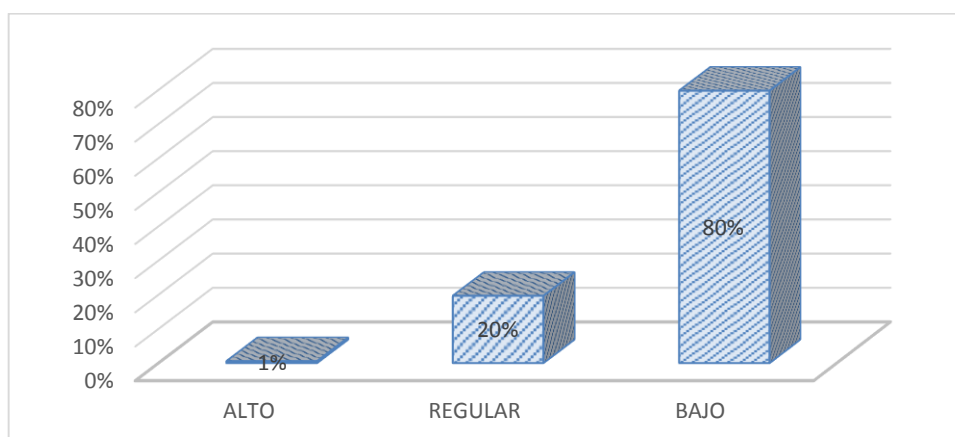
Tabla N° 07: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de prestación del servicio

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
ALTO (110 – 150)	2	1%
REGULAR (70 a 109)	72	20%
BAJO (30 a 69)	292	80%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Gráfico N° 05: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de prestación del servicio



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Interpretación

La satisfacción de los clientes en su dimensión de prestación de servicios, es calificada en un nivel bajo con un 63%, mientras que para otros clientes es regular en un 20%, ello es debido a que los clientes evalúan, la habilidad que tienen los colaboradores o la empresa en general para desarrollar el servicio prometido, es aquí donde los clientes perciben la calidad del servicio en base a distintos factores propios de la empresa, los cuales se mencionaran a continuación, como son eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.

Dimensión III: Capacidad de respuesta

Habiendo aplicado los cuestionarios para calificar la satisfacción de los clientes, según su dimensión de capacidad de respuesta los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

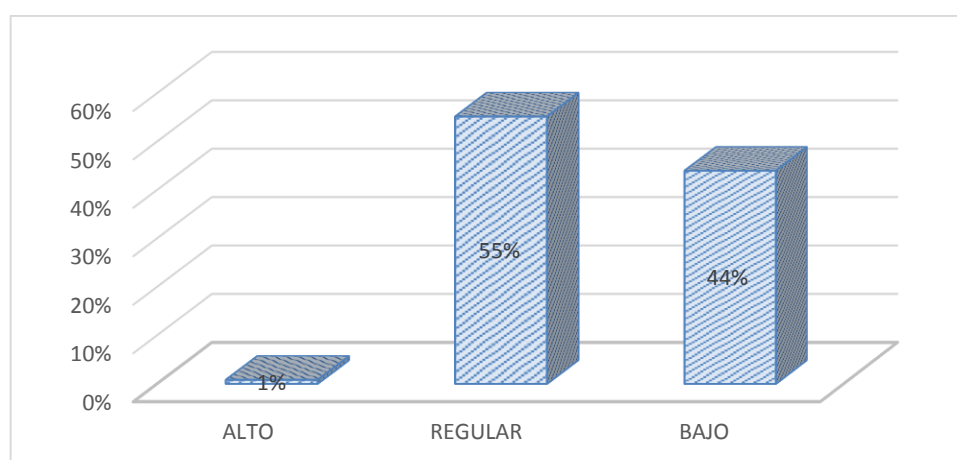
Tabla N°08: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de capacidad de respuesta

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
ALTO (110 a 150)	3	1%
REGULAR (70 a 109)	202	55%
BAJO (30 a 69)	161	44%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Gráfico N° 06: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de capacidad de respuesta



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN

Elaboración: Propia

Interpretación

La satisfacción de los clientes en su dimensión de capacidad de respuesta, es calificada en un nivel regular con un 55%, mientras que para otros clientes es bajo en un 44%, ello es debido a que los clientes evalúan, pues hacen referencia al servicio que los clientes requieren precisa de un tiempo de realización, ello implica una disponibilidad para realizarlo conforme a un horario y una duración. Cada uno de estos factores mide la satisfacción del cliente en cuanto a esta disposición del proyecto para atenderle y realizar un pronto servicio, y ellos evalúan en base a su horario de atención, duración de la atención, disposición del personal.

Dimensión IV: Seguridad

Habiendo aplicado los cuestionarios para calificar la satisfacción de los clientes, según su dimensión de seguridad los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

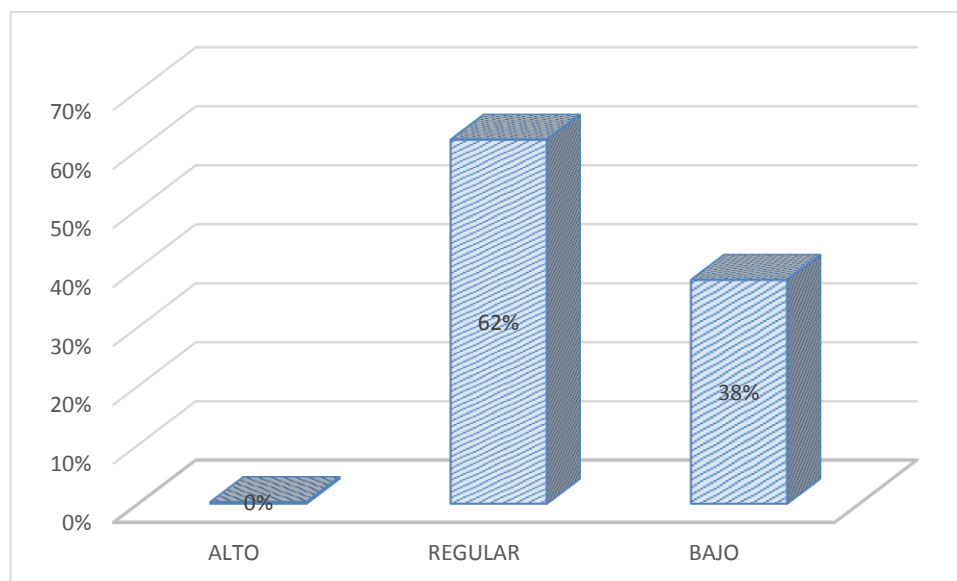
Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

Tabla N° 09: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de seguridad

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
ALTO (110 a 150)	1	0%
REGULAR (70 a 109)	226	62%
BAJO (30 a 69)	139	38%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Gráfico N°07: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de seguridad



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Interpretación

La satisfacción de los clientes en su dimensión de seguridad, es calificada en un nivel regular con un 62%, mientras que para otros clientes es bajo en un 38%, ello es debido a que los clientes evalúan, la actitud del personal, el conocimiento y la cortesía del personal que realiza los servicios que brinda la empresa EMAPA San Martín, y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza a los clientes que demandan del producto o servicio, generando que se sientan satisfechos.

Dimensión V: Empatía

Habiendo aplicado los cuestionarios para calificar la satisfacción de los clientes, según su dimensión de empatía los resultados se procesaron, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, donde se procedió a dividir los resultados de acuerdo a las alternativas de nuestros instrumentos de medición para ver de acuerdo a los valores obtenidos en nuestros instrumentos ver en qué nivel se encuentran.

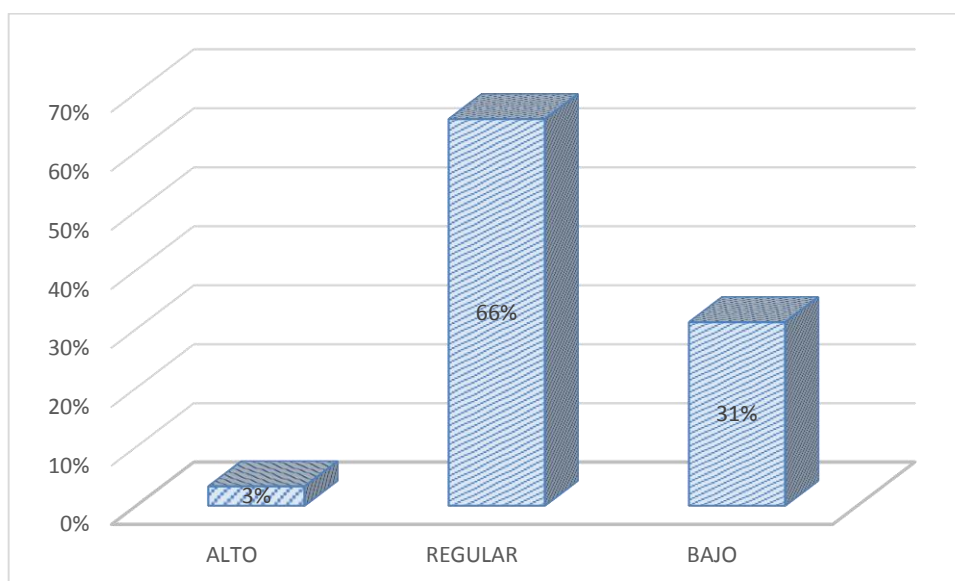
Calculadas las frecuencias de los puntajes obtenidos por cada intervalo de valores se tiene la siguiente tabla de frecuencias, con su correspondiente gráfico, aplicándose así el método de baremo.

Tabla N° 10: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de empatía

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
ALTO (110 a 150)	12	3%
REGULAR (70 a 109)	240	66%
BAJO (30 a 69)	114	31%
TOTAL	366	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Gráfico N° 08: Frecuencias de satisfacción de clientes en su dimensión de empatía



Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN
Elaboración: Propia

Interpretación

La satisfacción de los clientes en su dimensión de empatía, es calificada en un nivel regular con un 66%, mientras que para otros clientes es bajo en un 31%, ello es debido a que los clientes hacen referencia a la capacidad de proveer cuidados y atención individualizada a los clientes, brindando una atención de calidad en donde el principal elemento es el cliente, asimismo evalúan la atención personalizada.

3.3. Establecer la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Tabla N° 11: Prueba de correlación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes

			Reclamo operacional	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Reclamo operacional	Coeficiente de correlación	1.000	.634*
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	366	366
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	.634*	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	366	366

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN S.A Tarapoto Año 2016.

Elaboración: Propia

r : Coeficiente de correlación = 0,634
 r^2 : Coeficiente determinante = 0,634²
 r^2 : Coeficiente determinante = 40.19%

Interpretación

La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.634). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo operacional solo influye en un 40.19% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

3.4. Establecer la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes e EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Tabla N° 12: Prueba de correlación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes

			Reclamo comercial no relativo a la facturación	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Reclamo comercial no relativo a la facturación	Coefficiente de correlación	1.000	.781*
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	366	366
	Satisfacción de los clientes	Coefficiente de correlación	.781*	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	366	366

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

De

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 usuarios de EMAPA SAN MARTÍN Tarapoto año 2016

Elaboración: Propia

r : Coeficiente de correlación = 0,781

r^2 : Coeficiente determinante = 0,781²

r^2 : Coeficiente determinante = 61.02%

Interpretación

La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.781). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial no relativo a la facturación solo influye en un 61.02% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial no relativo a la facturación dimensión de la variable

manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

3.5. Establecer la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Tabla N° 13: Prueba de correlación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes

			Reclamo comercial relativo a la facturación	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Reclamo comercial relativo a la facturación	Coeficiente de correlación	1.000	.753*
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	366	366
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	.753*	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	366	366

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 clientes de EMAPA SAN MARTÍN Tarapoto año 2016

Elaboración: Propia

r : Coeficiente de correlación = 0,753

r^2 : Coeficiente determinante = 0,753²

r^2 : Coeficiente determinante = 56.70%

Interpretación

La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.753). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial relativo a la facturación solo influye en un 56.70% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial relativo a la facturación dimensión de la variable manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

3.6. Determinar la relación entre el manejo de proceso de reclamos y la satisfacción de clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Tabla N° 14: Prueba de correlación entre el manejo de proceso de reclamos y la satisfacción de clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016

			Manejo de procesos de reclamos	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Reclamo comercial relativo a la facturación	Coeficiente de correlación	1.000	.876*
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	366	366
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	.876*	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	366	366

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Cuestionario aplicado a 366 usuarios de EMAPA SAN MARTÍN Tarapoto año 2016.

Elaboración: Propia

r : Coeficiente de correlación	= 0,876
r^2 : Coeficiente determinante	= 0,876 ²
r^2 : Coeficiente determinante	= 76.74%

Interpretación

La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.876). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el manejo de procesos de reclamo solo influye en un 76.74% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el manejo de procesos de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

IV. DISCUSIÓN

Conocer el manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016.

De acuerdo a los resultados obtenidos los reclamos operacionales, es calificada como inadecuada en un 62%, ello debido a que en su mayoría, por parte de los clientes en el aspecto de infraestructura e ingeniería que utiliza la entidad en los servicios de Saneamiento, es decir problemas identificados en la prestación de servicio de agua potable, servicios de alcantarillado y problemas por filtraciones de agua externa, se puede especificar algunos de estos problemas: negativa de mantenimiento por parte de la entidad prestadora, atoro en la conexión de los servicios de alcantarillado, fugas en las diversas conexiones, entre otros, Al mismo tiempo los reclamos no relativos a la facturación, es calificada como inadecuada en un 77%, ello debido a que en su mayoría, los usuarios de los servicios, presentan problemas relativos al acceso al servicio, problemas relativos a la micromedición, y problemas relativos a cortes indebidos. Al mismo tiempo estos resultados afectan de manera directa el monto de la facturación que tiene que pagar el usuario, dichos reclamos pueden generarse a partir de problemas presentados en relación a las tarifas, consumos no realizados, nivel de consumo, y otros, los cuáles hacen una inferencia en sus indicadores de recepción y registro, etapa de investigación y análisis, etapa de conciliación y respuesta.

Por otro lado los reclamos relativos a la facturación, es calificada como inadecuada en un 75%, ello debido a que en su mayoría, los usuarios de los servicios, presentan problemas en el régimen de facturación y el nivel de consumo, problemas en la tarifa aplicada al usuario, y problemas en otros conceptos facturados al usuarios como son cargos o conceptos que no debían ser facturados tales como el servicio de alcantarillado, servicios colaterales, etc. Los problemas relativos a facturación de alcance general deben solucionarse al siguiente ciclo de facturación. El plazo máximo de solución del problema de alcance general empezará a calcularse desde que la EPS toma conocimiento de éste o a través de una "solicitud de atención de

problema de alcance general” presentada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73° del presente Reglamento. Para el caso de EPS que atiendan poblaciones alejadas, se computará el Cuadro de Distancia contemplado en la normativa procesal civil, adicionalmente al plazo señalado. Es obligación de la EPS comunicar al usuario que presentó la solicitud de atención, el tiempo máximo en que debe solucionarse (según el tipo de problema presentado). En caso la EPS no cumpla con solucionar el problema de alcance general en los plazos establecidos, los afectados podrán acudir a la SUNASS conforme al Reglamento General de Supervisión, Fiscalización y Sanción.

Puesto que Rodríguez, Vacacela, y Vera (2010), aporta en su investigación que a nivel nacional las empresas se encuentran en un cambio constante por ello se preocupan cada vez más por mejorar su calidad en cuanto al servicio que brindan ya que esto es una de sus principales atribuciones que tiene una empresa, por ello un sistema de gestión para automatizar reclamos en servicios al cliente sería una herramienta fundamental para todas las empresas ya que se podría llevar una adecuada gestión de las quejas y reclamos con la finalidad de identificar las dificultades que tiene la empresa y trabajar en base a ellas, centrándose en el manejo de estas deficiencias para poder optimizar la calidad que brindan a sus clientes. Mazón (2014), menciona que la satisfacción de los clientes tiene distintos indicadores los cuales los cuales ayudan a identificar las dificultades que presenta la empresa en cuanto a los distintas actividades que realiza, es por ello que se siente una gran necesidad por evaluar y conocer cada día como se encuentran los clientes en cuanto a su percepción que tienen de la empresas y del servicio que brinda, en el mundo actual donde nos desarrollamos nos encontramos con una serie de estrategias que nos ayudan a mejorar la satisfacción del cliente, las cuales si son identificadas a tiempo pueden servir de gran ayuda para no perder clientes ya fidelizados.

Bahaia y Burgos (2010), permitió identificar las dificultades que pueden presentar ciertos criterios de atención y asimismo estas quejas y reclamos son de gran ayuda para fortalecer estos criterios los cuales son la lealtad del cliente, operación eficiente de los colaboradores, mejorar la comunicación

interna y las relaciones entre los miembros de la empresa, reputación e imagen, la mejora continua de la empresa en general, cada uno de estos factores son fundamentales en el crecimiento sostenible de la empresa y de sus colaboradores, permitiendo que se identifiquen factores negativos que está transmitiendo a empresa.

Calificar la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción de los clientes en su dimensión de elementos tangibles, es calificada en un nivel regular con un 63%, mientras que para otros clientes es bajo en un 26%, ello es debido a que los clientes evalúan, como son las instalaciones, personal y materiales los cuales generan un aspecto único de la empresa, lo que es percibido por los clientes ya sea de manera positiva o negativa. Dentro de este grupo mencionamos los siguientes indicadores como son infraestructura, personas, objetos. Al mismo tiempo la satisfacción de los clientes en su dimensión de prestación de servicios, es calificada en un nivel bajo con un 63%, mientras que para otros clientes es regular en un 20%, ello es debido a que los clientes evalúan, la habilidad que tienen los colaboradores o la empresa en general para desarrollar el servicio prometido, es aquí donde los clientes perciben la calidad del servicio en base a distintos factores propios de la empresa, los cuales se mencionaran a continuación, como son eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas., por otro lado la satisfacción de los clientes en su dimensión de capacidad de respuesta, es calificada en un nivel regular con un 55%, mientras que para otros clientes es bajo en un 44%, ello es debido a que los clientes evalúan, pues hacen referencia al servicio que los clientes requieren precisa de un tiempo de realización, ello implica una disponibilidad para realizarlo conforme a un horario y una duración. Cada uno de estos factores mide la satisfacción del cliente en cuanto a esta disposición del proyecto para atenderle y realizar un pronto servicio, y ellos evalúan en base a su horario de atención, duración de la atención, disposición del personal, en su dimensión de seguridad, es calificada en un nivel regular con un 62%, mientras que para otros clientes es bajo en un 38%, ello es debido a

que los clientes evalúan, las actitudes del personal que realiza el servicio: sus conocimientos, cortesía y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza a los clientes que demandan del producto o servicio, generando que se sientan satisfechos, así como su actitud del personal, conocimiento, cortesía, en su dimensión de empatía, es calificada en un nivel regular con un 66%, mientras que para otros clientes es bajo en un 31%, ello es debido a que los clientes hace referencia a la capacidad de proveer cuidados y atención individualizada a los clientes, brindando una atención de calidad en donde el principal elemento es el cliente, asimismo evalúan la atención personalizada.

Puesto que Chiluisa (2015), menciona que la atención que se les brinda a los clientes influye en la satisfacción de los mismos ya que el cliente percibe esto como un aspecto muy importante de la empresa y en la mayoría de los casos eso es lo que desean obtener los clientes, es decir una empresa que se preocupe por cada necesidad del cliente y les atiendan de manera oportuna y amable, se podría decir que esa es la imagen de toda empresa.

Sánchez (2012), menciona que la satisfacción que recibe en usuario depende en gran medida de la infraestructura que cuenta la consultoría, que dentro de ella cuente con instalaciones adecuadas y confortables, con una iluminación y señalización adecuada, una temperatura adecuada para el usuario, y la limpieza de entidad debe ser adecuada. Además, menciona que hay otras dimensiones que influyen en la satisfacción que puede tener el usuario por el servicio prestado por la consultoría, como son: el trato personal que recibe cada usuario dentro de la institución, el tiempo de espera que concurre cada usuario para ser atendido y la amabilidad y orientación que recibe el usuario por parte del personal que atiende en la consultoría. García (2011), cabe mencionar que un cliente al sentirse satisfecho comenta una y otra vez esta satisfacción generada de la experiencia que vivió asistiendo a dicho establecimiento o empresa, generando la expectativa o percepción de otros clientes que ya asistieron o aun van a asistir y que de alguna manera se sienten motivados por adquirir dichos productos o servicios.

Establecer la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016. Para establecer la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes se ha realizado la prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.634). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo operacional solo influye en un 40.19% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Establecer la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.

Consecutivamente para establecer la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación se procedió a realizar la prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.781). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial no relativo a la facturación solo influye en un 61.02% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial no relativo a la facturación dimensión de la variable manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Establecer la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016. Es muy importante saber que para establecer la relación que existe entre el reclamo comercial relativo a la facturación se ha realizado la prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial relativo a la facturación

y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.753). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial no relativo a la facturación solo influye en un 56.70% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial relativo a la facturación dimensión de la variable manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

No si antes mencionar al Villavicencio (2014), que su investigación dio como aporte que el buen trato que recibe el cliente por parte de los trabajadores es considerado como uno de los atributos más importantes para la satisfacción que puede tener un cliente, destacando la confianza y consideración que puede tener el cliente hacia la empresa. Otro factor es la atención personalizada que puede tener el cliente, ayudándolo en la información necesaria para adquirir un producto, y por últimos el factor que también influye considerablemente en la satisfacción del cliente es la rapidez de atención que para muchas es de gran importancia para el cliente, ya que puede realizar otras actividades después de realizar una transacción dentro de la empresa.

V. CONCLUSIONES

- 5.1.** El manejo de proceso de reclamos en EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016, en su dimensión de reclamos operacionales, reclamos comerciales no relativo a la facturación y en su dimensión de reclamos comerciales relativo a la facturación, vemos que los clientes manifestaron que se encuentran en un nivel inadecuado.
- 5.2.** La satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. en su dimensión de elementos tangibles, se encuentra en un nivel regular, mientras que en su dimensión de prestación del servicio se encuentra en un nivel bajo, por otro lado en su dimensión de capacidad de respuesta los clientes nos manifestaron que se encuentran en un nivel regular al igual que en su dimensión de seguridad y de empatía.
- 5.3.** La prueba de Rho Spearman da como resultado un coeficiente de correlación de 0.634, esto nos da entender el coeficiente determinante evidencia que el reclamo operacional solo influye en un 40.19% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.
- 5.4.** La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.781). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial no relativo a la facturación solo influye en un 61.02% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial no relativo a la facturación dimensión de la variable manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.
- 5.5.** La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente

de correlación = 0.753). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el reclamo comercial relativo a la facturación solo influye en un 56.70% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el reclamo comercial relativo a la facturación dimensión de la variable manejo del proceso de reclamo y la satisfacción de los clientes, y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

- 5.6.** La prueba de correlación de Rho Spearman, demuestra la existencia de una relación significativa a nivel de 0.000 entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes, además, dicha correlación es calificada como positiva media (por el valor del coeficiente de correlación = 0.876). En tanto, el coeficiente determinante evidencia que el manejo de procesos de reclamos solo influye en un 76.74% sobre la satisfacción de los clientes, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes, aceptando así la hipótesis alterna.

VI. RECOMENDACIONES.

- 6.1.** Tanto los clientes y los trabajadores desconocen, cuáles son los procesos que debe seguir cada tipo de reclamo, por lo tanto, es importante informar al inicio de cada reclamo al cliente cuales son los tiempos, que demora cada tipo de reclamo, para evitar malestar con el cliente.
- 6.2.** Se recomienda capacitar al personal para que pueda evaluar los procesos de atención a los clientes con el objetivo de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A.
- 6.3.** Los procesos de reclamo a nivel operacional se encuentran en un nivel inadecuado; en este sentido la institución debe mantener informados a los usuarios, informándoles de los problemas identificados en la prestación de servicio de agua potable, servicios de alcantarillado y problemas por filtraciones de agua externa.
- 6.4.** Los procesos de reclamo a nivel comercial no relativo a la facturación se encuentran en un nivel inadecuado; en ese sentido la institución debe informar a los usuarios de los servicios sobre los problemas relativos a la micromedición, y problemas relativos a cortes indebidos.
- 6.5.** Los procesos de reclamo a nivel comercial relativo a la facturación se encuentran en un nivel inadecuado; en ese sentido la institución debe informar a los usuarios los problemas que presentan en el régimen de facturación y el nivel de consumo, problemas en la tarifa aplicada al usuario, y problemas en otros conceptos facturados al usuario como son cargos o conceptos que no debían ser facturados tales como el servicio de alcantarillado, servicios colaterales, etc.
- 6.6.** Se recomienda, implementar un sistema de seguimiento a los reclamos operacionales y comerciales, brindando así una buena atención a nuestros usuarios y mejorar el nivel de satisfacción.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ávila (2014). *Introducción a los tratamientos psicodinámicos*. Madrid. España. [Versión digital]. Recuperado de: books.google.es/books?isbn=8436269322

Bahaia y Burgos (2010). *Sistema de manejo de reclamos de clientes conforme a ISO 10 002. Caso Práctico: Empresa Textufil S.A. de C.V.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Dr. José Matías Delgado. Antiguo Cuscatlán. El Salvador. Recuperado de: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/ADTESBS0001300.pdf>

Chiluisa (2015). *La Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga* (Tesis de Ingeniería). Ambato. Ecuador. Recuperado de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>

Consumidores de Lima y provincias presentaron 107 mil 919 quejas en el 2014. (12 de marzo de 2015). La Republica. Recuperado de <http://larepublica.pe/12-03-2015/consumidores-de-lima-y-provincias-presentaron-107-mil-919-quejas-en-el-2014>

Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de San Martín Sociedad Anónima (2011). *Normas y Procedimientos de atención de requerimiento, solicitud de atención de Problema o Reclamo Operacional y Comercial de EMAPA San Martín S. A* (DIRECTIVA N°008-2011-EMAPA-SM-SA-GG Serie de Documentos de Trabajo). Tarapoto: Autor.

Empresa Prestadora de Servicios Moyobamba S.R.Ltda. (2009). *Atención de problemas operacionales*. (Versión 01 Documentos de Trabajo). Moyobamba: Autor.

Equipo Vértice (2010). *Atención al cliente: Calidad en los servicios funerarios*. España [versión digital]. Recuperado de: books.google.es/books?isbn=8499312187

Fernández y Fernández (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. (1° Ed.). España. [Versión digital]. Recuperado de: books.google.es/books?isbn=849732756X

- García (2011). *Medición de la satisfacción del cliente en una Empresa de Retail. Universidad de Piura* (Tesis de Licenciatura). Piura. Perú.
Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1464/AE_262.pdf?sequence=1
- García (2011). *Técnica de información y atención al cliente*. (1ra edición). España. Innova.
- Guerrero y Trujillo (2014). *Propuesta de mejora de la Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa Cineplanet – Chiclayo* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Perú.
Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/71/1/TL_GuerreroRosilloShirley_TrujilloPereaFatima.pdf
- Guissani (2012) “*Educación es un riesgo: Apuntes para un método educativo verdadero*”. (1ª edición). España. [Versión digital]. Recuperado de:
books.google.es/books?isbn=8499207669
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Cuarta Edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Hernández (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas (CUIB) UNAM.
Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>
- Luján (2011). *Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional de Salud del Niño* (Tesis de Maestría). Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima, Perú. Recuperado por:
<http://www.insn.gob.pe/investigaciones/sites/default/files/Informe%20Final%20PE-09-2009.pdf>
- Mazón (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro* (Tesis de Maestría). Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6948>

- Millones (2010). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes* (Tesis de Ingeniería). Universidad de Piura. Piura. Perú. Recuperado por: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1233/ING_479.pdf?sequence=1
- Pastor (2014). *Evaluación de la satisfacción de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: De la imposición de la oferta a escuchar a la demanda* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Recuperado por: file:///M:/d/PASTOR_PAREDES_OSCAR_EVALUACION_SERVICIO.pdf
- Pérez (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio.* (1°Ed.). España. [Versión digital]. Recuperado de books.google.es/books?isbn=8498393566
- Quevedo Pacheco N. (2014). *CITAS Y REFERENCIAS Recomendaciones y aspectos básicos del estilo APA.* [Versión Adobe Digital Editions]. Lima: Universidad de Lima Recuperado de http://www.ulima.edu.pe/sites/default/files/news/file/citas_referencias_a_pa.pdf
- Rodríguez, Vacacela y Vera (2010). *Sistema de Gestión para Automatizar Reclamos en Servicio al Cliente* (Tesis de Ingeniería). Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil. Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3167/1/UPS-GT000123.pdf>
- Sánchez (2012). *Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una institución de seguridad social en Guadalupe, Nuevo León* (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León. Guadalajara, Nuevo León, México. Recuperado por: <http://eprints.uanl.mx/3332/1/1080256485.pdf>
- Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (2006). *Reglamento General de Reclamos de usuarios de servicios de Saneamiento* (Resolución de Consejo Directivo N°066-2006-SUNASS-CD Serie de Documentos de Trabajo). Lima: Autor.

- Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (2007). *Modifican el Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento* (Resolución de Consejo Directivo N°088-2007-SUNASS-CD Serie de Documentos de Trabajo). Lima: Autor.
- Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS). *Portal de transparencia*. Lima. Perú. Recuperado de: <http://www.sunass.gob.pe/websunass/index.php/sunass/quienes-somos>.
- Tessi (2012) "*Comunicación interna en la práctica*". (1ª Edición). Argentina. [Versión digital]. Recuperado de: books.google.es/books?isbn=9506417253
- Torres S.; González A. y Vavilova I. (2015). *La Cita y Referencia Bibliográfica: Guía basada en las normas APA*. [Versión Adobe Digital Editions]. Buenos Aires: UCES. Recuperado de http://www.uces.edu.ar/biblioteca/Citas_bibliograficas-APA-2015.pdf
- Uceda (2013). *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo* (Título de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Chiclayo. Perú. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/127/1/TL_Uceda_Pintado_IndiraLizeth.pdf
- Valdivia (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. España. [Versión digital]. Recuperado de books.google.es/books?isbn=8484683052
- Varas, Valdez & Aldunate (2009) *Revista de derecho jurisprudencia y ciencias sociales*. (15ª ed.). España. [Versión digital]. Recuperado de: books.google.com.pe/books?id=4W4vAAAIAAJ&hl
- Vega (2009). *Análisis, diseño e implementación de un sistema de administración de incidentes en atención al cliente para una empresa de telecomunicaciones* (Título de Ingeniero). Pontificia Universidad Católica

Del Perú. Lima. Perú. Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/334>

Vergara León A. (2016) Informe inicial de supervisión de campo para evaluar aspectos normativos comerciales, operacionales y de transferencia de información (INFORME N°384-2016-SUNASS-120-F Serie de Documentos de Trabajo). Lima: Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento.

Villavicencio (2014). *Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomienda y la satisfacción de los Clientes de la Empresa Transporte Línea S.A. Trujillo 2013* (Título de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo. Libertad, Perú. Recuperado por:
http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/475/villavicencio_ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

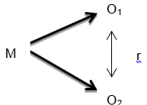
Vítolo (2013). *Manejo de quejas* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: http://www.nobleseguros.com/ARTICULOS_NOBLE/82.pdf

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

“Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO																
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1: Manejo de Proceso de Reclamos																
¿Cuál es la relación entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?	Determinar la relación entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?	H_i: Existe una relación directa significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016.	<p>El manejo de procesos de reclamos son las diferentes acciones tomadas y establecidas por la institución para brindar una adecuada respuesta a los reclamos presentados por los diferentes usuarios que han tenido algún percance y/o malestar con los servicios que la entidad brinda</p> <p>Directiva N° 008-2011-EMAPA-SM-SA-GG (2011)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Variable</th> <th style="width: 25%;">Dimensiones</th> <th style="width: 50%;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="9" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Manejo de Procesos de Reclamos</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Reclamo operacional</td> <td>Recepción y Registro</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Investigación y Análisis</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Conciliación y Respuesta</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Reclamo comercial no relativo a la facturación</td> <td>Recepción y Registro</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Investigación y Análisis</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Conciliación y Respuesta</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Reclamo Comercial Relativo a la Facturación</td> <td>Recepción y Registro</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Investigación y Análisis</td> </tr> <tr> <td>Etapa de Conciliación y Respuesta</td> </tr> </tbody> </table> <p>Escala de medición. Nominal</p> <p style="text-align: center;">VARIABLE 2: Satisfacción de los clientes</p> <p>La satisfacción de los clientes se encuentra básicamente ligada con la calidad de atención, en donde se debe tomar en cuenta las percepciones reales por parte de los clientes y las percepciones que sobre este se habían formado con anterioridad en la mentalidad del cliente. (Millones 2010).</p>	Variable	Dimensiones	Indicadores	Manejo de Procesos de Reclamos	Reclamo operacional	Recepción y Registro	Etapa de Investigación y Análisis	Etapa de Conciliación y Respuesta	Reclamo comercial no relativo a la facturación	Recepción y Registro	Etapa de Investigación y Análisis	Etapa de Conciliación y Respuesta	Reclamo Comercial Relativo a la Facturación	Recepción y Registro	Etapa de Investigación y Análisis	Etapa de Conciliación y Respuesta
Variable	Dimensiones	Indicadores																	
Manejo de Procesos de Reclamos	Reclamo operacional	Recepción y Registro																	
		Etapa de Investigación y Análisis																	
		Etapa de Conciliación y Respuesta																	
	Reclamo comercial no relativo a la facturación	Recepción y Registro																	
		Etapa de Investigación y Análisis																	
		Etapa de Conciliación y Respuesta																	
	Reclamo Comercial Relativo a la Facturación	Recepción y Registro																	
		Etapa de Investigación y Análisis																	
		Etapa de Conciliación y Respuesta																	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>H_o: No existe una relación directa ni significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016</p>																	
¿Cuál es el manejo de procesos de reclamos en EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016?	Conocer el manejo de procesos de reclamos en EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016?																		
¿Cuál es la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?	Calificar la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?																		
¿Cuál es la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?	Establecer la relación entre el reclamo operacional y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?																		
¿Cuál es la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?	Establecer la relación entre el reclamo comercial no relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016?																		

<p>¿Cuál es la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016?</p>	<p>Establecer la relación entre el reclamo comercial relativo a la facturación y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016?</p>		Definición operacional																			
			Variable II	Dimensiones	Indicadores																	
			Satisfacción de los clientes	Elementos Tangible	Infraestructura																	
					Personas																	
					Objetos																	
				Prestación del Servicio	Eficiencia																	
					Eficacia																	
					Efectividad																	
					Repetición																	
					Problemas																	
				Capacidad de respuesta	Horario de atención																	
					Duración de la atención																	
				Disposición del personal																		
			Seguridad	Actitud del personal																		
				Conocimiento																		
				Cortesía																		
			Empatía	Atención personalizada																		
			Escala de medición. Nominal																			
METODOLOGÍA		POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS																			
<p>Diseño de investigación. El diseño de la presente investigación es Descriptivo Correlacional ya que tiene como objetivo describir las variables objeto de estudio para luego establecer la relación entre ellas, lo cual se esquematiza de la siguiente manera:</p>  <p>Dónde: M: EMAPA San Martin S.A. Ox: Manejo de Procesos de Reclamos Oy: Satisfacción de los clientes R: Relación</p>		<p>POBLACIÓN. En la presente investigación la población estuvo conformada por la totalidad 9517 clientes que presentaron reclamos en el periodo de la investigación año 2016 divididos entre reclamos operacionales y reclamos comerciales.</p> <p>MUESTRA. La muestra obtenida para la presente investigación fue de 366 clientes que presentaron reclamos operacionales y comerciales en EMAPA San Martin S.A. Tarapoto año 2016.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1216 802 1391 834">Técnica</th> <th data-bbox="1391 802 1563 834">Instrumento</th> <th data-bbox="1563 802 1720 834">Alcance</th> <th data-bbox="1720 802 2056 834">Informante</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1216 834 1391 962">Encuesta</td> <td data-bbox="1391 834 1563 962">Cuestionario</td> <td data-bbox="1563 834 1720 962">Manejo de procesos de reclamos</td> <td data-bbox="1720 834 2056 962">366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1216 962 1391 1090">Acervo documentario</td> <td data-bbox="1391 962 1563 1090">Análisis de guía documental</td> <td data-bbox="1563 962 1720 1090">Manejo de procesos de reclamos</td> <td data-bbox="1720 962 2056 1090">Oficio N° 748 – 2016/SUNASS - 120</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1216 1090 1391 1217">Encuesta</td> <td data-bbox="1391 1090 1563 1217">Cuestionario</td> <td data-bbox="1563 1090 1720 1217">Satisfacción de los clientes</td> <td data-bbox="1720 1090 2056 1217">366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales</td> </tr> </tbody> </table>				Técnica	Instrumento	Alcance	Informante	Encuesta	Cuestionario	Manejo de procesos de reclamos	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales.	Acervo documentario	Análisis de guía documental	Manejo de procesos de reclamos	Oficio N° 748 – 2016/SUNASS - 120	Encuesta	Cuestionario	Satisfacción de los clientes	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales
Técnica	Instrumento	Alcance	Informante																			
Encuesta	Cuestionario	Manejo de procesos de reclamos	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales.																			
Acervo documentario	Análisis de guía documental	Manejo de procesos de reclamos	Oficio N° 748 – 2016/SUNASS - 120																			
Encuesta	Cuestionario	Satisfacción de los clientes	366 clientes atendidos por procesos de reclamos operacionales y comerciales																			

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 02: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario para Manejo de Procesos de Reclamos aplicado al Público.

Buen día/ buena tarde, el presente cuestionario tiene por objetivo conocer cómo se está dando el Manejo de Procesos de Reclamos de EMAPA San Martín. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

DATOS GENERALES

Sexo : Masculino Femenino Edad: _____

Cargo : _____ Tiempo de servicio: _____

Leyenda:

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

MANEJO DE PROCESO DE RECLAMOS								
DIMENSIÓN: RECLAMO OPERACIONAL				ESCALAS				
INDICADOR. Recepción y Registro				1	2	3	4	5
1	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martín S.A. identifica de manera rápida que su reclamo es de tipo operacional?							
2	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martín S.A. le brinda información suficiente sobre el tipo de problema operacional?							
3	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martín S.A. una vez identificado que su reclamo es de tipo operacional realiza el registro de su reclamo?							
INDICADOR: Etapa de Investigación y Análisis				1	2	3	4	5
4	¿El colaborador de la empresa le informa el tiempo que va a demorar la revisión de acuerdo al tipo de reclamo operacional?							
5	¿La empresa EMAPA San Martín S.A. le informa sobre las deficiencias que tiene la tramitación de su reclamo de tipo operacional?							

INDICADOR: Etapa de Conciliación y Respuesta		1	2	3	4	5
6	¿La empresa EMAPA San Martin S.A. le envía algún documento para avisarle sobre la reunión de conciliación para dar solución al reclamo operacional que usted presenta?					
7	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. le propone posibles soluciones a su reclamo de tipo operacional?					
8	¿La empresa le da algún documento que evidencie los resultados a su reclamo de acuerdo al tipo de reclamo operacional presentado					
DIMENSIÓN: RECLAMO COMERCIAL NO RELATIVO A LA FACTURACIÓN		ESCALAS				
INDICADOR: RECEPCIÓN Y REGISTRO		1	2	3	4	5
9	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. le pide sus datos antes de preguntarle sobre su reclamo?					
10	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. identifica de manera rápida que su reclamo es de tipo comercial no relativo a la facturación?					
INDICADOR: Etapa de Investigación y Análisis		1	2	3	4	5
11	¿El colaborador de la empresa le informa el tiempo que va a demorar la revisión y análisis de su reclamo de acuerdo al tipo de reclamo comercial no relativo a la facturación que presenta?					
12	¿La empresa EMAPA San Martin S.A. le informa sobre las inspecciones que va a realizar para recaudar información del tipo de reclamo comercial no relativo a la factura que ha presentado?					
INDICADOR: Etapa de Conciliación y Respuesta		1	2	3	4	5
13	¿La empresa EMAPA San Martin S.A. le envía algún documento para avisarle sobre la reunión de conciliación para dar solución al reclamo de tipo comercial no relativo a la facturación que usted presenta?					
14	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. le propone posibles soluciones a su reclamo de tipo comercial no relativo a la facturación?					
15	¿La empresa le da algún documento que evidencie los resultados a su reclamo de acuerdo al tipo de reclamo comercial presentado no relativo a la facturación?					
DIMENSIÓN: RECLAMO COMERCIAL RELATIVO A LA FACTURACIÓN		ESCALAS				

INDICADOR: Recepción y Registro		1	2	3	4	5
16	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. identifica de manera rápida que su reclamo es de tipo comercial relativo a la facturación?					
17	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. una vez identificado que su reclamo es de tipo comercial relativo a la facturación realiza el registro de su reclamo?					
18	¿El colaborador El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. una vez que registra su reclamo de tipo comercial relativo a la facturación le brinda el código con el que fue registrado su reclamo?					
INDICADOR: Etapa de Investigación y Análisis		1	2	3	4	5
19	¿El colaborador de la empresa le informa el tiempo que va a demorar la revisión y análisis de su reclamo de acuerdo al tipo de reclamo comercial relativo a la facturación que presenta?					
20	¿La empresa realiza la contrastación física del reclamo de tipo comercial relativo a la facturación que usted presenta?					
INDICADOR: Etapa de Conciliación y Respuesta		1	2	3	4	5
21	¿La empresa EMAPA San Martin S.A. le envía algún documento para informarle que debe estar presente en la reunión de conciliación para dar solución al reclamo de tipo comercial relativo a la facturación que presenta?					
22	¿El colaborador de la empresa EMAPA San Martin S.A. le propone posibles soluciones a su reclamo de tipo comercial relativo a la facturación?					
23	¿La empresa le da algún documento que evidencie los resultados a su reclamo de acuerdo al tipo de reclamo comercial presentado relativo a la facturación?					

Fuente: Elaboración Propia en base a la teoría planteada.

Cuestionario para la Satisfacción de los Clientes

Buen día/ buena tarde, el presente cuestionario tiene por objetivo conocer cómo se está dando la satisfacción de los clientes de EMAPA San Martín. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

DATOS GENERALES

Sexo : Masculino Femenino Edad: _____

Cargo : _____ Tiempo de servicio: _____

Leyenda:

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

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES							
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES			ESCALAS				
INDICADOR: Infraestructura			1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que el local en donde se desarrolla EMAPA S.A. es el adecuado?						
2	¿Con que frecuencia observa que el establecimiento de EMAPA S.A. se encuentra sucio y con sus paredes rayadas?						
INDICADOR: Personas			1	2	3	4	5
3	¿Considera usted que las personas que trabajan en EMAPA S.A. tienen pleno conocimiento de lo que realizan?						
4	¿Con que frecuencia al momento de solicitar información, el colaborador no sabe que decirle y no responde a su objeción?						
INDICADOR: Objetos			1	2	3	4	5
5	¿Con que frecuencia observa que los técnicos encargados de dar solución a los problemas existentes cuentan con las herramientas necesarias?						
6	¿Considera usted que los materiales que utiliza EMAPA son de calidad y se encuentran al alcance de los colaboradores?						
DIMENSIÓN: PRESTACIÓN DEL SERVICIO			ESCALAS				
INDICADOR: Eficiencia			1	2	3	4	5
7	¿Considera usted que los colaboradores de EMAPA desarrollan sus funciones de manera rápida y precisa cuando se les solicita?						
8	¿Con que frecuencia observa que el personal técnico al momento de atender su pedido no sabe qué hacer y se equivoca?						

INDICADOR: Eficacia		1	2	3	4	5
9	¿Al momento que realiza sus preguntas sobre sus dudas en cuanto al servicio que le brinda EMAPA el personal que le atiende resuelve esas dudas de manera clara?					
10	¿Con que frecuencia ha percibido el personal de EMAPA que le atiende tiene una manera comprensible de explicar la información solicitada?					
INDICADOR: Efectividad		1	2	3	4	5
11	¿Siente usted que el servicio que le brinda EMAPA es totalmente efectivo a sus necesidades?					
12	¿Al momento que realiza un reclamo le atienden de manera rápida, logrando solucionar el problema a tiempo?					
INDICADOR: Repetición		1	2	3	4	5
13	¿Con que frecuencia asisten los encargados de EMAPA a su casa para informar sobre lo que vienen implementando?					
14	¿Con que frecuencia le llega recibos de agua con costos elevados?					
INDICADOR: Problemas		1	2	3	4	5
15	¿Con que frecuencia cortan el agua sin aviso previo?					
16	¿Considera usted que EMAPA no toma en cuenta sus reclamos o quejas?					
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA		ESCALAS				
INDICADOR: Horario de atención		1	2	3	4	5
17	¿Con que frecuencia al momento de asistir a EMAPA en horas laborables y lo ha encontrado cerrado?					
18	¿Considera que el horario de atención de EMAPA es el más adecuado?					
INDICADOR: Duración de la atención		1	2	3	4	5
19	¿Al momento que acuden a brindarle la atención solicitada lo hace de manera rápido?					
20	¿Cuándo hace algún reclamo, EMAPA emite disculpas y atiende su necesidad de manera oportuna?					
INDICADOR: Disposición del personal		1	2	3	4	5
21	¿Con que frecuencia el personal que trabaja en EMAPA tiene disposición para atender su pedido?					
22	¿El personal le muestra atención al momento de hacerle llegar su queja?					
DIMENSIÓN: SEGURIDAD		ESCALAS				
INDICADOR: Actitud del personal		1	2	3	4	5
23	¿Con que frecuencia observa que el personal técnico que acude a atender su solicitud lo hace de manera adecuada y mostrando interés?					
24	¿El personal que le atiende en EMAPA es atento y amable con usted?					
INDICADOR: Conocimiento		1	2	3	4	5

25	¿Considera usted que el personal que labora en EMAPA tiene los conocimientos necesarios para atender a sus preguntas?					
26	¿El personal técnico que acude a resolver problemas que se presenten en cuanto a las tuberías, tiene conocimiento sobre ese tipo de problemas?					
INDICADOR: Cortesía		1	2	3	4	5
27	¿Con que frecuencia ha observado que el personal le brinda una atención amable, respondiendo de manera cortés cada una de sus inquietudes?					
28	¿Con que frecuencia ha observado que el personal técnico de EMAPA está de mal humor y le responde de manera déspota?					
DIMENSIÓN: EMPATÍA		ESCALAS				
INDICADOR: Atención personalizada		1	2	3	4	5
29	¿Con que frecuencia el personal técnico de EMAPA le brinda una atención de manera personal con el fin de solucionar su problema?					
30	¿Considera usted que EMAPA debe tomar más consideración con sus reclamos y quejas y asignar personal para que resuelva su queja sin ningún apuro, con el fin de que realice bien su trabajo?					

Fuente: Elaboración propia en base a la teoría planteada.

Anexo N° 03: Ficha de validación de juicio de expertos

INFORME DE OPINIÓN RESPECTO A INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Apellidos y Nombres del experto : *Burgos Burdales, Roger*
 Institución donde labora : *UCV*
 Instrumento motivo de evaluación : *Cuestionario*
 Autora del instrumento : *Br. Analyn García Torres.*

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia y está contextualizado al ámbito cultural científico y tecnológico e institucional inherente a los problemas de conducta y su repercusión en el aprendizaje.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual de las variables en todas sus dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad en la redacción				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para medir evidencias inherentes al problema planteado de los sujetos muestrales.					X
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá, mediante los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre las variables, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	Los ítems son aplicables y apropiados para los sujetos muestrales considerados en la investigación.				X	
SUBTOTAL						
TOTAL						<i>48</i>

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Puede aplicarse los instrumentos, son convalidables

PROMEDIO DE VALORACIÓN: *48* puntos):

Tarapoto, Octubre del 2016

Roger
Mg. Roger Burgos Burdales
 CLAD: 9264

Apellidos y Nombre:
 DNI N° *07497178*

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto : Ing Mg Andi Lozano Chung.
 Institucion donde labora : GERENTE TUSAN INGENIEROS CONSULTORES S.A.C
 Instrumento Motivo de la Evaluación : Cuestionario
 Autor del Instrumento :Br. Analyn García Torres

II. ASPECTOS DE VALIDACION

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales				X	
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia y es pertinente al contexto cultural, científico, tecnológico y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual de las variables en todas sus dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad en la redacción.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para medir las evidencias inherentes al problema planteado de los sujetos muestrales					X
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá, mediante los ítems, permitira analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre la variable, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGIA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	Los ítems son aplicables y apropiados para los sujetos muestrales considerados en la investigación.					X
SUBTOTAL						
TOTAL						49

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

Se recomienda la aplicación del instrumento

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN: (49 puntos)

Tarapoto , noviembre del 2016.


Mg. Andi Lozano Chung
GERENTE GENERAL

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto : Ing Mg Karen Bartra Perea
 Institucion donde labora : EMAPA SAN MARTIN S.A
 Instrumento Motivo de la Evaluación : Cuestionario
 Autor del Instrumento : Br. Analyn García Torres

II. ASPECTOS DE VALIDACION

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades				X	
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia y es pertinente al contexto cultural, científico, tecnológico y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual de las variables en todas sus dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad en la redacción.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para medir las evidencias inherentes al problema planteado de los sujetos muestrales					X
CONSISTENCIA	La información que se obtendra, mediante los ítems, permitira analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre la variable, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGIA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	Los ítems son aplicables y apropiados para los sujetos muestrales considerados en la investigación.				X	
SUBTOTAL						
TOTAL					48	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

Se recomienda la aplicación del instrumento

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN: (48 puntos)

Tarapoto , noviembre del 2016.



Ing. Mg. Karen Bartra Perea
 REG. CIP. N° 116341

Anexo N° 04: Constancia de aplicación de instrumentos



CONSTANCIA DE INFORMACIÓN PROPORCIONADA

LA GERENCIA COMERCIAL DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y
ALCANTARILLADO DE SAN MARTÍN SOCIEDAD ANÓNIMA.

HACE CONSTAR:

Que la Maestrante ANALYN GARCÍA TORRES, alumna de la escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, en el mes de Octubre del a solicitado información correspondiente al registro de nuestros usuarios que presentaron Reclamos Operacionales, Reclamos Comerciales no relativo a la Facturación y Reclamos Comerciales relativos a la Facturación, para desarrollar el trabajo de investigación referente su tesis de grado "Manejo de Procesos de Reclamos y Satisfacción de los Clientes EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016"

Se le expide la presente a solicitud de la interesada para los fines que crea conveniente.

Tarapoto 12 de octubre del 2016.



emapa san martin
SOCIEDAD ANONIMA
ING Mergot Vázquez Panduro
GERENTE COMERCIAL

Anexo N° 05: Evidencias fotográficas



Recojo de Información con la Gerente Comercial de EMAPA San Martin S.A

Anexo N° 06: Formatos



FORMATO 1

Formato de Solicitud de Atención de Problemas Particulares Comerciales no Relativos a la Facturación y Problemas Operacionales

N° DE SUMINISTRO	<input type="text"/>	CÓDIGO DE SOLICITUD N°	<input type="text"/>
MODALIDAD DE ATENCIÓN DE LA SOLICITUD (Escrito/Telefono/Web) <input type="text"/>			
MOMENTO DE REGISTRO DE SOLICITUD		/ /	HORA <input type="text"/>
NOMBRE DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE			
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, LE, CI) <input type="text"/>			
RAZÓN SOCIAL <input type="text"/>			
DATOS DEL SOLICITANTE			
(Calle, Jirón, Avenida)		N°	Mz
(Urbanización, barrio)		Dietrio	
Teléfono		Correo electrónico (obligatorio para solicitud via web)	
INFORMACIÓN DE LA SOLICITUD			
BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA PRESENTADO			
PROBLEMAS COMERCIALES NO RELATIVOS A LA FACTURACIÓN			
A Problemas relativos al acceso del servicio			
1	La instalación de conexión domiciliaria no se ha realizado en el plazo establecido.		
2	Desacuerdo con informe negativo de factibilidad del servicio.		
3	No se admite a trámite la solicitud.		
4	El servicio prestado no responde a las condiciones contenida en el estudio de factibilidad, el cual forma parte integrante del contrato de prestación de servicios.		
5	No se suscribe contrato de prestación de servicios.		
6	Otros problemas relativos al contrato.		
7	EPS no emite informe de factibilidad dentro del plazo.		
B Problemas relativos a la micromedición			
1	El reclamante adquiere un medidor de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento de Calidad de los Servicios de Saneamiento, solicita a la EPS su instalación en su conexión domiciliaria, habiendo realizado el pago del servicio colateral correspondiente a la instalación de la conexión, y la EPS no realiza la instalación en el plazo establecido.		
2	La reinstalación del medidor no se ha realizado en el plazo establecido.		
3	El medidor ha sido retirado sin previa comunicación al usuario.		
4	El medidor ha sido retirado por razones distintas a su mantenimiento, contrastación o reposición.		
5	EPS instala medidor sin aferción inicial o sin entregar al usuario el resultado de la aferción inicial.		
C Problemas relativos a cortes indebidos			
1	El corte o la suspensión del servicio han sido realizados sin causa justificada.		
2	La rehabilitación de un servicio cerrado no se ha realizado en el plazo establecido, a pesar de cesar la causa de cierre.		
D Falta de entre de recibos			
E Problemas relativos a la información			
1	No entregar al usuario la información que de manera obligatoria establece la SUNASS.		
PROBLEMAS OPERACIONALES			
A Filtraciones			
1	Filtración de aguas externas hacia el predio.		
B Problemas en el servicio de agua potable			
1	Fugas en conexión domiciliaria.		
2	Negativa de la EPS a realizar mantenimiento por deterioro o daño de caja de medidor o de conexión domiciliaria.		
3	Negativa de la EPS a realizar la reubicación de la conexión domiciliaria que cuenta con estudio de factibilidad favorable.		
4	Negativa de la EPS a realizar ampliación de diámetro que cuenta con estudio de factibilidad positivo.		
C Problemas en el servicio de alcantarillado			
1	Aforo en conexión de alcantarillado.		
2	Negativa de la EPS a realizar mantenimiento por deterioro o daño de caja de registro o de conexión domiciliaria.		
3	Negativa de la EPS a realizar ampliación de diámetro que cuenta con estudio de factibilidad positivo.		
4	Negativa de la EPS a realizar la reubicación de la conexión domiciliaria que cuenta con estudio de factibilidad favorable.		
NOTA: Lista de problemas es referencial			
CONFORMIDAD DEL SOLICITANTE			
Mediante el presente, yo..... identificado con DNI N°..... declaro estar conforme con la solución de la EPS..... al problema presente, descrito en la presente solicitud.			

FORMATO 2
Presentación del Reclamo

N° DE SUMINISTRO <input style="width: 150px;" type="text"/>		CODIGO DEL RECLAMO N° <input style="width: 150px;" type="text"/>	
NOMBRE DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE		Teléfono <input style="width: 150px;" type="text"/>	
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, LE, CI) <input style="width: 150px;" type="text"/>			
RAZÓN SOCIAL <input style="width: 100%;" type="text"/>			
UBICACIÓN DEL PREDIO			
DIRECCION		N°	Mz
(Urbanización, barrio)		Provincia	Distrito
DOMICILIO PROCESAL			
(Calle, Jirón, Avenida)		N°	Mz
(Urbanización, barrio)		Provincia	Distrito
Código Postal	Teléfono / Celular	Correo Electrónico (obligatorio para reclamos via web)	
TIPO DE RECLAMO (Indique la letra del tipo de reclamo)			
Tipo de reclamo (ver lista en reverso) <input style="width: 100px;" type="text"/>			
BREVE DESCRIPCION DEL RECLAMO (meses reclamados, montos, etc. en lo aplicable)			
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
SUCURSAL / ZONAL <input style="width: 100%;" type="text"/>			
ATENDIDO POR <input style="width: 150px;" type="text"/>		FIRMA <input style="width: 100px;" type="text"/>	
FUNDAMENTO DEL RECLAMO (En caso de ser necesario, se podrán adjuntar páginas adicionales)			
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>			
RELACION DE PRUEBAS QUE SE PRESENTAN ADJUNTAS			
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
LA EPS ENTREGA CARTILLA INFORMATIVA		SI	<input style="width: 50px;" type="text"/>
		NO	<input style="width: 50px;" type="text"/>
DECLARACION DEL RECLAMANTE (aplicable a reclamos por consumo medido): Solicito la realización de prueba de constatación y acepto asumir su costo, si el resultado de la prueba indica que el medidor no sobregregistra.		SI	<input style="width: 50px;" type="text"/>
		NO	<input style="width: 50px;" type="text"/>
INFORMACION A SER COMPLETADA POR LA EPS			
INSPECCION INTERNA Y EXTERNA	FECHA	HORA (RANGO DE 2 HORAS)	
CITACION A REUNION	FECHA	HORA	
FECHA MAXIMA DE NOTIFICACION DE LA RESOLUCION	(DD / MM / AA)	<input style="width: 100px;" type="text"/>	
<input style="width: 150px; height: 30px;" type="text"/> Firma del reclamante	<input style="width: 80px; height: 30px;" type="text"/> Huella digital * (Indice derecho)	<input style="width: 150px; height: 30px;" type="text"/> Fecha	
* En caso de no saber firmar o estar impedido bastará con la huella digital.			

Anexo N° 07: Folletos

FOLLETO DE LA SUNASS ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO DE RECLAMOS.

• Recibos con facturación elevada

• Cortes imprevistos en el servicio

• La EPS no quiere aceptar tu reclamo

¿Tienes un problema con tu servicio de agua potable?

• Colapsos en redes de agua y desagüe

• ¿Tiene problemas con el servicio de agua potable?

Sunass
IEI regulador del agua potable

NUESTRAS OFICINAS A TU SERVICIO

LIMA
Av. Bernardo Monteagudo 210 / Magdalena
Fono Sunass: 6143180 y 6143181
sunass@sunass.gob.pe
Horario de atención de 8:30 a.m. y 5:00 p.m.

LIMA NOROCCIDENTAL
Calle Prolong. Ayabaca
Ll. 13 Mz. H-4 Urb. San Isidro
Cercado de Ica
(056) 73 - 8564
ica@sunass.gob.pe

ICAJ
Calle Ricardo Palma 167 - Cercado de Iquitos
(065) 60 - 0606
iquitos@sunass.gob.pe

PIURA
Calle Junín N° 1016 - Cercado de Piura
(073) 30-3755
piura@sunass.gob.pe

PUNO
Av. La Torre N° 449 - Cercado de Puno
(051) 36-4505
puno@sunass.gob.pe

TRUJILLO
Pasaje Gerónimo de la Torre 210 Urb. Las Quintanas - Cercado de Trujillo
(044) 22-7534
trujillo@sunass.gob.pe

TUMBS
Av. Bolognesi 333 - Cercado de Tumbes
(072) 52-1847
tumbes@sunass.gob.pe

LIMA NOROCCIDENTAL
Calle Prolong. Ayabaca
Ll. 13 Mz. H-4 Urb. San Isidro
Cercado de Ica
(056) 73 - 8564
ica@sunass.gob.pe

AREQUIPA
Urb. Caballero María Mz. H Lote 18 - Cercado de Arequipa
(054) 22-0628
arequipa@sunass.gob.pe

AYACUCHO
Jr. Lima 145 int. 7 - Huamanga
(066) 31-8686
ayacucho@sunass.gob.pe

CUISCO
Centro Comercial Los Ruiseñores
Portal de Pines 123 - Ofic. 104
Plaza de Armas del Cuisco
(084) 26-4234
cuisco@sunass.gob.pe

HUANUCAYO
Jr. Loreto 786 - Cercado de Huanucayo
(084) 20-2343
huanucayo@sunass.gob.pe

TACNA
Calle Varela 123 int. 8 Cercado de Tacna
(052) 24 - 5836
tacna@sunass.gob.pe

Linea gratuita para provincia
0800 00 121

www.sunass.gob.pe
@sunassperu

¿Qué hacer si hay un colapso EN LAS TUBERÍAS DE AGUA Y DESAGÜE?

- > **Reporta el hecho** a la EPS de manera inmediata, a los números telefónicos señalados en tu recibo.
- > **Si no recibes** respuesta de la EPS llama al Fono SUNASS.
- > **Recuerda que no** debes botar a la alcantarilla del desagüe basura u otro desecho sólido, grasas o líquidos corrosivos, pues deterioran la tubería.
- > **Si debido** al colapso de una tubería de agua o alcantarillado, se registra una inundación que afecte predios (hogares y negocios), la EPS debe activar su seguro de responsabilidad civil para indemnizar a los afectados.

¿Qué hacer si tienes problemas CON LA CALIDAD DE AGUA POTABLE que brinda la EPS?

- > **Llama** de inmediato a la EPS.
- > **Si no recibes** la respuesta oportuna, llama a la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) o a la Dirección Regional de Salud (DIRESA), instituciones encargadas de supervisar y fiscalizar la calidad del agua potable.
- > **Reporta el hecho** al Fono SUNASS.
- > **Recuerda que los** principales focos de contaminación son los recipientes donde se almacena el agua potable (tanques elevados, cisternas, barriles, baldes, etc.), por lo que recomendamos su periódica limpieza y mantenimiento.

¿Quiénes somos?

La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS) es el organismo regulador que aprueba las tarifas, norma, supervisa y fiscaliza a las 50 Empresas Prestadoras de Servicios de Saneamiento (EPS), que brindan el servicio de agua potable, alcantarillado y tratamiento de aguas servidas a nivel nacional.

SUNASS cuenta con un Tribunal de Solución de Reclamos (TRASS) que, en segunda y última instancia administrativa, resuelve las controversias surgidas entre la empresa de agua potable y los usuarios.

Sunass
IEI regulador del agua potable

¿Qué hacer si tu recibo registra un CONSUMO que consideras muy ELEVADO?



- > **Verifica si en casa** hay fugas en las conexiones de agua (cocina, baños, tanque elevado, etc.).
- > **Si consideras que** el consumo elevado no se debe a razones de fuga interna, puedes iniciar un proceso de reclamo ante la EPS.
- > **Tienes un plazo máximo** de 60 días calendario, contados desde la fecha de vencimiento de tu recibo, para iniciar el proceso de reclamo.
- > **La EPS tiene un plazo** máximo de 40 días útiles para resolver tu reclamo.
- > **Si tu reclamo** es denegado, puedes interponer un recurso de reconsideración aportando nuevas pruebas (puedes solicitar la contrastación de tu medidor, indicar el corte del servicio en la zona u otros).
- > **Si no estás** conforme con el resultado, puedes apelar y la EPS enviará tu expediente al TRASS de SUNASS.



- > **El TRASS** tiene hasta un plazo máximo de 35 días útiles para resolver finalmente tu reclamo.

¿Qué hacer si la EPS TE CORTA EL SERVICIO DE AGUA?



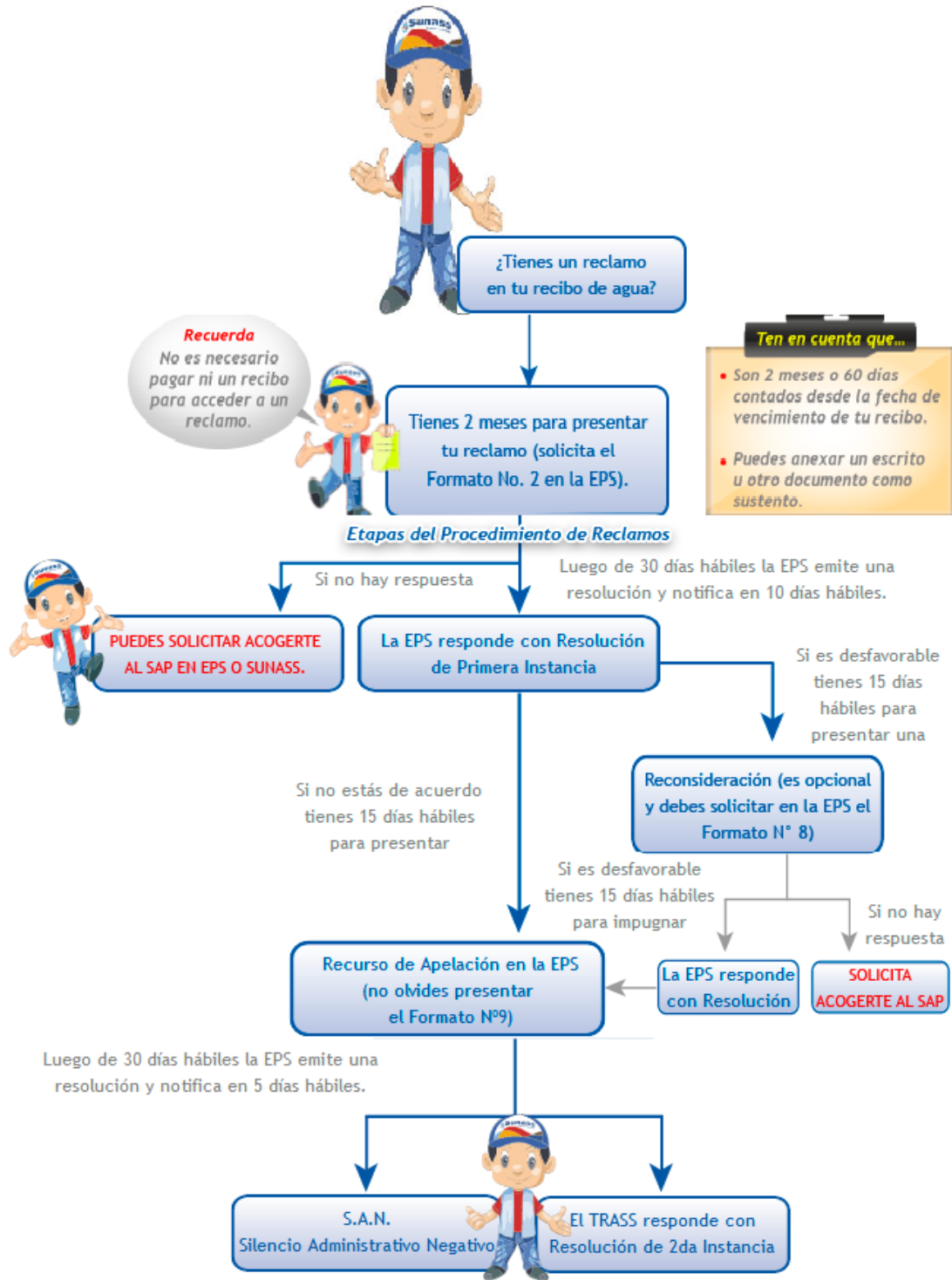
- > **Verifica si estás** al día en tus pagos. Recuerda que si dejas de pagar dos recibos de manera consecutiva, la EPS te cortará el servicio y deberás pagar adicionalmente los costos de corte y reconexión.
- > **Si estás al día** en tus pagos, reporta inmediatamente el corte a la EPS, que debe informarte el motivo y la hora en que se restablecerá el servicio.
- > **Si la EPS no te atiende**, comunícate con nosotros al Fono SUNASS para reportar el hecho. Ten a la mano el número de tu suministro.
- > **Recuerda que la EPS** debe de informarte con anticipación los cortes programados.
- > **Si se registran** problemas operativos que obligan a la EPS a suspender el servicio por más horas, la EPS debe suministrarte el agua potable a través de camiones cisterna.

¿Qué hacer si la EPS NO QUIERE ACEPTAR TU RECLAMO y te condiciona a "pagar primero y reclamar después"?



- > **Reporta el hecho** a SUNASS (vía telefónica o correo electrónico). La EPS tiene la obligación de recibir tu reclamo y no exigerte ningún pago.
- > **Recuerda que la EPS** no debe exigerte el pago del recibo hasta que culmine el proceso de reclamo.

Etapas del Procedimiento de Reclamos



FIN DE LA VIA ADMINISTRATIVA

CONSTANCIA DE CULMINACIÓN DE TESIS



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

CONSTANCIA DE CULMINACIÓN DE TESIS

La Gerencia Comercial de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de San Martín Sociedad Anónima - EMAPA SAN MARTÍN S.A.

HACE CONSTAR:

Que la Sra. ANALYN GARCÍA TORRES, identificada con DNI N°01163361, estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo – Filial Tarapoto, realizó en esta institución su tesis de grado titulado: "**Manejo de Procesos de Reclamos y Satisfacción de los Clientes EMAPA San Martín S.A Tarapoto año 2016**", de manera que queda autorizado para recabar información para uso exclusivamente de investigación.

Asimismo conforme al citado documento, se deja constancia de que la estudiante ha cumplido en hacer llegar a nuestra institución un ejemplar de su tesis contribuyendo así al desarrollo de nuestra entidad.

Se expide la presente, a solicitud del interesado agradeciendo por los trabajos realizados en nuestra institución.

Tarapoto, 10 de enero del 2017.



Marta Isabel García Hidalgo
Ing. Marta Isabel García Hidalgo
GERENTE GENERAL
emapa san martin S.A.