

# **15ª Ronda de la Investigación CIER de Satisfacción del Consumidor Residencial de Energía Eléctrica**

Informe Individual

**Centrales Eléctricas del Norte de Santander S.A.**

**CENS-CO**

## **FICHA TÉCNICA**

### **Empresa:**

Instituto Innovare – Pesquisa de Mercado e Opinião LTDA.

### **Producto:**

Diagnóstico Sectorial - 15ª Ronda de la Investigación CIER de Satisfacción del Consumidor Residencial de Energía Eléctrica.

### **Período de Campo:**

04 de abril hasta 14 de junio de 2017.

### **Tamaño de la muestra:**

La muestra patrón está compuesta por 20.000 casos, aplicados en 501 municipios de 41 distribuidoras, en 12 países de América Latina. Entre las 41 empresas, 25 tienen hasta 500 mil consumidores y, 16, más de 500 mil consumidores.

El resultado general CIER es un promedio que considera las 41 empresas evaluadas en esta ronda de la Encuesta CIER, y también 18 empresas brasileñas asociadas al Comitê Brasileiro da CIER (BRACIER) que fueron evaluadas en la 19ª ronda de la investigación de la Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE). La muestra patrón de esas 18 empresas suma 10.800 casos, que fueron aplicados en 360 municipios del territorio brasileño. Entre las empresas brasileñas, 2 tienen hasta 500 mil consumidores y, 16, más de 500 mil consumidores. El periodo de recolecta de datos de la encuesta ABRADEE fue desde 04 de marzo hasta 16 de abril de 2017.

### **Margen de error:**

El margen de error del resultado CIER, para el conjunto de todas las distribuidoras participantes, es de  $\pm 1,3$  puntos porcentuales para un nivel de confianza de 95,0%. El margen de error, por distribuidora, incluso para las asociadas al BRACIER, es  $\pm 5$  puntos porcentuales para las empresas con hasta 500 mil consumidores, y de  $\pm 4$  puntos porcentuales para las empresas con más de 500 mil consumidores. De esa manera, es posible la comparación de los resultados entre las distribuidoras.

### **Profesionales aplicados:**

Fueron entrenados responsables de 12 empresas prestadoras de servicios de recolecta de datos que comprenden los 12 países, 77 supervisores y coordinadores de equipo, 815 encuestadores para la recolección de datos propiamente dicha, 112 verificadores del cumplimiento de las normas establecidas para dicha recolección, 135 revisores de respuestas recogidas y 73 digitadores.

### **Expediente:**

Atención al cliente: Rosana Valadares

Muestreo: Ana Paula Curto | Rafael Milagres

Operacionalización: Ana Clara Jardim

Análisis Cuantitativo: Ana Clara Jardim | Bárbara Lamas | Livia Rodrigues | Ludimila Calijorne | Milton Marques | Rafael Milagres

Finalización y Edición: Gilberto Silva | Leandro Miranda | João Vieira | Renan Toledo | Rodolfo Rocha | Tatiana Georgetti

Desenvolvimiento y Tecnología: Ana Paula Curto | Renan Toledo

Belo Horizonte, 19 de agosto de 2017.

---

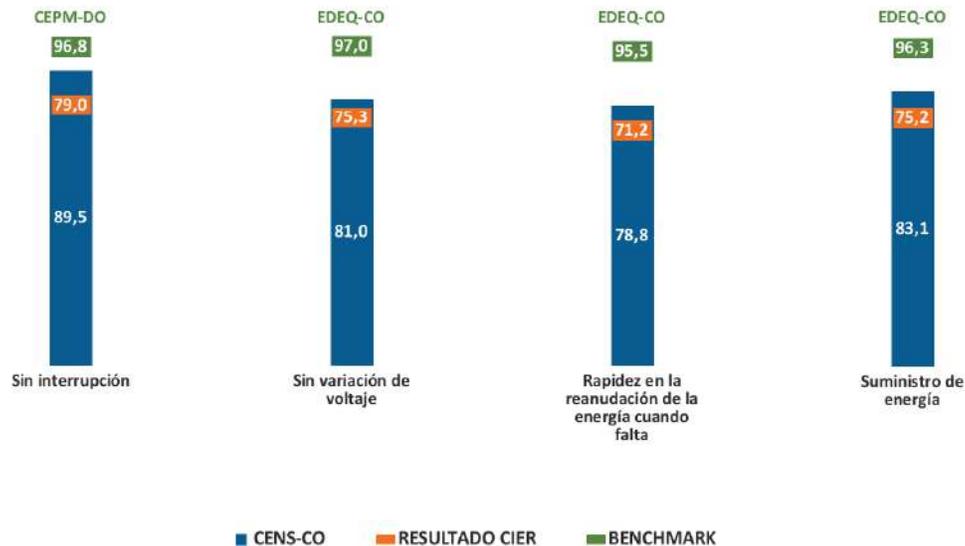
*Rafael Milagres de Oliveira*

*Estadístico Responsable | CONRE 6ª región | N° inscripción: 8711*

## 8.1. Suministro de Energía

Esta área está compuesta por tres atributos (\*), que son:

- Suministro de energía sin interrupción, es decir, que no falte energía en su domicilio;
- Suministro de energía sin variación de voltaje en su domicilio, es decir, sin parpadeos o fluctuaciones;
- Agilidad en la reanudación/restablecimiento del servicio eléctrico cuando falta, es decir, el tiempo que tarda en volver la energía en su domicilio.



Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolecta de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

## 8.2. Información y Comunicación

Esta área está compuesta por cuatro atributos (\*), que son:

- Notificación/comunicación previa en el caso de interrupción (corte) programada, para realizar algún servicio eléctrico debido a un mantenimiento programado o mejora en la red de electricidad;
- Orientaciones para el uso eficiente de la energía, para que no se desperdicie;
- Orientaciones sobre los riesgos eléctricos y peligros en el uso de la energía eléctrica;
- Información sobre sus derechos y deberes como consumidor de energía eléctrica.



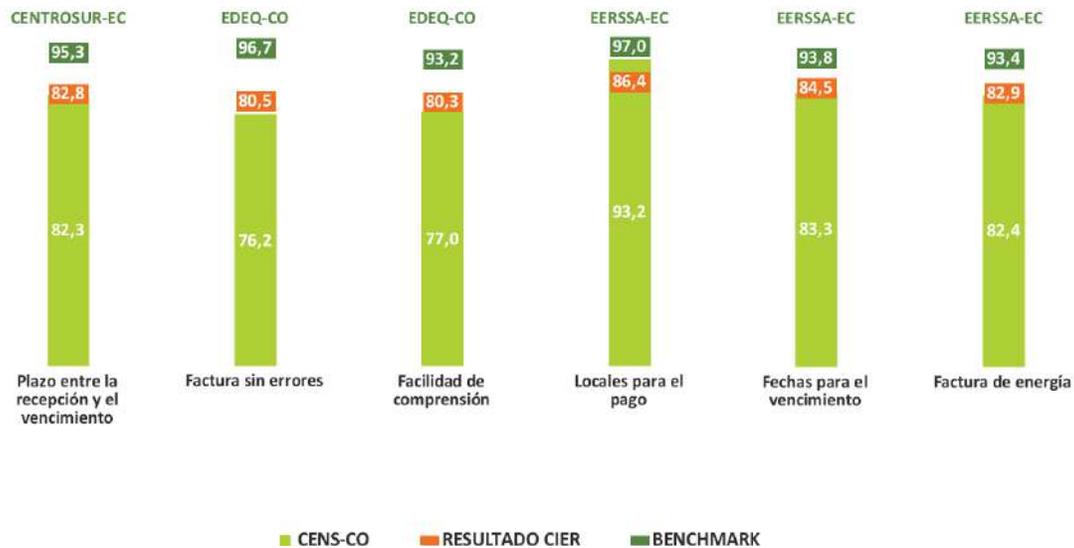
Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

### 8.3. Factura de Energía

Esta área está compuesta por cinco atributos (\*), que son:

- Plazo (n° de días) para pagar (plazo entre la recepción de la factura y la fecha del vencimiento de ésta);
- Factura sin errores, es decir, con la lectura del contador/medidor y los cálculos correctos;
- Facilidad de comprensión de la información que está en la factura;
- Disponibilidad de puntos de pago, tales como bancos, internet, correos, etc.;
- Fecha para el vencimiento de la factura, es decir, el día que tiene que pagar la factura.



Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

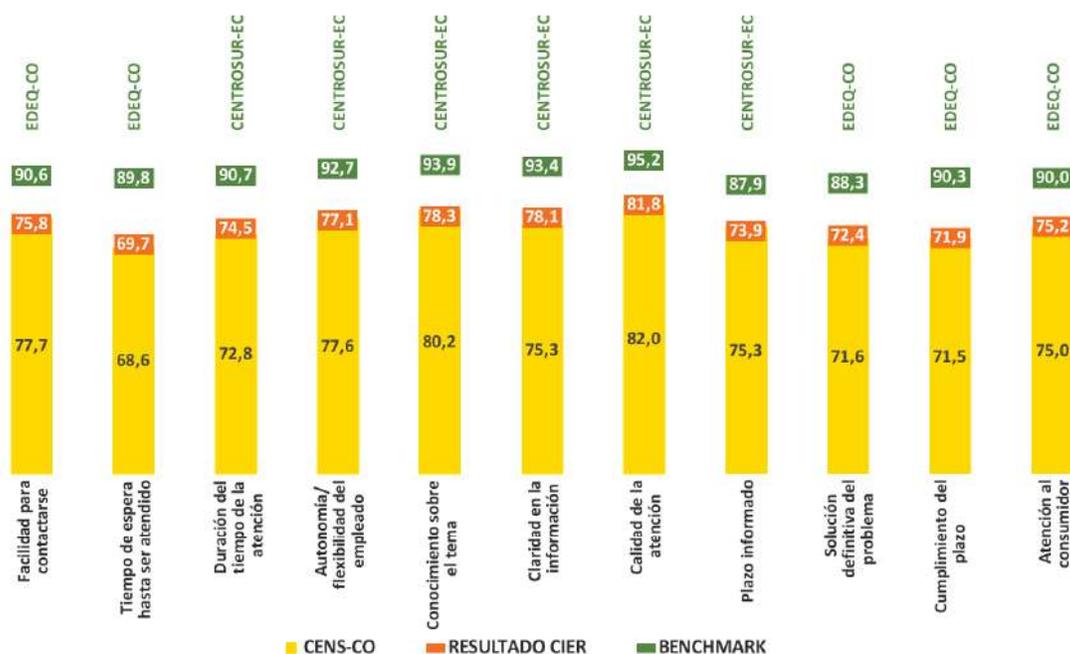
(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

## 8.4. Atención al Consumidor

Esta área está compuesta por diez atributos (\*), que son:

- Facilidad para entrar en contacto con la empresa cuando necesita pedir informaciones o servicios;
- Tiempo de espera hasta ser atendido, es decir, el tiempo en filas o esperando en un teléfono;
- El tiempo que dura la atención - agilidad de los empleados en el momento de la atención al consumidor;
- Habilidad (autonomía, flexibilidad) del empleado (persona que atiende) para dar respuesta al consumidor;
- Conocimiento que los empleados tienen sobre el tema;
- Claridad de la información brindada por el personal que atiende (facilidad de comprensión de las informaciones dadas por las personas que atienden);
- Calidad de la atención, en cuanto a la cortesía, respeto y amabilidad con el consumidor;
- Plazo/tiempo informado por la empresa al consumidor para la realización de los servicios solicitados;
- Solución definitiva del problema, es decir, resolver el problema de una vez (no necesita hacer el pedido otra vez);
- Cumplimiento de los plazos/tiempos informados por la empresa de energía para resolver las solicitudes.

En 2010, fueron incluidos dos atributos en esta área: “solución del problema en el primer contacto” y “habilidad del empleado para dar respuesta al consumidor (autonomía/flexibilidad)”. En 2011, el atributo “solución del problema en el primer contacto” fue transformado en pregunta complementaria incluida en el conjunto destinado a evaluar la atención al consumidor. Además de eso, es importante decir que el atributo “habilidad del empleado para dar respuesta al consumidor (autonomía/flexibilidad)” se mantuvo. Recordando que el atributo incluido en 2010 no es considerado en el cálculo del índice del área (IDAR), ni en el cálculo del ISCAL y tampoco es representado en la matriz del apoyo la definición de las mejoras.



Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

## 8.5. Imagen

Esta área está compuesta por nueve atributos (\*), que son:

- Empresa que respeta los derechos de los consumidores;
- Empresa correcta con sus consumidores, si comete errores los corregirá - empresa justa;
- Ser una empresa que invierte para proveer energía a más consumidores y con calidad;
- Empresa que busca informar y aclarar a sus consumidores con respecto a su actuación;
- Empresa que se ocupa de evitar fraudes como los hurtos de energía, etc.;
- Empresa que ofrece la misma atención a todos los consumidores, que no promueve ningún tipo de discriminación;
- Empresa que está dispuesta a negociar con sus consumidores, es decir, empresa flexible;
- Empresa que se ocupa del medio ambiente, de la preservación de la naturaleza;
- Empresa preparada y con buena organización para atender su región/zona en casos de tormentas, terremotos, vientos huracanados u otras emergencias climáticas.

Aquí es importante destacar que el atributo “Empresa preparada y con buena organización para atender su región/zona en casos de tormentas, terremotos, vientos huracanados u otras emergencias climáticas”, que hizo parte de la encuesta en 2011, pero no fue aplicado en 2012, y volvió a hacer parte de la encuesta en 2013. Sin embargo, es importante decir que este atributo no es considerado en el cálculo del índice del área (IDAR) ni en el cálculo del ISCAL.



Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

## 8.6. Responsabilidad social

Esta área es compuesta por diez atributos, siendo ocho exclusivos y dos que son evaluados en el área “imagen”, que son: “Empresa que se ocupa de evitar fraudes como los hurtos de energía, etc.” y “Empresa que se ocupa del medio ambiente, de la preservación de la naturaleza”. (P63)

Se resalta que ese tema, aunque sea de importancia para la comprensión de la satisfacción del consumidor, no es considerado en el cálculo de los índices compuestos de satisfacción, tales como ISCAL e ISC. Sin embargo, deben ser monitoreados y, eventualmente, trabajados por la distribuidora, con la intención de obtener mejores niveles de satisfacción general.

### Esta área está compuesta por ocho atributos (\*), que son:

- Empresa que ofrece apoyo o realiza programas sociales, como por ejemplo, programa de incentivo al deporte, a la mejora de la educación y las condiciones de salud;
- Empresa que realiza u ofrece apoyo a eventos culturales, como por ejemplo, la realización de conciertos, exhibición de películas, obras de teatro, exposiciones, etc.;
- Empresa que se ocupa de la prevención de accidentes con la red eléctrica y seguridad de la población;
- Empresa que invierte para llevar energía eléctrica a zonas/regiones que no cuentan con el servicio de energía eléctrica;
- Empresa que contribuye para el desarrollo económico de su ciudad/municipio/comuna;
- Empresa que facilita el acceso de los ciudadanos con edad avanzada o discapacitados en sus puntos de atención y medios de comunicación con consumidores;
- Empresa que cumple con sus obligaciones con todos los públicos con los cuales se relaciona, sean ellos consumidores, empleados, proveedores/suministradores, gobierno, etc. (empresa honesta);
- Empresa que ofrece buenas condiciones de trabajo para sus funcionarios (ofrece beneficios, invierte en capacitaciones, garantiza la seguridad física del funcionario).

En el 2010, el atributo “empresa que ofrece buenas condiciones de trabajo a sus empleados” y el “empresa honesta, que cumple con sus obligaciones” fueron incluidos en la encuesta, pero estos no componen el índice del área ni tampoco del ISCAL.

---

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

Así, el índice del área de ‘Responsabilidad Social’ considera en su cálculo los seis atributos tradicionales del área (sin los dos incluidos en 2010), y los dos atributos del área “imagen”, como ya fue mencionado.

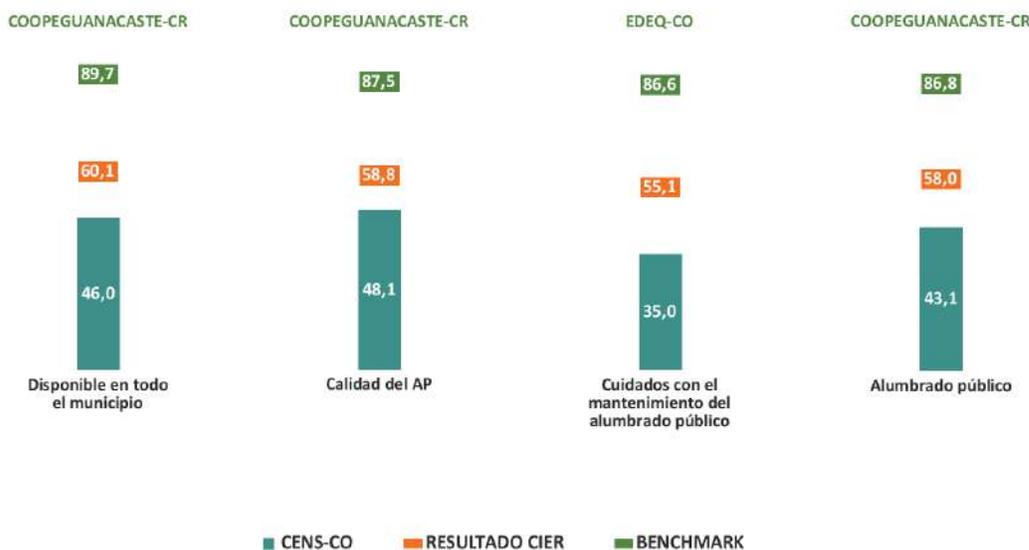


Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

## 8.7. Alumbrado Público

Esta área está compuesta por tres atributos (\*), que son:

- Tener alumbrado público disponible en toda la ciudad/municipio/comuna;
- Tener alumbrado de calidad, es decir, calles y plazas bien alumbradas;
- El mantenimiento que le hacen al alumbrado público en calles y plazas (cambio de lámparas, postes etc.).



Observe, en el apéndice 1, los índices de los atributos y del área calculados para las variables de caracterización de los encuestados (género, edad, nivel de escolaridad e ingreso familiar).

(\*) la redacción de los atributos es la utilizada para el conjunto de preguntas de la recolección de los datos referidos a la importancia. Nótese que, en los gráficos, los atributos se encuentran resumidos.

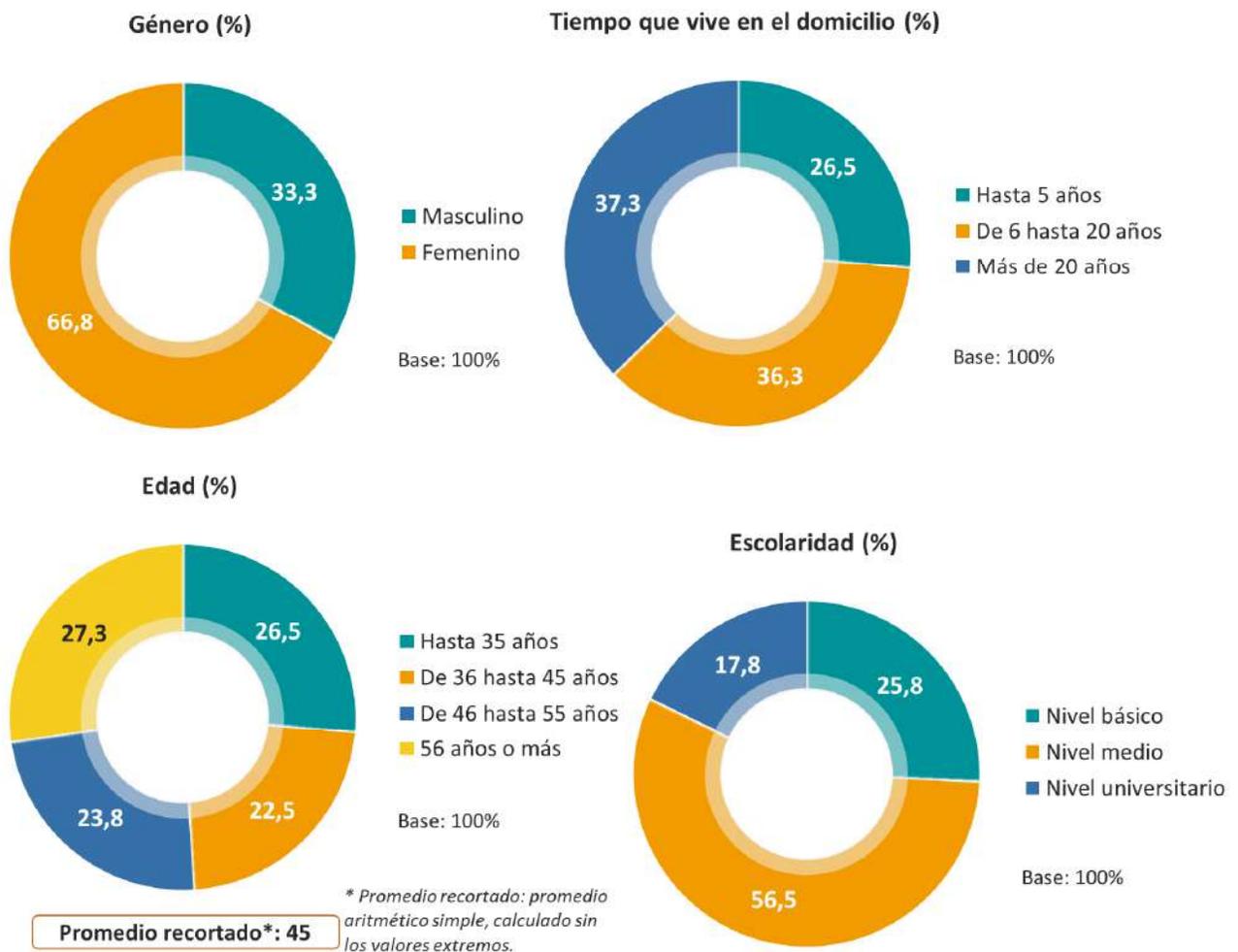
# 14. Análisis

## Complementarias

En ese capítulo serán presentados los resultados de los bloques de preguntas complementarias del cuestionario que aún no fueron tratados en el informe. Estos son cuestionamientos que permiten definir el perfil sociodemográfico de los consumidores.

### 14.1. Caracterización de los encuestados

A continuación se muestran los resultados obtenidos para las variables: tiempo que vive en el domicilio (V4); género (V343); edad (V5); escolaridad (V6) y principal ocupación (V344).



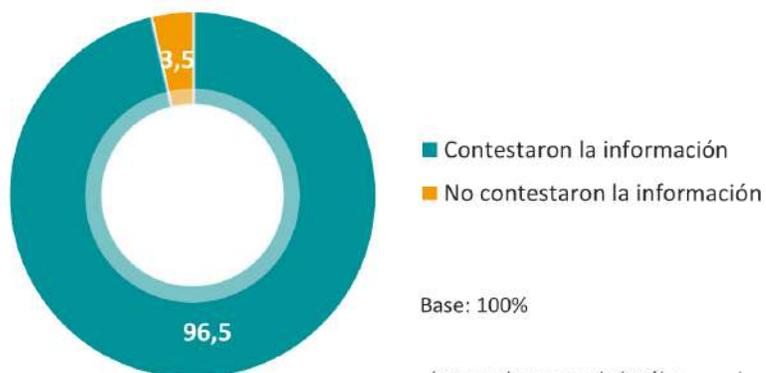
### Ocupación principal (%)



Base: 100%

Durante la presentación de la investigación, al encuestado le fue enseñada una tarjeta con rangos de ingresos familiares, para que él señalara el ingreso correspondiente a su domicilio. Al final de la encuesta, se le requirió otra vez la información del ingreso familiar mensual (P80). Sin embargo, en ese momento, el encuestado debería contestar un valor (respuesta abierta) y no un rango de ingreso. Cuando preguntados sobre el valor del ingreso familiar mensual, hay algunas reacciones posibles a la pregunta, como por ejemplo: hay aquellos que no tienen problemas para informar el valor, aquellos que contestan que no es posible o es difícil estimar porque la renta varía mucho por mes y aquellos que se niegan a contestar el valor abierto. Para todos aquellos que contestaron un valor, aunque haya sido un valor aproximado, se calculó el promedio de ingresos familiares. Siguen los resultados obtenidos:

### Información de ingreso familiar (%)



Base: 100%

**Promedio recortado\*: US\$ 259,06**

\* Promedio recortado (US\$): promedio aritmético simple, calculado sin los valores extremos.