



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA  
DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD EN UNA  
PROVINCIA DEL DEPARTAMENTO DE  
CAJAMARCA**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL  
DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

**Autores:**

**Ocas Santa Cruz, Marisol  
Rocillo Melendres, Luzveida**

**Asesor:**

**MBA. Rivera Tantachuco, Ricardo**

**Línea de Investigación:**

**Talento Humano y Comportamiento Organizacional**

**Pimentel - Perú**

**2017**

---

*1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe](mailto:ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe)*

*2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [rmelendresl@crece.uss.edu.pe](mailto:rmelendresl@crece.uss.edu.pe)*

# LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD EN UNA PROVINCIA DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA

THE QUALITY OF SERVICE IN AN ELECTRICITY DISTRIBUTION COMPANY IN A PROVINCE OF THE DEPARTMENT OF CAJAMARCA

Ocas Santa Cruz, Marisol<sup>1</sup>  
Rocillo Melendres, Luzveida<sup>2</sup>

## Resumen

*La presente investigación buscó determinar la calidad de servicio que se les brinda a los clientes que acuden a la empresa Distribuidora de Electricidad, mediante el informe de investigación se busca tener una noción porcentual, concerniente a la calidad del servicio, lo mismo que conllevaría a sugerir alternativas de mejora en la mencionada organización, sea el caso de un déficit en el servicio brindado. Conocemos que la calidad del servicio es la forma como se actúa con los demás al momento de ofrecer un bien o servicio, tal así que predominan los sentimientos y personalidad, por otra parte presentan habilidades, gestos, control de impulsos, motivación, autoconciencia, perseverancia, entusiasmo, agilidad mental y empatía. Habilidad que deben presentar los colaboradores con el fin de proporcionar un servicio que sea de calidad, creando valor, superando las expectativas provocando aumentar la cartera de clientes fijos y leales, logrando así sostenibilidad y crecimiento en la empresa. La investigación fue cuantitativa, diseño no experimental correlacional al buscar la profundidad de la variable en estudio, en la recolección de los datos se ha utilizado como instrumento el cuestionario estructurado, aplicado a una muestra de 100 colaboradores y 374 clientes; la cual concluyo según, que los usuarios en su mayor porcentaje 77% consideran que el servicio recibido es de regular calidad; señalándose que la calidad del servicio que existe es positiva moderada. Por tal sentido cabe mencionar que la mencionado trabajo sírvase como un medio de consulta y/o apoyo para futuras investigaciones sea el caso de profesionales, académicos y personas con interés de ampliar las nociones de los conceptos a investigar.*

**Palabras claves:** servicio al cliente, calidad, calidad de servicio.

## Abstrac

This research sought to determine the quality of service provided to customers who come to the company Electricity Distributor, through the research report seeks to have a percentage notion, concerning the quality of service, which would lead to suggest alternatives for improvement in the aforementioned organization, be it the case of a deficit in the service provided. We know that the quality of service is the way you act with others when offering a good or service, so that feelings and personality predominate, on the other hand they present skills, gestures, impulse control, motivation, self-awareness, perseverance, enthusiasm, mental agility and empathy. Ability that collaborators must present in order to provide a service that is of quality, creating value, exceeding expectations, causing an increase in the portfolio of fixed and loyal customers, thus achieving sustainability and growth in the company. The research was quantitative, correlational non-experimental design to look for the depth of the variable under study, in the data collection has been used as a structured questionnaire instrument, applied to a sample of 100 employees and 374 clients; which I conclude according to, that the users in their greater percentage 77% consider that the received service is of regular quality; pointing out that the quality of the service that exists is moderate positive. For this reason it is worth mentioning that the aforementioned work should be used as a means of consultation and / or support for future research in the case of professionals, academics and people interested in expanding the notions of the concepts to be investigated.

**Keywords:** customer service, quality, quality of service.

## 1.- Introducción

---

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe](mailto:ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe)

2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [rmelendresl@crece.uss.edu.pe](mailto:rmelendresl@crece.uss.edu.pe)

Los cambios que afrontan las organizaciones son constantes, muchos de ellas tiene que ver con la calidad del servicio al cliente, por lo que sin duda es una de las principales dificultades de interés empresarial; no es admiración decir que los clientes son considerados los más importantes dentro de las organizaciones ya sean del sector público o privado, Debemos mencionar que el servicio que acogen los consumidores está influenciado por el comportamiento y la actitud de las personas que mayormente tratan a diario, siendo este otro factor decisivo y determinante en los colaboradores; por ende suelen ser empáticos con los clientes, brindando personalizado servicio, atendiendo sus requerimientos y problemas con el propósito de satisfacerlo, generando una excelente percepción del servicio brindado con el fin de impresionar de manera positiva a los usuarios para asegurar el retorno de los clientes o fidelizar los mismos; cabe mencionar que la interacción conlleva a tomar acciones en el factor compra-venta, lo que permite un resultado benéfico tanto para el vendedor como comprador, canalizando el desempeño, índices de relaciones integrales dentro y fuera de la organización, por su estrecha relación con el servicio a los consumidores, permitiendo el mayor desarrollo y estabilidad de la empresa.

Lo que se buscó el presente estudio fue determinar la calidad de servicio en una empresa Distribuidora de Electricidad. Para responder a dicha interrogante se planteó como objetivo general: Determinar la calidad de servicio en los clientes que acuden a la empresa Distribuidora de electricidad; avalado y justificado en objetivos específicos tales como: Analizar la calidad del servicio que se brinda a los usuarios en una empresa Distribuidora de Electricidad, en la ciudad de Jaén. Así mismo se justifica el presente estudio debido a que permitió encontrar soluciones y alternativas concretas a los problemas de mayor repercusión, en cuanto al servicio acogido por los usuarios de esta empresa Distribuidora de Electricidad, lo cual ha venido afectando el reconocimiento e imagen corporativa de dicha organización, según datos extraídos y recolectados verídicamente, lo que conllevó a conocer las debilidades y el potencial de los colaboradores de la empresa, para ello se ha sugerido recomendaciones descritas al final del informe, permitiendo atender al usuario conforme a sus necesidades, requerimientos y expectativas; pues se necesitan de colaboradores libres, con vocación de interacción, capaces de lograr satisfacer a los clientes, alcanzando señalar factores que distingan los niveles de atención o el trato a los consumidores, basado en procedimientos planificados exclusivamente para el personal de atención al cliente. Por otra parte, el aporte al campo científico es otro de los afanes de esta investigación, ya que se busca contribuir con nuevos conocimientos referentes a la incorporación de nuevos procesos validados como aporte a la calidad de servicio; quedando abierto a un medio de consulta para posteriores investigaciones; es decir dar un buen servicio es vital e importante debido que de ello depende el crecimiento a fracaso de las organizaciones.

La investigación respondió a una variable: calidad de servicio; variable que ha predominado en antecesoras investigaciones como: (Lopez, 2016) en la investigación “satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de escuintla.” Tuvo como objetivo determinar el nivel de atención al usuario, donde concluyó que la satisfacción de los usuarios es totalmente satisfactoria. Esto ha influenciado para profundizar la presente investigación, generando comparaciones con datos antecesores que elevaron el nivel de confianza para los altos niveles del objeto en estudio.

## **2. Material y métodos**

El tipo de investigación fue cuantitativa, debido que se basó en datos numéricos. Según refiere Hernández R. (2008), este enfoque usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. El Diseño de investigación Según Hernández R. (2008). Es no experimental, siendo estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables, en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, puesto que recolectan

---

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe

2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

datos en un solo momento, en un tiempo único con exactitud y veracidad; su propósito es describir la variable y analizar su incidencia en un momento dado.

La población interna está compuesta por los colaboradores de una empresa Distribuidora de Electricidad, los que en su totalidad ascienden a 100 trabajadores. Mientras que la población externa se ha definido por número de familia y esta asciende a 13,715; se ha considerado al jefe de familia como la unidad maestra con el fin de sustraer y facilitar la extracción de datos reales.

Para obtener la muestra de la población externa se ha utilizado la fórmula de muestra, para poblaciones finitas menores a 100, 000 habitantes la cual asciende a 374 muestras las cuales se especifican a continuación. Mientras la muestra de la población interna se ha considerado la misma cantidad por ser un número menor de unidades muestrales por ello los 100 colaboradores se han considerado.

La hipótesis planteada en la presente investigación responde a la siguiente interrogante  
¿Cuál es la calidad de servicio en una empresa Distribuidora de Electricidad? Y su variable es: calidad de servicio.

El método utilizado en la presente investigación es el deductivo, pues se observa y describe el fenómeno de manera generalizada, explicando los hechos, se plantea la hipótesis, para posteriormente llegar a los resultados. El Abordaje Metodológico es descriptivo, porque permitió ordenar el resultado de lo observado de las conductas, característica, factores, procedimientos y otras variables de los fenómenos y hechos. La Técnica de recolección de datos fue la encuesta, la cual se utilizó, siendo este el método más factible a utilizar dentro de la investigación, ya que la población es significativa. Asimismo, se utilizó como instrumento el cuestionario para la recolección de datos ya que a través de este se realizó preguntas orientadas a desarrollar y brindar los resultados de la variable explorada “calidad de servicio”. El procedimiento fue el siguiente: Se solicitó el respectivo permiso formalmente a la Gerencia de la Empresa, la cual señaló su postura positiva en cuanto a los horarios de recolección de la información, luego se procedió a entregarles el cuestionario a los colaboradores y a clientes manifestándoles el objetivo de la investigación. Para el análisis e interpretación de la información se utilizó el software SPSS 20.0, para facilitar el procedimiento de la información extraída y/o recolectada, el cual arrojó los gráficos estadísticos, los mismos que fueron analizados con la finalidad de obtener los resultados y plantear las conclusiones y recomendaciones.

### **3. Resultados**

---

*1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe*

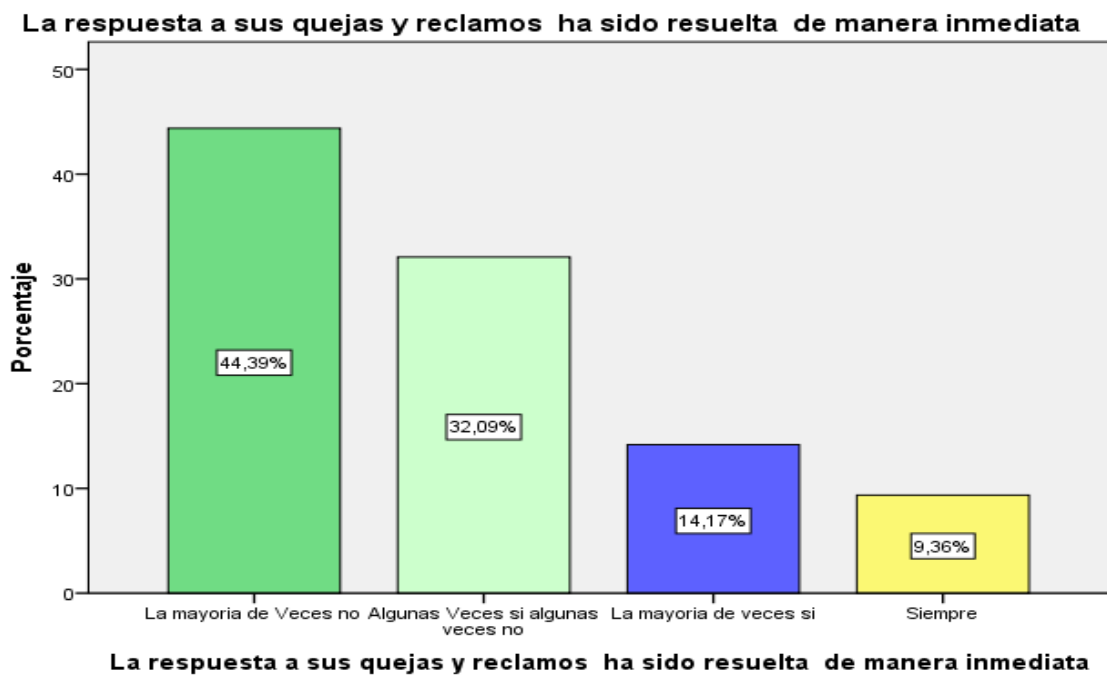
*2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe*

**Tabla 01:**

*La respuesta a sus quejas y reclamos ha sido resuelta de manera inmediata*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La mayoría de Veces no	166	44,4	44,4	44,4
Algunas Veces si algunas veces no	120	32,1	32,1	76,5
Válido La mayoría de veces si	53	14,2	14,2	90,6
Siempre	35	9,4	9,4	100,0
Total	374	100,0	100,0	

*Fuente:* Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 01:** el mayor porcentaje 44.39% opina que **la mayoría de veces no** ha sido resuelto sus quejas y reclamos de manera inmediata, y el menor porcentaje es el 9.36% refiere que **siempre** la respuesta a sus quejas y reclamos han sido resueltas de manera inmediata.

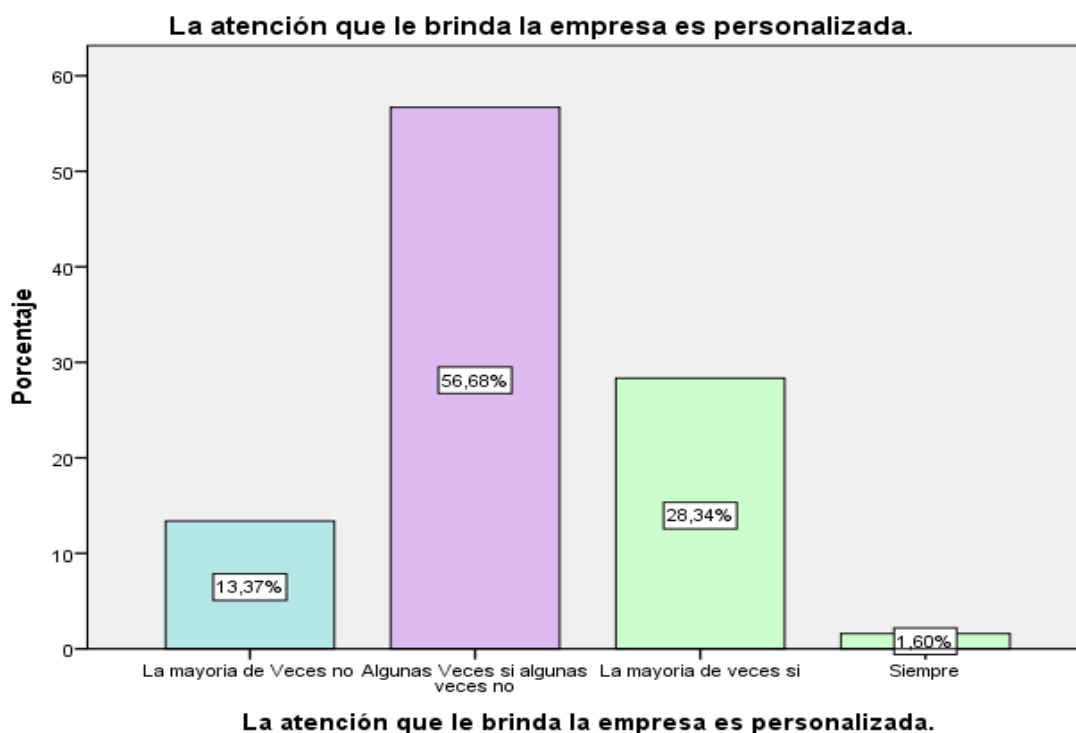
**Tabla 02:**

*La atención que le brinda la empresa es personalizada.*

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe  
2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La mayoría de Veces no	50	13,4	13,4	13,4
	Algunas Veces si algunas veces no	212	56,7	56,7	70,1
	La mayoría de veces si	106	28,3	28,3	98,4
	Siempre	6	1,6	1,6	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 02:** Se visualiza que el mayor porcentaje es el 56.68% quienes consideran **algunas veces si algunas veces no** la atención que le brinda la empresa es personalizada, y el menor porcentaje es el 1.60% opinan **siempre** la atención que les brinda la empresa es personalizada.

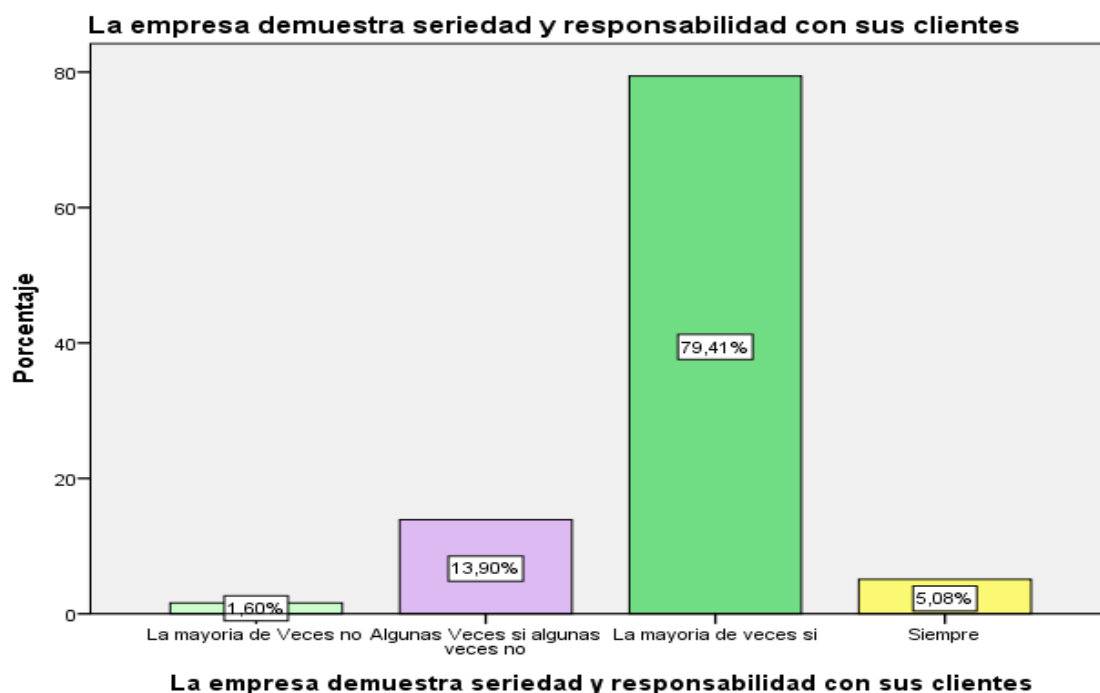
**Tabla 03:**

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe  
 2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

*La empresa demuestra seriedad y responsabilidad con sus clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La mayoría de Veces no	6	1,6	1,6	1,6
	Algunas Veces si algunas veces no	52	13,9	13,9	15,5
	La mayoría de veces si	297	79,4	79,4	94,9
	Siempre	19	5,1	5,1	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 03:** Se divisa en la figura estadística que el mayor porcentaje es el 79.41% los que refieren **que la mayoría de veces si** la empresa demuestra seriedad y responsabilidad con sus clientes, y el menor porcentaje es el 1.60% quienes opinan que **la mayoría de veces no** la empresa demuestra seriedad y responsabilidad con sus clientes.

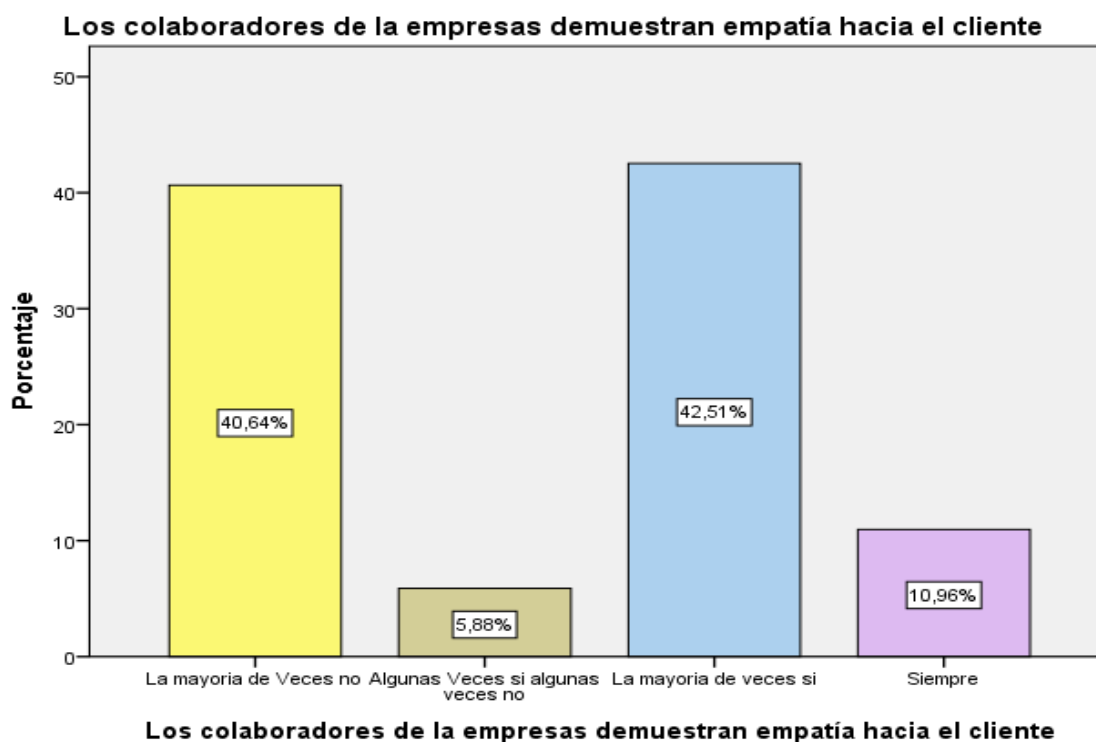
**Tabla 04:**

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe  
 2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

Los colaboradores de la empresa demuestran empatía hacia el cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La mayoría de Veces no	152	40,6	40,6	40,6
	Algunas Veces si algunas veces no	22	5,9	5,9	46,5
	La mayoría de veces si	159	42,5	42,5	89,0
	Siempre	41	11,0	11,0	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 04:** el mayor porcentaje es el 42.51% los que consideran **que la mayoría de veces si** los colaboradores de la empresa demuestran empatía hacia el cliente, y el menor porcentaje el 5.88% opinan **algunas veces si algunas veces no** los colaboradores de la empresa demuestran empatía hacia el cliente.

**Tabla 05:**

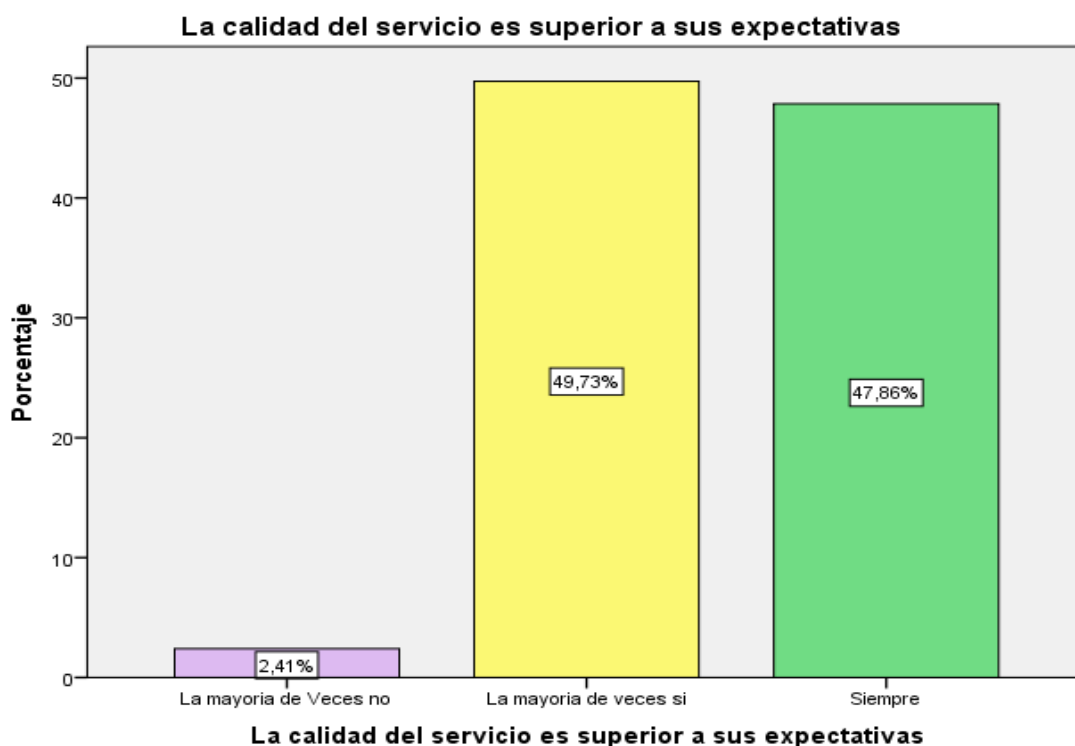
- 1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe
- 2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe



*La calidad del servicio es superior a sus expectativas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
La mayoría de Veces no	9	2,4	2,4	2,4
La mayoría de veces si	186	49,7	49,7	52,1
Siempre	179	47,9	47,9	100,0
Total	374	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 05:** Se divide en la figura estadística que el mayor porcentaje es 49.73% refiriendo que **la mayoría de veces si** la calidad del servicio es superior a sus expectativas, y el menor porcentaje es 2.41% opinando que **la mayoría de veces no** la calidad del servicio es superior a sus expectativas.

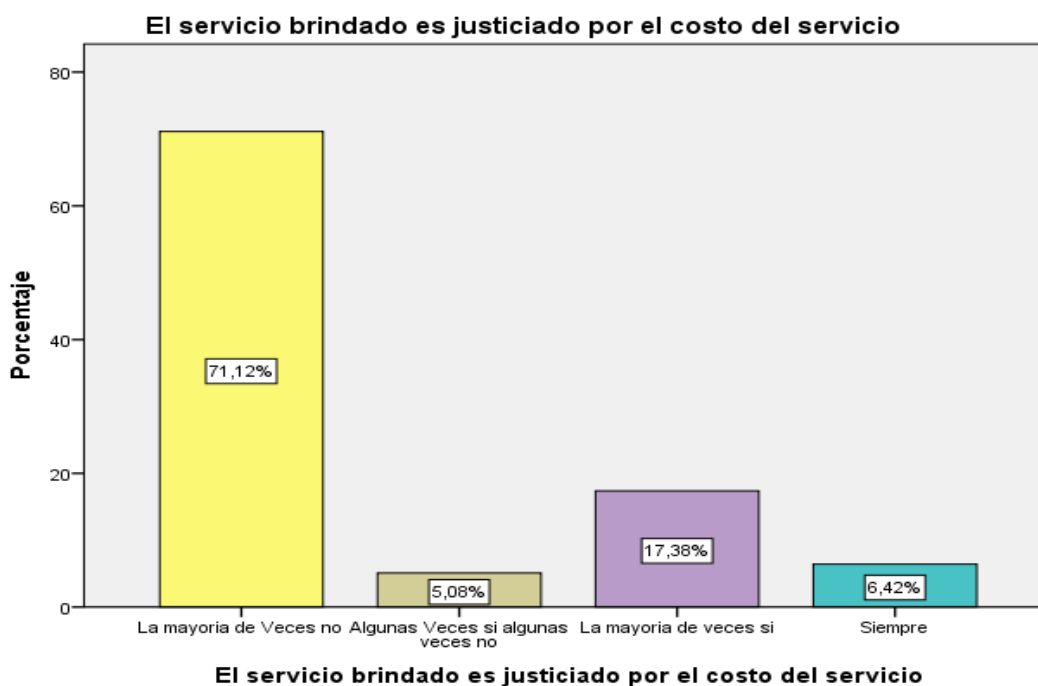
**Tabla 06:**

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe  
 2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

*El servicio brindado es justificado por el costo del servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La mayoría de Veces no	266	71,1	71,1	71,1
	Algunas Veces si algunas veces no	19	5,1	5,1	76,2
	La mayoría de veces si	65	17,4	17,4	93,6
	Siempre	24	6,4	6,4	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 06:** Se observa que el mayor porcentaje es el 71.12% los cuales refieren que la mayoría de veces no el servicio brindado es justificado por el costo del servicio, y el menor porcentaje es el 5.08% los que opinan algunas veces si algunas veces no el servicio brindado es justificado por el costo del servicio.

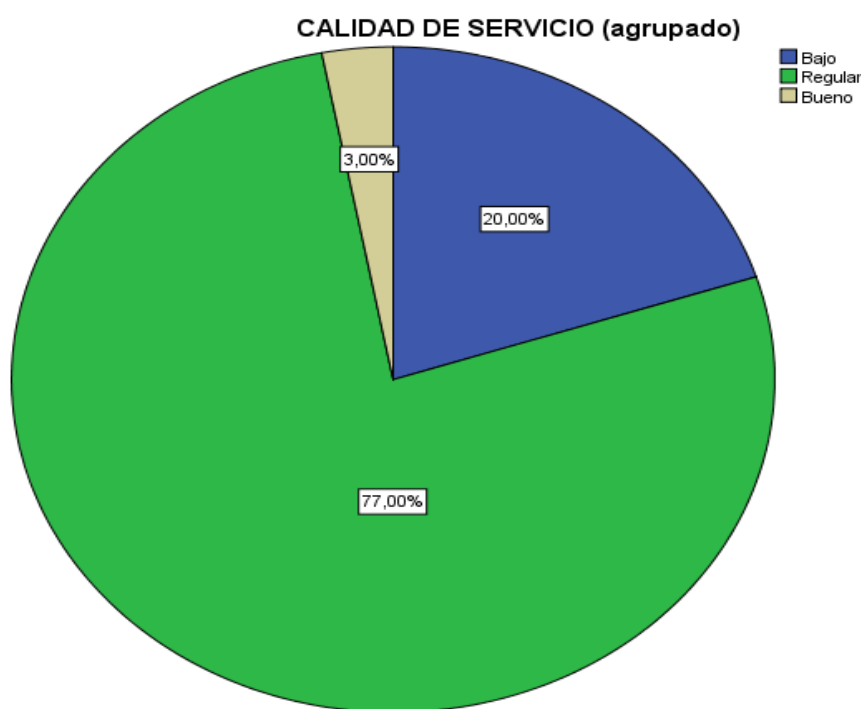
**Tabla 07:**

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe  
 2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

Calidad de servicio (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	20,0	20,0
	Regular	77	77,0	97,0
	Bueno	3	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.



**Figura 07:** Se visualiza que el mayor porcentaje 77.00% de usuarios considera que el servicio brindado es de regular calidad, el 20% refieren que el servicio brindado es de baja calidad, y el 3% de usuarios considera que el servicio brindado es de buena calidad.

#### 4. Discusión

Los resultados encontrados permitieron concretar que la calidad del servicio otorgada al usuario en una empresa Distribuidora de Electricidad, el cual pone en relieve que el 77% de usuarios opina que el servicio es de regular calidad, el 20% considera que es de baja calidad y tan solo el 3% considera que el servicio es de buena calidad; los resultados se asocian con lo encontrado en la encuesta donde el 40% considera que la iluminación y ambientes de la empresa es adecuado, 35% considera que siempre ha sido resuelto de manera inmediata sus quejas y reclamos, el 55.08% algunas veces sí y algunas veces no los colaboradores demuestran agilidad y eficiencia en el trabajo, el 28.68% señala que la atención es personalizada, 79.41% refiere que algunas veces la empresa demuestra seriedad y responsabilidad con sus clientes, el 42.51% de usuarios considera que los colaboradores demuestran empatía, el 47.96% opina que la calidad del servicio es superior a sus expectativas, el 71.12% considera que el servicio brindado la mayoría de veces no justifica su costo, el 53% considera que la mayoría de veces el servicio no es accesible al usuario y el 66.04% considera que siempre la digitalización de los servicios genera eficiencia en las operaciones enfocadas al cliente.

Los resultados agrupados son homogéneos a lo especificado en la encuesta, pues los usuarios perciben que los ambientes de la empresa son adecuados, pero que la resolución de quejas y reclamos no es inmediata; en cuanto a la agilidad del servicio es percibido como inestable ya que algunas veces es ágil y otras veces lento, mientras la atención personalizada es percibida como regular por el usuario.

Dichos resultados encontrados en la investigación confirman y coinciden con los gaps establecidos por (Valarie A. Zeithaml, 1992), especialmente con las discrepancias entre expectativas de los clientes y percepciones de los gerentes, es decir los directos de la empresa perciben que se brinda servicio de calidad, pero el cliente dice lo contrario, evidenciado según resultados arrojados en la interpretación de datos. La discrepancia entre la calidad y prestación del servicio, también se refleja en que la empresa puede tener normalizado un buen servicio al cliente, sin embargo, este no se da en la realidad porque no se lleva a la práctica lo especificado. Discrepancia del cliente en cuanto sus expectativas de servicio y las percepciones del mismo, el consumidor espera un mejor servicio de la empresa, manifestándose en el bajo compromiso de la gerencia de brindar un servicio de calidad, lo que conlleva a los altos niveles jerárquicos a tomar medidas correctivas inmediatas para reducir la negativa percepción que tienen los usuarios por el servicio recibido y mejorar los niveles de confianza entre colaboradores y usuarios.

La prueba de hipótesis, en cuanto a su variable en estudio determinó que existe positiva moderada calidad de servicio en la empresa Distribuidora de Electricidad. Estos resultados coinciden y se amparan con lo señalado por Hernández (2014) en investigaciones semejantes, confirmando la hipótesis la calidad del servicio al cliente es la satisfacción del cliente.

Los resultados se han emparejado con los hallazgos de investigadores y con las teorías establecidas por distintos autores, debido a la existencia de similitud con la mayoría de ellos; por lo tanto, se finaliza aseverando que la investigación si cumplió todos los estándares de investigación, siendo sus resultados comunicados para utilidad de la sociedad en general.

#### 5. Conclusiones

---

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe](mailto:ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe)

2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [rmelendresl@crece.uss.edu.pe](mailto:rmelendresl@crece.uss.edu.pe)

Se define que el servicio otorgado al usuario es de regular calidad, algunas supera sus expectativas, producto de la empatía que brindan los trabajadores, debido a un agradable ambiente de trabajo.

Existe relación positiva moderada en la calidad de servicio percibida por los usuarios de una empresa Distribuidora de Electricidad debido a la responsabilidad y eficiencia de los colaboradores.

Se considera que si se recibe asesoramiento para la solución de quejas y reclamos lo mismos que siempre son solucionados de manera inmediata.

## **6. Referencias Bibliográficas**

*Alva y Juarez. (2014). “relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa chimú agropecuaria S.A del distrito de trujillo-201.*

*Balerozo, T. B. (2014). La Comunicación Organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive. Ambato.*

*De Ulloa. (2007). “Medición de la Satisfacción de los Clientes en Relación con la Calidad de Servicio Recibido en las Oficinas del Trujillo del BBVA Banco Continental. Trujillo.*

*Kardona, H. k. (2012). “gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y resolución de conflictos”. . Quito.*

*Montero y Rodriguez. (2013). “comunicación interna y gestión organizacional en la institución educativa micaela bastidas, distrito de Iquitos, 2013”. Iquitos .*

*Monteza. (2012). tesis denominada Influencia del Clima Organizacional en la Satisfacción de las Enfermeras del Centro Quirúrgico Hospital Es SALUD Chiclayo. Chiclayo.*

*Parraga, F. G. (2015). estudio de la gestión comunicacional y su impacto como herramientas para mejorar el clima organizacional de la empresa imperhouse S.A. Guayaquil.*

*Quevedo. (2015). propuesta de un plan para la mejora del clima organizacional de la empresaacsrl. la actual administración en Chiclayo. Chiclayo.*

*Sandoval, A. (2014). Comunicación interna y clima laboral” (estudio realizado en call center de la ciudad de quetzaltenango) y tiene como objetivo. Quetzaltenango,.*

*Santisteban, G. y. (2012). tesis denominada Impacto de un plan de gestión del clima laboral en la competitividad de la IEP “Manuel Pardo” – Chiclayo-2012. Chiclayo.*

*Uria, C. D. (2011). El Clima Organizacional y su Incidencia en el Desempeño Laboral de los Trabajadores de Andelas Cía. Ambato.*

*Villaroel, O. V. (2012). Análisis del clima organizacional en el departamento de compras del rectorado de la Universidad De Oriente 201. Sucre.*

---

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe

2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial, Universidad Señor de Sipán – Perú: email. rmelendresl@crece.uss.edu.pe

**DECLARACIÓN JURADA**

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

Ocas Santa Cruz Marisol

Apellidos y nombres

27718826

DNI N°

2151810080

Código N°

Presencial

Modalidad de estudio

Rocillo Melendres Luzvelda

Apellidos y nombres

44320466

DNI N°

2151810215

Código N°

Presencial

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo de Investigación

Informe de Investigación

**DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:**

1. Soy autor o autores del proyecto y/o Informe de Investigación titulado

**La Calidad de Servicio en una Empresa Distribuidora de Electricidad en una Provincia del Departamento de Cajamarca.**

La misma que presento para optar el grado de:


**Bachiller en Administración**

2. Que el proyecto y/o Informe de Investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o Informe de tesis.
4. Que el título de la Investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.

  
Ocas Santa Cruz Marisol  
DNI N° 27718826



  
Rocillo Melendres Luzvelda  
DNI N° 44320466



**FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACION DEL AUTOR (ES)  
(LICENCIA DE USO)**

Pimentel, 15 de Marzo del 2018

Señores  
Centro de Información  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

Los suscritos:

OCAS SANTA CRUZ MARISOL, con DNI: 27718826.



ROCILLO MELENDRES LUZVEIDA, con DNI: 44320466.

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD EN UNA PROVINCIA DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA., presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar el grado de bachiller, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la EAP de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
MARISOL OCAS SANTA CRUZ	27718826	
LUZVEIDA ROCILLO MELENDRES	44320466	

1 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe](mailto:ocruzmarisol@crece.uss.edu.pe)

2 Adscrito a la EAP de Administración Empresarial, Licencias en Administración Empresarial,  
Universidad Señor de Sipán – Perú: email. [rmelendresl@crece.uss.edu.pe](mailto:rmelendresl@crece.uss.edu.pe)