



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

**Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa  
Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022**

**TESIS PARA OBTENER GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestro en Gestión Pública**

**AUTOR:**

Br. Centeno Medina, Fredi ([orcid.org/0000-0002-4278-1891](https://orcid.org/0000-0002-4278-1891))

**ASESOR:**

Dr. Galindo Heredia, Jose Antonio ([orcid.org/0000-0002-8986-570X](https://orcid.org/0000-0002-8986-570X))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de políticas públicas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

A mi esposa Anahí, a mi hija Anel, mis hijos Daniel y Álvaro, pues son el motor de mis luchas y deseos de superación, a mis padres por darme la oportunidad de siempre superarme.

## **Agradecimiento**

Mi agradecimiento especial a mi esposa, compañera y cómplice en este proceso de superación, por su valentía y optimismo a seguir adelante, a mis hijos por entender y apoyarme con su carisma y amor.

A mis docentes que emplearon múltiples técnicas de enseñanza aprendizaje con modalidades distintas en este nuevo contexto de educación virtual.

A mi asesor Mg. José Antonio Galindo Heredia por su gran apoyo y soporte en este proceso.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de Tablas.....	v
Resumen .....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	13
3.2. Variables y operacionalización. ....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	16
3.5. Procedimientos. ....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN .....	23
VI. CONCLUSIONES.....	27
VII. RECOMENDACIONES .....	28
REFERENCIAS .....	29
ANEXOS .....	34

## Índice de tablas

Tabla 1: Distribución de Clientes de Electro sur este por localidades del distrito de Saylla.....	15
Tabla 2: Distribución de frecuencias para la variable Calidad del servicio .....	19
Tabla 3: Distribución de frecuencias para la variable Satisfacción del cliente.....	20
Tabla 4: Resultados para la prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov .....	21
Tabla 5: Interpretación de la correlación de Spearman .....	21
Tabla 6: Análisis de correlación entre las variables calidad de servicio y Satisfacción del cliente.....	22
Tabla 7: Análisis de correlación entre la dimensión calidad organizativa y la variable Satisfacción del cliente.....	23
Tabla 8: Análisis de correlación entre la dimensión calidad operativa y la variable satisfacción del cliente.....	24
Tabla 9: Análisis de correlación entre la dimensión calidad de alumbrado público y la variable satisfacción del cliente.....	25

## Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar en qué medida se relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, 2022, para lo cual se realizó un estudio con enfoque cuantitativo, siendo básico por su propósito y no experimental por su diseño, fue de tipo descriptivo correlacional y transversal según su temporalidad.

La muestra para la presente investigación estuvo conformada por 336 clientes de la empresa Electro Sur Este en el año 2022, muestra extraída de manera aleatoria de la población de estudio, a quienes se aplicó dos cuestionarios mediante la técnica de la encuesta para recolectar datos, cuestionarios sobre calidad del servicio y satisfacción del cliente, que fueron debidamente validados y sometidos a análisis de confiabilidad.

Los resultados de la investigación permitieron concluir que existe relación significativa entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, lo cual se evidencia a partir de la prueba de hipótesis para la correlación de Spearman, en la que se obtuvo el valor de 0.704, valor que muestra una correlación alta y directa entre dichas variables.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, satisfacción, cliente, empresa

## **Abstract**

The objective of this research was to determine to what extent the quality of service and customer satisfaction of the company Electro Sur Este in the district of Saylla Cusco, 2022 are related, for which a study was conducted with a quantitative approach, being basic for its purpose and non-experimental in its design, which was descriptive, correlational and cross-sectional according to its temporality.

The sample for this research consisted of 3336 customers of the company Electro Sur Este in the year 2022, a sample that was randomly drawn from the study population, to whom two questionnaires were applied using the survey technique for data collection, service quality questionnaires and customer satisfaction questionnaire, which were duly validated and subjected to reliability analysis.

The results of the research allowed concluding that there is a significant relationship between service quality and customer satisfaction in the company Electro Sur Este in the district of Saylla Cusco, which is evidenced in the Spearman correlation hypothesis test, in which the value of 0.704 was obtained, a value that shows a high and direct correlation between these variables.

Key words: Quality, service, satisfaction, customer, company.

## I. INTRODUCCIÓN

La tecnología electrónica a nivel mundial, hace que la vida cotidiana cambie con la aparición constante de tecnologías nuevas, es así que el mundo moderno necesita de energía eléctrica continua, lo que le permite fluir en rumbo acelerado, pues es una necesidad de suma importancia para la comunicación e incluso la comercialización de productos mercantiles, además las familias lo requieren cada vez más, los aparatos y equipos electrodomésticos se hacen cada vez más indispensables en cada hogar y requieren del suministro continuo y con calidad de energía eléctrica.

Por lo tanto, las empresas que proveen este servicio procuran hacerlo en forma continua y con calidad a sus clientes, de modo que el servicio es durante las 24 horas del día y los 365 días del año, lo que requiere la labor de un considerable número de recursos humanos y materiales, sin importar el clima o el ambiente para que la energía sea continua. Según Mateos (2019) Calidad de servicio es un conglomerado de acciones que aplican las entidades para atender los requerimientos y expectativas de los clientes y así ofertarles servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el cliente se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido. Es así que Yoon y Cheon (2020) menciona que el servicio de calidad es un juicio de valor que hace el cliente en relación a un servicio, lo que implica que, un servicio debe darse sin errores.

Según el INEI (2017) el porcentaje de viviendas con acceso a energía eléctrica a nivel nacional alcanza al 92,3%, quedando aún una brecha de 7 % de familias que no satisfacen esta necesidad básica; en la Región Cusco el servicio llega a un 91% de los pobladores quedando pendiente quienes residen en localidades más alejadas e inaccesibles. En el distrito de Saylla el servicio cubre a un 95 % de toda la población Electro sur este S.A.A. (2020), por ende, se evidencia que, a pesar de ser un servicio básico, todavía existen familias que no cuentan con el servicio, por tanto, no se benefician de la tecnología, la comunicación y otros beneficios que trae la energía eléctrica.

Respecto al cliente, se puede observar diversas manifestaciones, de insatisfacción como: Desconfianza, inseguridad, malestar en cuanto a la calidad del producto, es decir las interrupciones por cortes de energía eléctrica, las



facturaciones y lecturas de consumo que consideran inapropiadas, debido a diversas situaciones como la falta de información adecuada o servicios con mejor trato, respuesta tardía a sus necesidades e incumplimiento de compromisos.

Luego de la descripción problemática, se formula la siguiente pregunta ¿En qué medida la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022? y como problemas específicos: ¿En qué medida se relaciona la calidad organizativa con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022?, ¿En qué medida se relaciona la calidad del producto con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022? y ¿En qué medida se relaciona la calidad de alumbrado público con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022?.

Así mismo la justificación teórica considera que la presente investigación tendrá un aporte respecto a calidad de servicio y satisfacción del cliente, sobre todo en una población que consume servicios de energía eléctrica, reafirmando teorías existentes, además tiene relevancia social, puesto que se centra en conocer la satisfacción del cliente consumidor de servicios de electricidad, La justificación práctica es porque se hace el estudio en una población de quintil 3, es decir pobladores del distrito de Saylla, como muchas que existen en el país, relacionado a la calidad de servicio que brinda la empresa Electro Sur Este, considerando además que es un servicio básico, de necesidad prioritaria en el consumidor, en ese entender esta investigación alcanzará los resultados y brindará apoyo a la institución de modo que las autoridades tomen decisiones en su beneficio y por ende de los clientes, quienes se beneficiarán con el servicio de forma permanente.

Del mismo modo la justificación metodológica es porque este estudio podrá servir de base a otros estudios que tengan la intención de mejorar y brindar calidad en sus servicios en bien de la sociedad.

El objetivo general planteado, es determinar en qué medida se relacionan la calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022 y los objetivos específicos son: Determinar en qué medida se relacionan la calidad organizativa con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022, Determinar en qué

medida se relacionan la calidad del producto con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022 y determinar en qué medida se relacionan la calidad de alumbrado público con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022.

Del mismo modo se plantea la siguiente Hipótesis General, la calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa electro sur este en el distrito de Saylla, cusco, 2022 y como hipótesis específicas : La calidad organizativa se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco, 2022, La calidad operativa se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco, 2022 y la calidad de alumbrado público se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco, 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se describe los antecedentes del estudio: A nivel internacional, se aprecian los trabajos de investigación de Maggi (2018), Ganga y Alarcón (2019), Toala e Hinojosa (2021), Villacrés (2020) y Reyes y Zavala (2021), quienes abordan, investigaciones respecto a relación entre calidad de servicio y satisfacción de clientes.

Según, Maggi (2018) realizó un estudio analítico, tipo transversal de un Hospital de Ecuador, el objetivo fue: Medir calidad de atención relacionado a la satisfacción que conlleva ello hacia los usuarios, para ello la muestra se constituyó de 357 pacientes, aplicando el método SERVQUAL, con la utilización de encuestas, hacia los clientes, obteniendo como resultados: Las dimensiones de la calidad, que mayor insatisfacción promueven en la satisfacción en el cliente, son la fiabilidad, tangibilidad, empatía y seguridad, en tanto, la capacidad de respuesta se considera como medianamente satisfecho, concluye en que el servicio no alcanza plenamente garantía al paciente y la atención es de nivel bajo en relación a calidez y trato.

Así también Ganga y Alarcón (2019) estudiaron la Calidad de servicio en el tribunal penal en Chile, un estudio cuantitativo, descriptivo, transversal, aplicando el método SERVQUAL cuyo objetivo fue identificar resultados que tengan relación con la calidad de servicios, basados en la percepción del usuario, los resultados a los que llegó fueron: el nivel de calidad fue negativo porque no superó las expectativas de los clientes.

Del mismo modo Toala e Hinojosa (2021) estudiaron la calidad de prestación de servicios relacionado a la satisfacción que presenta el usuario de una empresa hotelera de Guayaquil, teniendo como propósito medir la satisfacción de sus clientes como resultado de la calidad de servicios prestados, para tal fin, utilizaron un cuestionario con el método servqual, fue un estudio de tipo no experimental, transversal, obteniendo como resultado que el grado de satisfacción del cliente estuvo satisfecho y muy satisfecho, demostrándose que el área de servicio de alimentos es el que presentó menor grado de calidad de servicio, estos resultados favorecen al hotel estudiado, pero a la vez dan luces a administradores de otros hoteles respecto a parámetros a considerar e incrementar en los clientes el nivel de satisfacción y tener ventaja competitiva por medio de la calidad del servicio.

Así mismo, Villacrés (2020) estudió sobre la satisfacción que presenta el cliente externo como respuesta a la calidad del servicio, estudio realizado en una entidad de apoyo al diagnóstico del sector salud en Ecuador, cuyo objetivo fue determinar el nivel de satisfacción del usuario como repercusión del nivel de la calidad del servicio, la muestra estuvo constituida por 286 clientes externos, fue un estudio cuantitativo, no experimental, transversal y para las encuestas aplicó el método Servqual, las principales conclusiones a las que llegó fueron: Más del 90 % de los usuarios están satisfechos y la calidad está en nivel alto, los costos están por debajo de los costos en relación a otras entidades, lo que genera satisfacción en el usuario.

Del mismo modo Reyes y Zavala (2021) realizaron un estudio en una entidad pública de servicios de agua potable en Ecuador, el objetivo fue evaluar la calidad de servicio en relación a la satisfacción del cliente, el estudio fue de diseño no experimental, de tipo descriptivo y el enfoque fue cuantitativo, 326 clientes constituyeron la muestra, se obtuvo información a través del método SERVQUAL, los resultados concluyentes fueron: la imagen y actitud adecuadas, la inmediata respuesta y el buen trato son factores de importancia en la calidad de servicio y la correspondencia en la satisfacción del usuario como es la satisfacción respecto a tiempos de atención y resolución pronta ante los reclamos, por lo tanto la correlación es positiva entre ambas variables, demostrándose que existe relación positiva y significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente.

A nivel nacional se seleccionan otros estudios que abordan la calidad del servicio relacionado al nivel de satisfacción del cliente, como Capaquira (2019), Saez (2019), Carhuapoma y Caro (2019), Morocho (2019), Perez y Pilar (2018) y Vilca et al. (2021) quienes hicieron estudios en diferentes regiones de Perú.

Capaquira (2019) estudió la calidad de servicio, relacionado al nivel de satisfacción de los clientes de una entidad, que presta servicios de electricidad en el distrito de Tacna, fue un estudio básico, de nivel relacional y no experimental, utilizando una muestra de 376 clientes, el propósito planteado fue, relacionar la satisfacción del cliente con la calidad del servicio, los resultados obtenidos fueron: El mayor porcentaje de clientes percibe que la satisfacción del cliente es moderada y la calidad de servicio resultó ser moderada, se deduce entonces que la relación entre Calidad de servicio y la satisfacción del cliente es significativa. Respecto a la

dimensión calidad de suministro resultó ser significativa la satisfacción, así mismo existe relación significativa entre la dimensión calidad de alumbrado público, calidad del servicio: y satisfacción del usuario en la entidad regional de electricidad

Del mismo modo Aguirre y Saez (2019) en el estudio realizado sobre calidad de servicios eléctricos, relacionados a Satisfacción de los Clientes en la localidad de Satipo, planteó como propósito determinar, si existe relación entre las variables, fue un estudio de, diseño transeccional, descriptivo, utilizando una población de 332 clientes, concluyendo, en que más de la mitad de los usuarios, tienen elevada satisfacción, relacionada a la calidad del servicio de electricidad, por lo que se puede decir que los usuarios, manifiestan satisfacción respecto al servicio recibido.

Así mismo Carhuapoma y Caro (2019), estudiaron respecto, a cómo la variable calidad de atención, influye en la variable satisfacción del usuario, en la Oroya de la región Junín, planteando como propósito, Evaluar el grado de afectación, del nivel de calidad de los servicios, respecto a la satisfacción de los clientes; es una investigación de tipo cuantitativa, nivel explicativo, no experimental, aplicó, la encuesta a 374 clientes, que es el tamaño de la muestra, la conclusión a la que se llegó fue la siguiente: La satisfacción del cliente resultó estar bajo la injerencia de la calidad del servicio, ya que una gran parte de los clientes, indica una satisfacción de nivel alto en relación al servicio.

De igual manera Morocho (2019) realizó una investigación con clientes de la empresa Alpecorp SA. Respecto a la relación entre satisfacción del cliente y calidad de servicio, el estudio fue correlacional, no experimental y transversal, para la encuesta se aplicó el método SERVQUAL, la muestra estuvo constituida por 69 clientes, se obtuvo los siguientes resultados por medio de Spearman siendo el resultado 0.821 que demuestra la existencia de una relación directa y significativa entre las variables.

Por su parte Perez y Pilar (2018) Hicieron una investigación en clientes del planetario del Instituto geofísico en Perú, relacionado a calidad de servicio y satisfacción del cliente, el propósito fue medir la relación entre las dos variables, para el que se utilizó como herramienta el método Servqual, La metodología aplicada tuvo relación con el método cuantitativo, diseño tipo correlacional y de transversal, 99 usuarios constituyeron la muestra del Planetario, los resultados que

se obtuvieron comprobaron que existe relación significativa y directa ( $r=$  y  $p$  valor  $< 0,05$ ).

Así mismo Vilca et al. (2021) , Hizo una investigación en clientes de una entidad estatal de rubro financiero en Perú, y tuvo como propósito analizar la relación de la satisfacción del cliente y la calidad del servicio, la muestra la constituyeron 352 clientes, fue un estudio cuantitativo, transversal, Se concluyó que es positivo el nivel de significancia con 0,003, por lo que se deduce la relación directa de las variables, siendo de nivel medio alto la calidad del servicio y nivel medio la satisfacción de los clientes.

A nivel local se selecciona, como antecedentes para el presente estudio lo una investigación realizada en la provincia de Abancay, región de Apurímac, (Hanco 2020), quien hizo un estudio, respecto a la influencia, que presenta la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de una empresa de servicio eléctricos de la región Apurímac, planteó, como propósito, identificar, la injerencia del nivel de calidad de servicio en la satisfacción del cliente; fue un estudio cuantitativo, correlacional, transversal y descriptivo, obteniendo los siguientes resultados: Se concluyó que la empresa Electro Sur Este, brinda servicios que tiene injerencia directa en la satisfacción de los clientes, concluyendo que la comunicación es la de influencia mayor hacia la satisfacción del cliente

A continuación, se describen las bases conceptuales necesarias para la presente investigación, basadas en teorías orientadas a Calidad de servicio y Satisfacción del cliente.

Es así que Mateos (2019) manifiesta que, el conglomerado de acciones de rutina desarrolladas y practicadas, por las instituciones para comprender respecto a las expectativas y necesidades de quienes consumen un servicio, está referido a calidad de atención, por lo tanto, ofertarles, servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el usuario, se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido con aspectos que no esperaba, de modo que el usuario sienta la empatía de la entidad que oferta el servicio.

Del mismo modo Murali et al, (2016) refieren que la confianza y seguridad que las empresas transmiten a sus clientes por medio de habilidades y conocimientos en la prestación de servicios, así como la cortesía y relaciones

interpersonales adecuadas son elementos importantes de calidad y por su parte Shi y Shang (2020) manifiestan que, generar calidad de cualquier tipo, sea en entidades privadas a públicas garantiza tener satisfecho a sus clientes, lo que permitirá que la empresa obtenga ganancias.

De igual manera, Carhuapoma y Caro (2019) argumenta, cuando la calidad de un servicio mejora la empresa también mejora y por lo tanto surge un mejor valor económico, social y de imagen empresarial”, Por lo tanto, la empresa debe buscar la calidad para el logro del éxito, por su parte Aguirre (2018) comenta, que un servicio público es considerado de calidad, en cuanto cumpla las necesidades del clientes, por lo que se debe conocer el grado de satisfacción de los mismos, siendo el punto de partida para orientar a las entidades públicas a realizar sus actividades orientadas a satisfacer la demanda de sus clientes,

Así mismo, Reyes y Zavala (2021) refieren que el servicio con calidad es el desafío que afrontan en la actualidad las entidades de servicio público por lo que es necesario hacer un diagnóstico de la población sobre expectativas y necesidades para después plantear un plan de acción en busca de alcanzar un nivel de satisfacción adecuado, siendo esta variable de mucha importancia, pues será el indicador de un servicio con calidad. Por lo mismo Thompson (2019) describe que, en el mundo globalizado actual, lograr la satisfacción de los clientes es requisito para ocupar un lugar en las mentes de los clientes y por lo tanto en el comercio, como lo menciona también Murali et al, (2016) que refiere que, cuando el cliente siente satisfacción su comportamiento en relación a compras, tienden a ser repetitivas, convirtiéndose en un cliente leal.

Del mismo modo la Universidad ESAN, (2018) menciona, que viene a ser la agrupación de varias acciones, para brindar un servicio o buscar los beneficios de un producto y satisfacer, las necesidades en los clientes, Acciones que tengan relación, con las características propias de los usuarios, Lai y Nguyen (2017) menciona que satisfacción del cliente es cuando la entidad cumple del cliente sus expectativas.

Finalmente, Aguirre y Saez (2017) indican que es la organización de varias actividades, enlazadas entre sí, que ofertan un servicio al mercado, buscando que

el cliente obtenga una atención adecuada y asegure la eficiencia y aceptabilidad del servicio, considerando, que es una necesidad indispensable contar con servicios de energía eléctrica, las acciones en el servicio deben ir orientadas a ser ininterrumpidas durante las 24 horas del día.

De lo mencionado se deduce que, la calidad del servicio son varias acciones que se ejecutan a fin de satisfacer las necesidades del cliente, considerando aspectos particulares desde la perspectiva económica, social, y cultural, además de buscar superar lo que los clientes esperan, realizando acciones adicionales. Referente a la prestación de calidad del servicio en la entrega de energía eléctrica es un conglomerado de acciones que permitan satisfacer

Al respecto de los componentes de la calidad del servicio Aguirre y Saez (2017) consideran: Alumbrado Público, referente a la iluminación pública en calles y plazas, pues es un indicador de calidad y que permite también medir, la satisfacción del cliente, otro componente es el suministro, el cual se refiere a la continuidad de servicio de energía eléctrica hacia el cliente, quiere decir un servicio sin interrupciones, que permitirán medir la calidad de suministro.

**Servicio Comercial:** La empresa concesionaria debe prestar al cliente un buen trato, con un alto grado de satisfacción y no debe existir retrasos a sus solicitudes o reclamos.

**Producto:** Se entiende como un instrumento de las empresas para el posicionamiento en el mercado eléctrico. Lo que quiere decir que la energía eléctrica que llega a las viviendas debe ser constante y sin fluctuaciones.

Del mismo modo Capaquira (2019), precisa que los componentes son:

**Calidad técnica:** Se refiere a las propiedades del servicio y en qué condiciones las recibe, es decir horarios, flujos, tiempo en la atención que requieren los clientes.

**Calidad funcional:** Está relacionado a la interrelación del cliente interno de la entidad que brinda el servicio con el cliente externo y cómo se da la interrelación.

**Calidad organizativa:** Es lo que los usuarios perciben respecto al servicio de electricidad respecto al producto resultante de las propiedades que brindan en el servicio y la interacción entre clientes internos y externos.



Calidad del producto: Está referido al nivel de tensión que llega a los domicilios, la que debe ser constante y en la medida de onda correcta y de forma permanente.

Calidad del suministro: Relacionado a la confiabilidad, sin interrupciones ni cortes.

Calidad comercial del servicio: Relacionado a las formas de atención a los usuarios, que involucra el trato, la absolución de reclamos, y la exactitud de medida de la energía consumida.

Calidad del alumbrado público: Está relacionada a la calidad del servicio en la vía pública, que tiene que ver con la intensidad de alumbrado (luminosidad) y la densidad (iluminancia).

Respecto a Satisfacción del cliente se tiene los siguientes autores quienes lo definen de la siguiente manera:

Capaquira (2019) menciona que es una situación que se da tanto en entidades públicas como privadas, puesto que ambas tienen la obligación de brindar calidad de servicio con tendencia a mejorar cada vez más, debiendo ser manejada con responsabilidad, pues es compleja con ello generar bienestar en el cliente.

Así mismo, Guzmán (2017) argumenta que es un parámetro que depende de percepciones y expectativas, resulta complejo puesto que involucra al ser humano y la forma como la calidad es percibida por ellos, lo que involucra un sinnúmero de sensaciones emocionales que difieren entre uno y otro, incluso al recibir un servicio en las mismas condiciones, Así mismo, Blut et al, (2017). refiere que las entidades que no tienen información respecto a calidad de servicio y satisfacción del cliente, no sabrán la dirección adecuada hacia el éxito y por su parte Kasiri et al, (2017) indican que las utilidades de una empresa se incrementan como consecuencia de la lealtad de sus clientes.

Finalmente, Aguirre y Saez (2017) indican que es el juicio de valor que el cliente le da a una característica del servicio que recibe en respuesta a la satisfacción de sus expectativas, del mismo modo Moliner (2018) menciona que un

cliente satisfecho se convierte en un cliente leal dispuesto siempre a hacer comentarios favorables hacia los otros clientes.

De lo mencionado se puede deducir que satisfacción del cliente es el estado emocional resultante de cuanto bien generó el servicio recibido y cuanto de las expectativas se han cubierto.

Así mismo Nina (2020) menciona que satisfacción es la realización, influenciada por el consumo de un servicio que desencadena placer y superación de expectativas, por lo tanto, hará que el cliente recomiende ese producto, convirtiéndose en un medio de crecimiento para las empresas.

De igual manera Mateos (2019) indica que calidad son acciones que se ejecutan para entregar un servicio o producto hacia un cliente u organización.

Respecto a tipos de cliente, según Capaquira (2019), los clasifica de tres formas: Residencial, comercial e industrial

El residencial se refiere a clientes ubicados al final de la cadena del servicio, pues son los que utilizan la energía eléctrica en sus domicilios.

El comercial, son clientes que utilizan el servicio de manera comercial en lugares de negocio como tiendas de expendio de alimentos, restaurantes, lugares de juego, cabinas de internet, etc.

El industrial son clientes que utilizan la energía eléctrica para fines industriales como empresas panificadoras, fábricas textiles u otros, minería, artesanía, entre otros.

En tanto Mateos (2019) clasifica al cliente de dos formas:

Cliente externo, se refiere al consumidor, quien utiliza el servicio o producto y por ende es al que se le debe dar servicios de calidad procurando siempre ir más allá de sus expectativas.

Cliente Interno, es aquel que brinda el servicio al interior de la entidad y que requiere el apoyo del entorno para brindar un mejor servicio, por ende, es clave el trabajo en equipo y clima organizacional adecuado, lo que conllevará a la buena imagen de la institución.

Así mismo, se requiere conocer los indicadores de satisfacción del cliente, que según Mateos (2019) son:

Rendimiento percibido, está relacionado al valor que da el cliente hacia lo que ha conseguido, tras haber adquirido un servicio o producto, se caracteriza por darle el valor a lo recibido desde la percepción como cliente y no como entidad, está basado en el efecto que obtuvo del servicio y es influenciado también por la opinión de otros clientes, además que depende del estado emocional que en el momento atraviesa.

Expectativas, está referido a la respuesta del cliente ante el servicio o producto consumido y se relaciona a cuatro aspectos: primero si la empresa cumple con promesas y beneficios que ofertó, segundo, algunas experiencias que tuvo el cliente, tercero, la opinión del entorno, familia, socios u otros y, por último, la competencia hace su parte al ofrecer algunos beneficios.

Niveles de satisfacción, se refiere al nivel de conformidad que adquiere el cliente después de adquirir un bien o servicio, por ende los clientes presentan su satisfacción en tres niveles: Primero insatisfacción, cuando no han sido satisfechas sus expectativas respecto al producto o servicio que adquirió, segundo satisfacción, Cuando sus expectativas han sido satisfechas en relación al producto o servicio adquirido, y por tercero la complacencia, cuando sus expectativas han sido superadas respecto al bien o servicio adquirido.

Por otro lado, Capaquira (2019) Considera como indicadores de satisfacción en relación a servicios de energía eléctrica: El suministro de servicios de energía eléctrica, en la que contempla la entrega de energía de forma continua, sin variación en la medición de voltaje y en caso de fallas, el restablecimiento rápido del servicio.

Así mismo considera las notificaciones como las que se dan antes de la interrupción del servicio, la orientación respecto al uso adecuado de energía eléctrica, así como los riesgos y peligros y derechos y deberes de los usuarios.

La facturación es otro indicador y que está relacionado a la distribución oportuna de la factura, con datos correctos, visibles y suficientes como fecha de vencimiento, costos, lugares de pago y facilidades en caso sea necesario.

Del mismo modo la atención al cliente es un indicador referido a la relación que tiene la empresa con su cliente en el proceso de prestación del servicio,

considerándose el respeto, amabilidad, buen trato, empatía y cumplimiento de compromisos asumidos.

Así mismo, Aguirre y Saez (2017), mencionan como elementos conformantes de la satisfacción al cliente el rendimiento percibido, el trato al usuario y las expectativas; Respecto a rendimiento percibido se refiere a la percepción del cliente en relación al servicio recibido, el trato al cliente está relacionado con el nivel de cordialidad y amabilidad que recibió, finalmente está las expectativas, que se determinan por el deseo del cliente hacia lo que recibió de la empresa.

De lo mencionado se deduce que las dimensiones consideradas en relación a satisfacción del cliente para el presente estudio son: Rendimiento percibido, es decir, el valor que percibe el cliente del servicio de energía eléctrica en su domicilio, las expectativas que resultan de cuanto se ha satisfecho la demanda del cliente y finalmente los niveles de satisfacción que considera la satisfacción y complacencia en relación a si se cumplió con lo que esperaba el cliente o recibió más de lo que esperaba

Es necesario también considerar el marco regulador del sector de servicios de energía eléctrica dado por el MINEN en el Perú, considerando ciertos reglamentos que rigen esta actividad como la Ley de Concesiones Eléctricas (LCE), vigente desde el año 1993, en el que contempla que el sector de energía eléctrica se clasifica en tres grupos de actividades: generación de energía eléctrica, transmisión de la energía y distribución a los usuarios. Se considera también el sistema interconectado nacional (SINAC) vigente a partir del año 2020

Otra ley a considerar es la ley del organismo supervisor de la inversión en energía y Minería (OSINERGMIN), que tiene la función de inspeccionar y monitorear las actividades que realizan las entidades de electricidad respecto a servicios de electricidad e hidrocarburos, evaluando el cumplimiento de normas técnicas y reglamentos actuales, contemplando además lo relacionado al cuidado de la naturaleza.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**3.1.1 Tipo de investigación.** Arias y Covinos (2018) Es un estudio de investigación tipo básica, puesto que, recopiló información para comprobar la hipótesis sin manipular las variables, considera en su objetivo, mejorar teorías y conocimientos, que servirán de base para otras investigaciones. Es un estudio de enfoque cuantitativo, pues pretende analizar y corroborar información que confirmen una teoría (Gallardo, 2018).

**3.1.2 Diseño de investigación.** Ríos (2017) El diseño de la actual investigación es no experimental, puesto que, no son manipuladas las variables, más al contrario se observan los hechos respecto a la satisfacción del cliente ante un servicio de calidad que brinda la empresa Electro Sur Este. Así mismo el estudio es transversal, ya que los datos a recolectar, se realizarán en un solo momento.

Carhuancho et. al (2019) es de nivel descriptivo, ya que sustenta en forma precisa la problemática respecto a la calidad del servicio y satisfacción del cliente en los servicios de energía eléctrica lo que conlleva a describir la intención del estudio.

Así mismo es correlacional porque pretende evaluar las variables del estudio en mención, Cabezas et. al (2018) los estudios correlacionales, buscan evaluar el grado de relación existente entre una y otra variable, para luego determinar la correlación.

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### **Variable cualitativa X:**

Calidad de Servicio, consta de tres dimensiones, la calidad organizativa, calidad operativa y la calidad de alumbrado público.

#### **Variable cualitativa Y:**

Satisfacción del Cliente, contempla tres dimensiones, expectativas, rendimiento percibido y nivel de satisfacción.

Quintana (2021) Es un proceso por medio del cual se lleva la variable desde la teoría hacia la práctica, haciendo un detalle y definición de cómo se mide la variable elegida.

El detalle de las variables operacionalizadas se encuentra en el anexo 2.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Los clientes, de la empresa Electro Sur Este del distrito de Saylla constituyeron la población en esta investigación, que ascienden, a un total de 6306, quienes se encuentran, residiendo en las diferentes localidades del distrito según la tabla 1.

Mandujano, et al. (2016). La población con los elementos que tienen características comunes, los cuales expresarán información y llegar a las conclusiones de la investigación.

**Tabla 1**

*Distribución de Clientes de Electro sur este por localidades del distrito de Saylla*

Localidades	clientes
Saylla poblado	3258
Saylla Chico	982
Chingo	1049
Angostura	396
Sayhuas	124
Ferrovianos	238
Condebamba	259
Total	6306

Nota. La información de la tabla es con fuente de Electro sur este 2022

**Criterios de Inclusión:** Fueron incluidos, todos los clientes que habitan en las diferentes localidades del distrito.

**Criterios de Exclusión:** No ingresaron en la muestra para la aplicación de encuestas, quienes se encontraron en instituciones públicas o privadas, es decir todo lugar que no sea vivienda.

### 3.3.2. Muestra

La muestra está constituida por 336 clientes, seleccionados de la población total, el que se obtiene utilizando una fórmula matemática de población finita y que se explica a continuación:

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

Donde:

N = Total de la población

E = Error máximo permitido (5 %)

Z = Límite de distribución normal (1,96)

p = Probabilidad de éxito (50 %)

n = Tamaño de la muestra

Entonces:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5) * 6306}{0,05^2 (6306 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

donde n = 336 clientes

3.3.3. **Muestreo:** Se aplicará un, muestreo probabilístico aleatorio simple, de modo que la totalidad de componentes de la población, presenten la misma posibilidad de ser elegidos dentro de la muestra.

3.3.4. **Unidad de análisis:** Todos los clientes tienen la posibilidad de ser incluidos en la población muestral, Otzen y Manterola (2017), indican que las unidades de análisis son quienes facilitan la información para consolidar los datos.

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

Se seleccionó la encuesta como técnica, lo que permitió obtener información de forma ordenada y sistemática, respecto a las dos variables intervinientes en el presente estudio, López y



Fachelli (2015) refieren que es levantar la información por medio de interrogantes y obtener lo necesario referente a las variables de estudio. Así también, según Sánchez (2017), es un medio a través del cuál se puede recoger información necesaria según el objetivo planteado.

El cuestionario fue el instrumento aplicado, para obtener información, de las variables del estudio, que fue aplicado por personal capacitado por el investigador, a cada cliente, integrante de la muestra, la encuesta consta de 12 interrogantes sobre la variable calidad del servicio y 20 para la variable satisfacción del cliente, con preguntas dicotómicas, dándose un valor de 0 y 1 a las respuestas, teniendo una sumatoria de puntajes por cada variable. Tamayo (2019) Uno de los instrumentos que más se utilizan está el cuestionario el cuál se compone por preguntas que tienen relación con las variables y son sujetas a ser medidas.

### **3.5. Procedimientos:**

La información se recolectó, aplicando una encuesta, a los clientes de Electro Sur Este, para ello se capacitó a 10 colaboradores, quienes distribuidos en las diferentes localidades seleccionaron en forma aleatoria a los integrantes de la muestra, durante la aplicación del instrumento se explicó a cada encuestado el objetivo del estudio además de pedirles su colaboración y permiso, posteriormente se procedió con la encuesta, una vez aplicado el instrumento, se llevó a una base de datos estadísticos y su procesamiento en el SPSS 26 que permitió obtener los resultados del estudio. Echaiz (2019) El procesamiento se relaciona con el recojo de información, para analizarlos.

### **3.6. Método de análisis de datos:**

La presente investigación es cuantitativa, por ello se aplicó el programa Excel para hacer una base de datos, luego el SPSS 26 que permitió el procesamiento e interpretación de datos y resultados que permitieron dar respuesta a los objetivos y comprobar la hipótesis, Así

mismo para la confiabilidad del instrumento se aplicó el sistema KR20 y se utilizó el estadístico Kolmogorov Smirnov, para definir que los datos resultaron no paramétricos , La prueba de normalidad, según Mishra, et al. (2019), para realizar las pruebas estadísticas es un requisito la evaluación de normalidad de datos, Finalmente para la correlación de las variables se aplicó el estadístico Spearman.

### **3.7. Aspectos éticos:**

En el estudio presente, se recopila información, tanto de estudios previos, como información de textos, con contenidos teóricos y se realiza la cita correspondiente, considerando toda la información, de importancia según la norma APA. Y que fue sometido y regulado por el código de ética en investigación de la Universidad Cesar Vallejo, considerando que la presente investigación, es estrictamente académica. Los datos e instrumentos, que se recolectaron fueron de carácter anónimo y los resultados no se sometieron a ninguna manipulación o alteración, ya que se buscó mostrar la autenticidad del presente trabajo de investigación. Colomba (2018), Parte de la filosofía se refiere a la moral y a las exigencias del hombre.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados descriptivos

**Tabla 2**

*Distribución de frecuencias para la variable Calidad del servicio*

Categorías	Calidad del servicio		Calidad organizativa		Calidad operativa		Calidad de alumbrado público	
	F	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	156	46,4	158	47,0	154	45,8	165	49,1
Medio	125	37,2	116	34,5	126	37,5	131	39,0
Alto	55	16,4	62	18,5	56	16,7	40	11,9
Total	336	100,0	336	100,0	336	100,0	336	100,0

Se presenta en la tabla los resultados relacionados a la variable Calidad del servicio, en el que se aprecia que el 46,4% de los usuarios lo ubica en el nivel bajo, mientras que el 37,2% lo ubica en el nivel de medio y el 16,4% lo ubica en el nivel alto; respecto a la dimensión calidad organizativa el 47,0% de los usuarios la considera como calidad baja, mientras que el 34,5%, como calidad media y el 18,5% como calidad alta; en relación a calidad operativa los resultados muestran que el 45,8% de los usuarios la percibe como baja, el 37,5% como media y el 16,7% como alta, finalmente se tiene la dimensión calidad de alumbrado público la cual es percibida por los usuarios como baja en un 49,1%, como medio en un 39,0% y como alta en un 11,9%.

Chaudhar (2020), A través de tablas o figuras es posible describir la estadística descriptiva.

**Tabla 3***Distribución de frecuencias para la variable Satisfacción del cliente*

Categorías	Satisfacción del cliente		Rendimiento percibido		Expectativas		Nivel de satisfacción	
	F	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	124	36,9	115	34,2	110	32,7	112	33,3
Medio	135	40,2	129	38,4	129	38,4	136	40,5
Alto	77	22,9	92	27,4	97	28,9	88	26,2
Total	336	100,0	336	100,0	336	100,0	336	100,0

En la tabla se aprecia en lo que respecta a satisfacción del cliente el 36,9% presenta baja satisfacción del cliente, el 40,2% satisfacción media y el 22,9% satisfacción del cliente alta; se tiene también que respecto a la dimensión rendimiento percibido el 34,2% presenta nivel bajo, el 38,4% un nivel medio y el 27,4% nivel alto; respecto a la expectativas el 32,7% se ubican en nivel bajo, el 38,4% en nivel medio y el 28,9% en nivel alto; respecto nivel de satisfacción el 33,3% se ubican en nivel bajo, el 40,5% en nivel medio y el 26,2% en nivel alto.

## 4,2, Resultados inferenciales

### Prueba de normalidad

Mishra, et al. (2019), la prueba de normalidad es la evaluación de los datos para determinar si tienen distribución normal o no, para poder definir que estadístico se va a utilizar, por ello se plantea; .

**Ho:** Los datos de las variables Calidad del servicio y satisfacción del cliente tienen una distribución normal

**Ha:** Los datos de las variables Calidad del servicio y satisfacción del cliente no tienen una distribución normal.

**Tabla 4***Resultados para la prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del servicio	,136	336	,000
Satisfacción del cliente	,234	336	,000

Según se aprecian los resultados en la tabla el p valor para las dos variables se encuentra en niveles inferiores al 5% (0.050) de significancia estadística, lo que conlleva a rechazar la hipótesis nula, así como a adoptar la hipótesis alterna, por cuanto los datos provienen de distribuciones poblacionales diferentes a la normal, motivo por el cual conlleva a aplicar el Estadígrafo no paramétrico de Spearman.

**Tabla 5***Interpretación de la correlación de Spearman*

Grado de correlación	Interpretación
0	Correlación nula
+/- 0.000 – 0.19...	Correlación positiva muy baja
+/- 0.200 – 0.39...	Correlación positiva baja
+/- 0.400 – 0.59	Correlación positiva moderada
+/- 0.600 – 0.79	Correlación positiva alta
+/- 0.800 – 0.99	Correlación positiva muy alta
+/- 1	Correlación perfecta

Nota: La información de la tabla es con fuente: Hernández (2014)

## Prueba de hipótesis general

**Ho:** Las Calidad del servicio y la satisfacción del cliente no presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Ha:** Las Calidad del servicio y la satisfacción del cliente presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Tabla 6**

*Análisis de correlación entre la dimensión calidad de servicio y satisfacción del cliente*

			Calidad del servicio	Satisfacción del cliente
Rho de	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,704**
		p-valor	.	,000
		N	336	336
Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,704**	1,000
		p-valor	,000	.
		N	336	336

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

Los datos de la tabla, permiten apreciar que el resultado del p-valor está por debajo del 5% (0.050) de significancia estadística, por lo que nos conlleva a rechazar la hipótesis nula en favor de la hipótesis alterna, por tanto, se concluye que existe correlación alta y directa entre las variables Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, pues para el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo el valor de 0,704.

## Prueba de hipótesis específica 1

**Ho:** La dimensión calidad organizativa y la satisfacción del cliente no presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Ha:** La dimensión calidad organizativa y la satisfacción del cliente presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Tabla 7**

*Análisis de correlación entre la dimensión calidad organizativa y la variable satisfacción del cliente*

			Calidad organizativa	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad organizativa	Coeficiente de correlación	1,000	,696**
		p-valor	.	,000
		N	336	336
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,696**	1,000
		p-valor	,000	.
		N	336	336

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

Los datos de la tabla, permiten apreciar que el resultado del p-valor está por debajo del 5% (0.050) de significancia estadística, por lo que nos conlleva a rechazar la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna, por tanto, se concluye que existe correlación alta y directa entre la dimensión calidad organizativa y satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, pues para el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo el valor de 0,696.

### **Prueba de hipótesis específica 2**

**Ho:** La dimensión calidad operativa y la satisfacción del cliente no presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Ha:** La dimensión calidad operativa y la satisfacción del cliente presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco.

**Tabla 8**

*Análisis de correlación entre la dimensión calidad operativa y la variable satisfacción del cliente*

			Calidad operativa	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad operativa	Coeficiente de correlación	1,000	,728**
		p-valor	.	,000
		N	336	336
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,728**	1,000
		p-valor	,000	.
		N	336	336

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

Los datos de la tabla muestran que el p-valor obtenido es 0,000 el cual es inferior a 0,050 (5%) de significancia estadística, lo cual nos conduce a rechazar la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna, concluyéndose por tanto que existe correlación alta y directa entre la dimensión calidad operativa y satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, pues para el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo el valor de 0,728.

### **Prueba de hipótesis específica 3**

**Ho:** La dimensión calidad de alumbrado público y la satisfacción del cliente no presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco

**Ha:** La dimensión calidad de alumbrado público y la satisfacción del cliente presentan correlación en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco.

**Tabla 9**

*Análisis de correlación entre la dimensión calidad de alumbrado público y la*



*variable satisfacción del cliente*

			Calidad de alumbrado público	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de alumbrado público	Coeficiente de correlación	1,000	,676**
		p-valor	.	,000
		N	336	336
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,676**	1,000
		p-valor	,000	.
		N	336	336

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

Los datos de la tabla muestran que el p-valor obtenido es 0,000 el cual es inferior a 0,050 (5%) de significancia estadística, lo cual nos conlleva a rechazar la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna, concluyéndose por tanto que existe correlación alta y directa entre la dimensión calidad de alumbrado público y satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, pues para el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo el valor de 0,676.

## V. DISCUSIÓN

En el presente acápite, se hace el análisis de los resultados obtenidos en la investigación contrastando con los estudios previos y las bases teóricas desarrolladas en la misma.

Respecto al objetivo general el cual plantea determinar la relación entre la Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, 2022, la investigación muestra en los resultados que en efecto existe correspondencia entre dichas variables lo cual es comprobado a través de la prueba de hipótesis de correlación entre las variables Calidad del servicio y satisfacción del cliente, con una significancia menor al 5%, así también se obtuvo el valor de 0.704 para el coeficiente de correlación, por el cual se indica que existe correlación directa entre dichas variables, ubicándolo en nivel de correlación alta, ello quiere decir que valores superiores de calidad del servicio se asocian a valores mayores de satisfacción del cliente.

Al respecto Maggi (2018) desarrolla en el Ecuador una investigación respecto de la relación entre las variables calidad de servicio brindado y satisfacción del usuario, obteniéndose como resultado que existe relación significativa entre las dos variables. Del mismo modo Toala e Hinojosa (2021) estudiaron la satisfacción del usuario relacionado a la calidad de servicio de una empresa hotelera en Guayaquil, teniendo el propósito medir el nivel de satisfacción de sus clientes y evaluar la calidad del servicio, concluyendo que el cliente se encuentra muy satisfecho y la calidad del servicio tiene relación significativa.

Por su parte, Villacrés (2020) estudió sobre la satisfacción que presenta el cliente externo como respuesta a la calidad del servicio, en una entidad de apoyo al diagnóstico del sector salud en Ecuador, cuyo objetivo fue determinar el nivel de satisfacción del usuario como repercusión del nivel de la calidad del servicio, concluyendo que más del 90 % de los usuarios se encuentran satisfechos y la calidad esta en nivel alto.

De igual manera Reyes y Zavala (2021) en un estudio aplicado en una entidad pública de servicios de agua potable en Ecuador, concluyeron que, la imagen y actitud adecuadas, la inmediata respuesta y el buen trato son factores de importancia en la calidad de servicio y la correspondencia en la satisfacción del

usuario como es la satisfacción respecto a tiempos de atención y resolución pronta ante los reclamos, por lo tanto la correlación es positiva entre ambas variables, demostrándose que existe relación positiva y significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente,

Así también Vilca et al. (2021) , en un estudio realizado en clientes de una entidad estatal de rubro financiero en Perú, que tuvo como propósito analizar cómo se relacionan la satisfacción del cliente y la calidad del servicio, concluyeron que es positivo el nivel de significancia con 0,003, por lo que se deduce que la calidad del servicio tiene relación directa con la satisfacción del cliente, siendo de nivel medio alto la calidad del servicio y nivel medio la satisfacción de los clientes, del mismo modo, Perez y Pilar (2018) Hicieron una investigación en clientes del planetario del Instituto geofísico en Perú, relacionado a calidad de servicio y satisfacción del cliente y los resultados que se obtuvieron comprobaron que existe relación significativa y directa ( $r=$  y  $p$  valor  $< 0,05$ ).

Carhuapoma y Caro (2019) respecto de la relación de la variable calidad de atención sobre satisfacción del usuario, indica que las expectativas de los usuarios en cuanto a la calidad que presta la institución o empresa, constituye un aspecto fundamental, dado que los usuarios, tienen una percepción de cómo es la actuación de la empresa en cuanto a los servicios que brinda, en cuanto a la calidad organizativa, la calidad operativa, la forma en que gestiona sus prestaciones a fin de satisfacer los requerimientos de la población respecto a los servicios que ofrece, cuando dichas expectativas se confrontan con la realidad, puede ocurrir dos cosas, en primer lugar puede ocurrir que se perciba una insatisfacción por el servicio prestado cuando éste está por debajo de las expectativas generadas en el cliente, o puede suceder que exista un adecuado nivel de satisfacción cuando el servicio brindado representa las expectativas que se generó del cliente o en todo caso la supera.

Aguirre y Sáez (2017) refieren que las actividades que realiza la organización están planificadas para atender los propósitos de la entidad, en cuanto a los requerimientos de los clientes, no se puede olvidar que las instituciones que ofertan servicios y también productos, tienen direccionadas sus actividades a brindar satisfacción en los requerimientos de la población, respecto a servicios de energía

eléctrica la investigación muestra resultados donde un porcentaje significativo de los clientes se encuentran en nivel de descontento con el servicio prestado, así el 46,5% de los clientes manifiesta que la calidad del servicio que recibe es bajo o deficiente.

Así mismo Reyes y Zavala (2021) refieren que el servicio con calidad es el desafío que afrontan en la actualidad las entidades de servicio público por lo que es necesario hacer un diagnóstico sobre las necesidades y expectativas de la población para después plantear un plan de acción en busca de alcanzar un nivel de satisfacción adecuado, siendo esta variable de mucha importancia, pues será el indicador de un servicio con calidad.

Por su parte Aguirre (2018) comenta, que un servicio público es considerado de calidad, en cuanto cumpla con las necesidades de los clientes, por ende, se debe conocer el grado de satisfacción de los mismos, siendo el punto de partida para orientar a las entidades públicas a realizar sus actividades orientadas a satisfacer la demanda de sus clientes. Así también Lai y Nguyen (2017) menciona que la Satisfacción del cliente se da cuando la entidad cumple del cliente sus expectativas.

Del mismo modo Moliner (2018) menciona que un cliente satisfecho se convierte en un cliente leal dispuesto siempre a hacer comentarios favorables hacia los otros clientes y por su parte Murali et al, (2016) refieren que la confianza y seguridad que las empresas transmiten a sus clientes por medio de habilidades y conocimientos en la prestación de servicios, así como la cortesía y relaciones interpersonales adecuadas son elementos importantes de calidad. Siendo la calidad del servicio un juicio de valor que realiza el cliente en relación a un servicio, por lo que implica que un servicio debe darse sin errores. (Yoon y Cheon, 2020)

Respecto del primer objetivo específico el cual plantea determinar en qué medida está relacionada la calidad organizativa y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, la investigación muestra en los resultados que existe relación moderada y directa entre la calidad organizativa y la variable satisfacción del cliente de acuerdo a la prueba de correlación de Spearman, en la que se obtuvo el valor de 0,696 para el coeficiente de correlación,

el mismo que muestra que cuanto mejor se presenta la calidad organizativa de la empresa, mayor satisfacción del cliente se tiene.

Al respecto Ganga y Alarcón (2019) en una investigación sobre la calidad de servicio en el tribunal penal de Chile, en el cual se aplicó el método SERVQUAL para medir la variable calidad de los servicios, basados en la percepción del cliente respecto a su satisfacción con los servicios prestados, se puede evidenciar la existencia de un nivel de calidad que no supera las expectativas de los clientes.

Capaquira (2019) hace referencia a la calidad organizativa e indica que la percepción manifestada por los clientes ante el servicio de electricidad respecto del producto resultante de las propiedades que brindan el mismo y la interacción con los clientes internos y externos, se percibe cierto grado de desorden en las instalaciones de la empresa Electro Sur Este, que dista mucho de presentar una adecuada capacidad organizativa u organizacional, en la cual se percibe que existe un orden jerárquico entre los diferentes estamentos que conforma la organización, donde las responsabilidades están claramente delimitadas entre los funcionarios, y en el que los perfiles del puesto de los trabajadores indican claramente cuáles son sus funciones,

Así mismo Aguirre y Saez (2017) indican que el servicio comercial de la empresa concesionaria debe prestar al cliente un buen trato, con un alto grado de satisfacción y no debe existir retrasos a sus solicitudes o reclamos.

El segundo objetivo específico del presente estudio plantea determinar en qué medida se relaciona la calidad operativa y la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, por lo que la presente investigación de acuerdo a los resultados permite afirmar que dicho objetivo se cumplió de manera satisfactoria, así los resultados encontrados para la prueba de correlación de Spearman muestran la existencia de una correlación alta y directa entre dicha dimensión de la variable, dado que se encontró el valor de 0.728 para el coeficiente de correlación.

Hanco (2020) hizo un estudio, respecto a la influencia, que presenta la calidad del servicio sobre la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en los pobladores de Abancay obteniendo los siguientes resultados: La calidad de servicio, tiene injerencia directa en la satisfacción de los clientes, concluyendo que

la comunicación como aspecto administrativo es la de influencia mayor hacia la satisfacción del cliente.

Así mismo Mateos (2019) precisa que la calidad del servicio o producto que se brinda al cliente, es importante para la imagen institucional, por lo tanto uno de los aspectos respecto la calidad que brinda la empresa de energía eléctrica, es considerar una adecuada seguridad en el servicio que brinda, es así que, el porcentaje mencionado para la calidad percibida por los usuarios en párrafos anteriores muestran que existe un cierto descontento por parte de la población por los cortes repentinos que genera la empresa, y sobre todo por la poca difusión que sobre ellos se realiza, de ahí que la calidad informativa sea fundamental en la relación de la empresa con el cliente, porque permite crear un lazo o vínculo de comunicación importante en el que se comunica al cliente las interrupciones del servicio y los motivos por el cual se realiza.

Otro aspecto que es importante en la calidad operativa viene a ser la calidad de respuesta que presenta la organización, frente a las demandas o reclamaciones del usuario, recomendándose para ello, de acuerdo con Guzmán (2017) establecer diferentes medios de comunicación entre el clima en la empresa, de tal manera que los funcionarios encargados de brindar el servicio de la empresa puedan recibir de manera directa, es decir del usuario las molestias que pudieran estar generándose. Así mismo la calidad operativa está relacionada con el producto que la empresa entrega a los usuarios, así Aguirre y Sáez (2017) indican que producto: es como un instrumento de posicionamiento de las empresas en el mercado eléctrico". Lo que quiere decir que la energía eléctrica que llega a las viviendas debe ser constante y sin fluctuaciones.

El tercer objetivo específico plantea determinar en qué medida se relacionan la calidad del alumbrado público con la satisfacción del cliente en empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco 2022. En la investigación los resultados encontrados permiten afirmar que dicho objetivo fue cumplido de manera satisfactoria, así se tiene que de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman se obtuvo el valor de 0,676, el cual denota un nivel de correlación moderada y directa entre dicha dimensión y variable. Es importante también mencionar que, respecto a la calidad del alumbrado público, los resultados encontrados muestran que el 89.1% se ubica en nivel de percepción bajo respecto

a calidad del servicio, el 39.0% se ubican en nivel medio y tan sólo el 8.9% en nivel alto.

Según Capaquira (2019) calidad del alumbrado público se refiere a la existencia de condiciones adecuadas de iluminancia y luminosidad del alumbrado público. No obstante se muestran en los resultados que existe un nivel de descontento importante entre los usuarios o clientes que habitan en el distrito de Saylla, respecto del alumbrado público, motivo por el cual la empresa debe de manera corta realizar un estudio de las necesidades de luminosidad que existe en las diferentes avenidas que constituyen el distrito de Saylla, dado que últimamente se ha venido dando en incrementando el número de residencias que se construye en la zona, motivo por el cual se necesita contar con una mejor iluminación y favorecer el desempeño de las actividades que día a día realizan las personas.

## VI. CONCLUSIONES

**Primera:** Se concluye que, respecto a la relación entre el Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, se evidenció que existe una relación directa y significativa, lo cual se aprecia a partir de la prueba de hipótesis para la correlación de Spearman, pues el valor obtenido fue de 0.704, valor que muestra correlación alta y directa entre las variables en mención.

**Segunda:** Respecto a la relación entre la dimensión calidad organizativa y la satisfacción del cliente, se tiene que existe una relación directa y significativa entre las mismas, que se evidencia de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman, pues el valor obtenido fue de 0,696, valor que indica un nivel de correlación alto y directo con una significancia estadística del 1%.

**Tercera:** Respecto a la relación entre la dimensión calidad operativa y la satisfacción del cliente, se tiene que existe relación directa y significativa entre las mismas, que se evidencia de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman pues el valor obtenido fue de 0,728, valor que indica un nivel de correlación alto y directo con una significancia estadística del 1%.

**Cuarta:** Se concluye que existe relación entre la dimensión calidad de alumbrado público y la satisfacción del cliente, que se demuestra de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman, pues el valor obtenido fue de 0,676, valor que indica un nivel de correlación alto y directo con una significancia estadística del 1%, así cuanto mejor es el alumbrado público en el distrito de Saylla la satisfacción del cliente incrementa.



## VII. RECOMENDACIONES

**Primera:** En vista de los resultados obtenidos a los gestores de la empresa Electro Sur Este Cusco, se recomienda, desarrollar acciones que puedan garantizar la calidad del servicio brindado a los pobladores, de tal manera que el servicio prestado les permita tener un adecuado nivel de satisfacción y de este modo puedan retribuir a la empresa con el pago puntual de sus obligaciones.

**Segunda:** A los gestores de la empresa Electro Sur Este Cusco, se recomienda desarrollar un aplicativo móvil, que puedan tener los clientes instalado en sus celulares de tal manera que reporten los problemas operativos que se registran en el servicio que brinda la empresa Electro Sur Este, en el distrito de Saylla.

**Tercera:** A los gestores de la empresa Electro Sur Este Cusco, se recomienda brindar una mayor difusión de los cortes programados para el mantenimiento del servicio eléctrico, explicando a la población la necesidad de los mismos, así como brindando información útil de las previsiones que se debe de tomar en estos periodos respecto a los artefactos que se utilizan en el hogar.

**Cuarta:** A los gestores de la empresa Electro Sur Este del distrito de Saylla se recomienda, revisar las necesidades de alumbrado público que se presentan en varias calles del distrito de Saylla, dado el incremento de vecinos, y de las necesidades que se tienen de un mejor alumbrado público por parte de la empresa.

## REFERENCIAS

- Aguirre M. (2018) *Satisfacción de los altos consumidores en relación a la calidad del servicio de agua potable de la ciudad de Guayaquil*  
<http://201.159.223.180/handle/3317/10926>
- Apaza Rojas, M. F., y Gordillo Mendoza, M. I. (2019). *Calidad de servicio en el Área Funcional de Compras de la Oficina de Abastecimiento y Servicios Auxiliares de la sede regional del Gobierno Regional Cusco, periodo 2018.*  
<http://hdl.handle.net/20.500.12918/4515>
- Arias Gonzales, J.L. y Covinos Gallardo, M. (2018) *Diseño y Metodología de la Investigación*
- Benites Velásquez, W. (2021). *Efectividad de gestión y calidad de servicio en el área de emergencia de Hidrandina SA-Trujillo, 2021.*  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/71463>
- Blut, et al, (2015). *How procedural, financial and relational switching costs affect customer satisfaction, repurchase intentions, and repurchase behavior: A meta-analysis.* International Journal of Research in Marketing. 32(2): 226-229.
- Cabezas Mejía E.D. et. al (2018) *Introducción a la Metodología Científica*  
<http://www.espe.edu.ec/>
- Capaquira Colque J.M. (2019) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa regional de servicio público de electricidad Electro Sur del distrito de Tacna 2018* <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/unjbg/3826>
- Carhuancho Mendoza I.M. et. al (2019) *Metodología para la investigación Holística*  
<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Carhuapoma Veliz J.E. y Caro Quispe K.L. (2019), *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la empresa electro centro s.a. ss.ee. la oroya-2018*  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/7139>

- Chaudhari, S. (28 de diciembre de 2020). <https://towardsdatascience.com/descriptive-statistics-f2beeaf7a8df>
- Colomba D. (2018), *Aspectos Éticos en Investigación en Ciencias Sociales y en Área de la Salud* [https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/01/aspectos\\_eticos\\_ccofre.pdf](https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/01/aspectos_eticos_ccofre.pdf)
- Dirección General de Electricidad [www.minem.gob.pe](http://www.minem.gob.pe)
- Echaiz C. (2019) *SEMINARIO DE TESIS III*, Universidad San Martín de Porres <https://www.usmp.edu.pe/iced/carpeta-2019-1/pdfs/materiales/de/3/seminario-tesis-3.pdf>
- Electro sur este S.A. (2020) *Reporte de sostenibilidad* <https://www.else.com.pe/else/transparencia/reporte-de-sostenibilidad/>
- Gallardo Echenique E.E. (2017) *Metodología de la investigación* [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)
- Ganga Contreras, F. y Alarcón Henríquez, N. (2019) *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile*, Revista Chilena de ingeniería. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052019000400668&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052019000400668&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Guzmán Talledo M.C. (2017) *Gestión administrativa institucional y la calidad de servicio de la oficina general de administración SERFOR* [https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE\\_a45ac1e66f525807f0af0ba297d174d2](https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_a45ac1e66f525807f0af0ba297d174d2)
- Hanco, N., y César, J. (2020). *Factores determinantes en la percepción de la virtualización de programas de postgrado en el mercado laboral de la ciudad de Puerto Maldonado “Estudio de la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción al cliente en Electro Sur Este de la provincia de Abancay–Apurímac.* <https://repositorio.epneumann.edu.pe/xmlui/handle/EPNEUMANN/140>
- Hernández-Sampieri y Mendoza, (2018) *Metodología de la Investigación y Rutas de la investigación Cuantitativa y Cualitativa*, México

- [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500024&lng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500024&lng=en)
- INEI (2017) *Acceso a servicios básicos de las viviendas*  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/cap05.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap05.pdf)
- Kasiri, et al, (2017). *Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty*. Journal of Retailing and Consumer Services. 35: 91-97
- Lai, C. y Nguyen, M. (2017). *Factors affecting service quality, customer satisfaction and loyalty of mobile phone service providers in Vietnam*. International Journal of Organizational Innovation. 10(2): 75-85.
- Ley de concesiones eléctricas y reglamento, *decreto ley n° 25844 decreto supremo n° 009-93-em (2021)*
- López Roldan P. y Fachelli S. (2015) *Metodología de la investigación social y cuantitativa*, <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Maggi Vera, W. A. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9976>.
- Mandujano Lizárraga, L., Bustamante Aguirre, R y Ochoa Espejo M. (2016) *Metodología de la Investigación en las Ciencias Sociales*, Editorial Industria Gráfica Marsants
- Martinez Reluz, E. C. (2014). *Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de microfinanzas*. Chiclayo.
- Mateos De Pablo Blanco (2019), *Atención al cliente y calidad en el servicio*  
[https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente\\_y\\_calidad\\_en\\_el\\_ser.html?id=0VcpEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n_al_cliente_y_calidad_en_el_ser.html?id=0VcpEAAAQBAJ)
- Mishra, et al. (2019), *Estadísticas descriptivas y pruebas de normalidad para datos estadísticos*, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30648682/>

- Moliner Cantos C. (2018) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*, revista psicológica de trabajo de las organizaciones, <https://www.redalyc.org/pdf/2313/231324550006.pdf>
- Morocho T.C. (2019) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A.*, 2018 <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1809>
- Murali, et al, (2016). *Modelling and investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty - A case study of home appliances business*. Journal of Retailing and Consumer Services. 30(1): 67-83. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500028&lng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2007-7858202100010008500028&lng=en)
- Nina Hanco J.C. (2020) *Estudio de la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción al cliente en Electro Sur Este de la provincia de Abancay – Apurímac*
- Osinerming, (2021) *Conexiones Osinerming*
- Otzen T. y Manterola C. (2017), *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio* [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0717-95022017000100037&script=sci\\_abstract](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0717-95022017000100037&script=sci_abstract)
- Perez A. y Pilar K. (2018) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en los domingos estelares en el Planetario del Instituto Geofísico del Perú, Ate 2018*, <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35772>
- Quintana (2021) *Pensando en investigar...* <https://unsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/05/silvestre-quintana-articulo-unsm-13-05-2020.pdf>
- Reyes y Zavala (2021) *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa* <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2586>
- Ríos Ramírez R.R. (2017) *Metodología para investigación y redacción* <http://www.eumed.net/libros/libro.php?id=1662>

- Saez Villanueva, N. M., y Aguirre Ruiz, J. (2019). *Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017*.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12848/1152>
- Sánchez, R. (2017). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica: Aplicados a la Psicología, Educación y Ciencias Sociales*. Lima: Editorial Mantaro.
- Sarmiento, et al, (2018). *Estudios de caso y la falsificación Popperiana, sobre el artículo de Flyvbjerg titulado “Cinco malentendidos acerca de la investigación” mediante los estudios de caso*, Forum: Qualitative Social Research. 19(1): 14.
- Shi, Z. y Shang, H. (2020). *A review on quality of service and servqual model*.  
*International Conference on Human-Computer Interaction*
- Tamayo C. (2019) *TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS*, Universidad Católica de los andes  
<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>
- Thompson, I. (2019). *promonegocios.net.*,  
<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Toala-Zambrano L. y Hinojosa-Ramos M.V. (2021) *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil – Ecuador*,  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229696>
- Universidad ESAN, (2018) *Conexiones ESAN*  
<https://www.esan.edu.pe/apuntesempresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/www.tesisconjosearias.com>
- Vilca et al. (2021) *Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Perú* SCIENDO 24(2): 103-108, 2021  
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3589>
- Villacrés Briones A.G. (2020) *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor*, <http://201.159.223.180/handle/3317/14704>

Yoon, Y. y Cheon, K. (2020). *A Qualitative Review of Cruise Service Quality: Case Studies from Asia*. *Sustainability* 2020, 12(19), 8073; <https://doi.org/10.3390/su12198073>

## **ANEXOS**



## Anexo 1

### Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			Variable X: Calidad del Servicio			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala y Valores
¿En qué medida se relacionan la calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Bectro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022?	Determinar en qué medida se relacionan la calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Bectro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022	La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022	Calidad Organizativa	Accesibilidad	1	Nominal SI=1 NO=0
				Flujo de atención	2-4	
				Facturación	5-6	
Problema específico 1	Objetivo Específico 1	Hipótesis Especifica 1	Calidad Operativa	Calidad de producto	7	
				Calidad de servicio técnico	8	
				Calidad de seguridad	9-10	
				Calidad informativa	11-13	
				Calidad de respuesta	14	
• ¿En qué medida se relacionan la calidad organizativa con la satisfacción del cliente de la empresa Bectro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022??	• Determinar en qué medida se relacionan la calidad organizativa con la satisfacción del cliente de la empresa Bectro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022.	La calidad organizativa se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco 2022,	Calidad de Alumbrado Público	Calidad de atención	15-16	
				Condiciones de luminosidad	17-20	

Problema específico 2	Objetivo Específico 2	Hipótesis Especifica 2	Variable Y: Satisfacción del Cliente			
¿En qué medida se relacionan la Calidad operativa con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022??	• Determinar en qué medida se relacionan la calidad operativa con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022.	La calidad operativa se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco 2022,	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala y Valores
			Rendimiento Percibido	Valor en la calidad de energía	1-2	Nominal SI=1 NO=0
				Valor en la calidad de respuesta ante problemas	3-4	
				Valor en la calidad de buen trato	5-6	
Valor en la calidad informativa	7-9					
¿En qué medida se relacionan la Calidad de alumbrado público con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022?	Determinar en qué medida se relacionan la calidad de alumbrado público con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022.	La calidad de alumbrado público se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur este del distrito de Saylla, Cusco 2022,	Expectativas	Cumplimiento de promesas sobre beneficios	10	
				Experiencia de buen trato	11-12	
			Nivel de Satisfacción	Satisfacción	13	
Complacencia	14					
<b>Tipo y Diseño de Investigación</b>	<b>Población y Muestra</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>				
Tipo de Investigación Básica	Población 6306	Técnica: Encuesta				

## Anexo 2

### Operacionalización de Variables

Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 202

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad del servicio	De Pablo Blanco, M.A. (2019) Es un conjunto de actividades de rutina desarrolladas y practicadas, por las instituciones para entender las necesidades y expectativas de los consumidores, por lo tanto, ofertarles, servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el usuario, se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido con aspectos que no esperaba.	Es brindar acciones de calidad en la parte organizativa, operativa y de alumbrado público en relación a servicios de energía eléctrica por parte de Electro Sur este Cusco.	Calidad Organizativa	Accesibilidad	SI= 1 NO= 0
				Flujo de atención	
				Facturación	
			Calidad Operativa	Calidad de Producto	
				Calidad de Servicio Técnico	
				Calidad de Seguridad	
				Calidad Informativa	
Calidad de Alumbrado Público	Calidad de Respuesta				
	Calidad de Atención				
Satisfacción del cliente	Aguirre Ruiz y Saez Villanueva, (2017) Es la reacción que manifiesta el consumidor, es un valor que aplica a característica del producto o servicio que le produce un nivel de placer o satisfacción en relación al consumo.	Está relacionado a cómo el cliente de Electro Sur Este percibe el rendimiento del servicio, la realización de sus expectativas y el nivel de satisfacción que le genera dicho servicio.	Rendimiento Percibido	Valor en la calidad de energía	SI= 1 NO= 0
				Valor en la calidad de respuesta ante problemas	
				Valor en la calidad de buen trato	
				Valor en la calidad informativa	
			Expectativas	Cumplimiento de promesas sobre beneficios	
				Experiencia de buen trato	
			Nivel de Satisfacción	Satisfacción	
Complacencia					

### Anexo 3

#### Cuestionario de la Calidad de Atención de Electro Sur Este

**Instrucciones:**

El objetivo del cuestionario es conocer la Calidad de atención de la empresa Electro Sur Este. Se le solicita que en cada pregunta marque con un aspa (X) la respuesta que más se aproxime a su opinión.

<b>Rendimiento percibido</b>			
N°	<b>Valor en la calidad de energía</b>	SI	NO
1	¿Ud. Tiene o tuvo algún aparato o equipos malogrado por las fluctuaciones de la energía eléctrica?		
2	¿En su sector suceden cortes de energía imprevistos?		
<b>Valor en la calidad de respuesta ante problemas</b>		NO	SI
3	¿Los problemas o quejas ante la empresa tuvieron solución rápida?		
4	¿Las respuestas se dieron en tiempos que Ud. esperaba?		
<b>Valor en la calidad de buen trato</b>			
5	¿El trato que recibió es con amabilidad y cordialidad?		
6	¿La apariencia del personal le genera seguridad?		
<b>Valor en la calidad informativa</b>			
7	¿Recibe información sobre los servicios de energía eléctrica en forma clara?		
8	¿Recibe información sobre los deberes y derechos de los clientes?		
9	¿Recibe información oportuna sobre cortes y trabajos de mantenimiento?		
<b>Expectativas</b>			
<b>Cumplimiento de promesas sobre beneficios</b>			
10	¿La empresa cumple con todo lo ofertado al inicio de la instalación? Recibos, información, costos		
<b>Experiencia de buen trato</b>			
11	¿La experiencia en todas las atenciones del personal de la empresa es positiva?		
12	¿ Recibe buen trato en la empresa?		
<b>Nivel de Satisfacción</b>			
<b>Satisfacción</b>			
13	¿Siente que las expectativas del servicio de energía eléctrica están como lo esperaba?		
<b>Complacencia</b>			
14	¿Siente que las expectativas del servicio de energía eléctrica están por encima de lo que esperaba?		

## Anexo 4

### Cuestionario satisfacción del cliente con el servicio de Electro Sur Este

Instrucciones:

El objetivo del cuestionario es conocer la satisfacción del cliente con respecto al servicio que recibe Electro Sur Este. Se le solicita que en cada pregunta marque con un aspa (X) la respuesta que más se aproxime a su opinión.

<b>Cuestionario de la Calidad de servicio de Electro Sur Este S.A.A.</b>			
Instrucciones:			
En cada pregunta marque con un aspa (X) a la respuesta que mas se aproxime a su opinion			
N°		SI	NO
<b>Calidad Organizativa</b>			
<b>Accesibilidad</b>			
1	¿Electro sur este cuenta con oficinas cercanas de atención al cliente?		
<b>Flujo de Atención</b>			
2	¿Existen Ventanillas de atención suficientes?		
3	¿El tiempo de atención se considera adecuado?		
4	¿Existen ventanillas de atención preferencial?		
<b>Facturación</b>			
5	¿Las facturaciones llegan con oportunidad al domicilio? 10 días antes de la fecha devencimiento de pago		
6	¿Las facturaciones tienen el detalle y exactitud de las lecturas de consumo de energía realizadas en el mes?		
<b>Calidad Operativa</b>			
<b>Calidad del producto</b>			
7	¿La calidad de energía eléctrica en su vivienda es buena?		
<b>Calidad de servicio técnico</b>			
8	Ud. Recibe servicio de energía eléctrica sin interrupciones		
<b>Calidad de Seguridad</b>			
9	¿lectro Sur ste, realiza el mantenimiento de las instalaciones de la vía pública?		
10	¿Recibe información preventiva de seguridad en su domicilio?		
<b>Calidad Informativa</b>			
11	¿Las interrupciones programadas son notificadas con anticipacion?		
12	¿Existe cumplimiento sobre la información de corte, tiempos de interrupción u otros emitidos?		
13	¿Conoce los telefonos de la empresa para informar problemas o emergencias?		
<b>Calidad de Respuesta</b>			
14	¿El tiempo de absolución de los problemas es rápido?		
<b>Calidad de Atención</b>			
15	¿El trato del trabajador de electro Sur Este, es con amabilidad y cordialidad?		
16	¿La apariencia del trabajador le genera seguridad y confianza?		
<b>Calidad de Alumbrado Público</b>			
<b>Condiciones de luminosidad</b>			
17	Existen postes suficientes en las vias para iluminación		
18	Todos los focos prenden e iluminan con claridad		
19	Todos los focos iluminan sin intermitencia		
20	¿Las calles y plazas están debidamente iluminadas?		

## Anexo 5

### FORMATOS DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1 RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>								
1	Valor en la calidad de energía	X		X		X		
2	Valor en la calidad de respuesta	XX		X		X		
3	Valor en la calidad de buen trato	X		X		X		
4	Valor en la calidad informativa	X		X		X		
<b>DIMENSION 2 : EXPECTATIVAS</b>								
9	Cumplimiento de promesas	X		X		X		
<b>DIMENSION 3 : NIVEL DE SATISFACCION</b>								
19	Satisfacción	X		X		X		
20	Complacencia	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN ES SUFICIENTEMENTE CONFIABLE

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. José Antonio GALINDO HEREDIA DNI: 43251422

Especialidad del validador: Doctor en Educación

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

18 de JUNIO del 2022

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Dr. José Antonio GALINDO HEREDIA  
DNI 43251422  
Firma del Experto Informante.

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1 CALIDAD ORGANIZATIVA</b>								
1	Accesibilidad	X		X		X		
2	Flujo de atención	X		X		X		
3	Facturación	X		X		X		
<b>DIMENSION 2 CALIDAD OPERATIVA</b>								
7	Calidad del producto	X		X		X		
8	Calidad del servicio técnico	X		X		X		
9	Calidad de seguridad	X		X		X		
10	Calidad Informativa	X		X		X		
11	Calidad de respuesta	X		X		X		
12	Calidad de atención	X		X		X		
<b>DIMENSION 3 : CALIDAD E ALUMBRADO PUBLICO</b>								
15	Condiciones de luminosidad	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN ES SUFICIENTEMENTE CONFIABLE

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. José Antonio GALINDO HEREDIA DNI: 43251422

Especialidad del validador: Doctor en Educación

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

18 de junio del 2022

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Dr. José Antonio GALINDO HEREDIA  
DNI 43251422  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 CALIDAD ORGANIZATIVA</b>							
1	Accesibilidad	X		X		X		
2	Flujo de atención	X		X		X		
3	Facturación	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 CALIDAD OPERATIVA</b>							
7	Calidad del producto	X		X		X		
8	Calidad del servicio técnico	X		X		X		
9	Calidad de seguridad	X		X		X		
10	Calidad informativa	X		X		X		
11	Calidad de respuesta	X		X		X		
12	Calidad de atención	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3 CALIDAD E ALI MIRRAO PUEBLO</b>							
15	Condiciones de luminosidad	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable |  |   Aplicable después de corregir |   No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador, Dra. Luz Dueñas Alvarez   DNI: 23993164

Especialidad del validador: Doctora en Ciencias de la Salud

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Cusco, 29 de Junio del 2022

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>							
1	Valor en la calidad de energía	X		X		X		
2	Valor en la calidad de respuesta	X		X		X		
3	Valor en la calidad de buen trato	X		X		X		
4	Valor en la calidad informativa	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 : EXPECTATIVAS</b>							
9	Cumplimiento de promesas	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3 : NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>							
19	Satisfacción	X		X		X		
20	Complacencia	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable |  |   Aplicable después de corregir |   No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador, Dra. Luz Dueñas Alvarez   DNI: 23993164

Especialidad del validador: Doctora en Ciencias de la Salud

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Cusco, 29 de Junio del 2022

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSION 1 CALIDAD ORGANIZATIVA</b>							
1	Accesibilidad	x		x		x		
2	Flujo de atención	x		x		x		
3	Facturación	x		x		x		
	<b>DIMENSION 2 CALIDAD OPERATIVA</b>							
7	Calidad del producto	x		x		x		
8	Calidad del servicio técnico	x		x		x		
9	Calidad de seguridad	x		x		x		
10	Calidad Informativa	x		x		x		
11	Calidad de respuesta	x		x		x		
12	Calidad de atención	x		x		x		
	<b>DIMENSION 3 : CALIDAD E ALUMBRADO PUBLICO</b>							
15	Condiciones de luminosidad	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. MG. JHON ABDUL LINARES HUAMÁN    DNI: 23953169

Especialidad del validador: MAESTRO EN EDUCACIÓN CON, MENCIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Cusco, 29 de Junio del 2022



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSION 1 RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>							
1	Valor en la calidad de energía	x		x		x		
2	Valor en la calidad de respuesta	x		x		x		
3	Valor en la calidad de buen trato	x		x		x		
4	Valor en la calidad informativa	x		x		x		
	<b>DIMENSION 2 : EXPECTATIVAS</b>							
9	Cumplimiento de promesas	x		x		x		
	<b>DIMENSION 3 : NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>							
19	Satisfacción	x		x		x		
20	Complacencia	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. MG. JHON ABDUL LINARES HUAMÁN    DNI: 23953169

Especialidad del validador: MAESTRO EN EDUCACIÓN CON, MENCIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Cusco, 29 de Junio del 2022



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.



## Anexo 6

### Documento de aceptación para realizar trabajo de investigación



www.else.com.pe  
Av. Sucre N° 400 - Urb. Bancopata  
Cusco - Perú  
☎ (084) 233700

Cusco, 21. 06. 2022

A- 487 - 2022

Señor  
**Fredi Centeno Medina**  
fredicentenom@yahoo.es  
Ciudad.-

Referencia : **Su carta del 30.05.2022**



Es grato dirigimos a usted, para manifestarle que hemos tomado conocimiento de su documento, al respecto debemos manifestar que su requerimiento ha sido aceptado para realizar la investigación, en ese entender deberá presentarse al área de Marketing – Ing. Mario Góngora, a fin de efectuar las coordinaciones que el caso requiere.

Sin otro particular quedamos de usted,

Atentamente,



Firmado  
digitalmente por  
CHAVEZ SERRANO  
Luis Ramiro FAU  
20116544289 hard  
Fecha: 2022.06.23  
14:55:33 -05'00'

# Anexo 7

## Base de datos

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C15	C16	C17	C18	C19	C20	S1	S2	
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0
2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0
3	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0
4	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0
5	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1
6	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
7	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1
8	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0
9	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
10	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
11	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
12	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
13	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
14	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
15	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0
16	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1
17	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0
18	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1
19	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1
20	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
21	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1

Vista de datos Vista de variables

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	C17	C18	C19	C20	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14
1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1
2	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1
3	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0
4	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0
6	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0
7	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
8	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1
9	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
10	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
11	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0
12	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1
13	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0
14	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0
15	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
16	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0
17	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0
18	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1
19	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
20	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1
21	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1

Vista de datos Vista de variables

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C15	C16	C17	C18	C19	C20	S1	S2
22	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
23	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1
24	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
25	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1
26	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1
27	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0
28	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0
29	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1
30	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
31	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0
32	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
33	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
34	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1
35	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1
36	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1
37	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1
38	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
39	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0
40	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0
41	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1
42	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

Vista de datos Vista de variables

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	i6	C17	C18	C19	C20	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14
22	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0
23	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0
24	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1
25	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1
26	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
27	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1
28	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
29	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1
30	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
31	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
32	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1
34	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0
35	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
36	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
37	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1
38	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1
39	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0
40	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
41	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1
42	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0

Vista de datos Vista de variables

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C15	C16	C17	C18	C19	C20	S1	S2
316	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0
317	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0
318	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1
319	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1
320	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0
321	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1
322	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
323	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
324	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
325	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0
326	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0
327	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1
328	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1
329	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
330	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1
331	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1
332	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
333	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
334	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
335	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
336	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0

Vista de datos Vista de variables

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	i6	C17	C18	C19	C20	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	
316	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1
317	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1
318	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
319	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
320	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0
321	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
322	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0
323	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
324	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
325	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
326	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0
327	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1
328	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
329	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
330	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1
331	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0
332	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
333	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
334	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1
335	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
336	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

Vista de datos Vista de variables