

Estrategia de comunicación para mejorar la calidad en la atención de los usuarios de la empresa de energía eléctrica Air-e S.A.S. E.S.P.

Nombres y apellidos

Delfina Cuesta Ríos

Código estudiantil:

2020123226859

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de:

Magíster en Sistemas de Gestión

Tutor(es):

Ludys López Polo

RESUMEN

Este trabajo propone una estrategia de comunicación orientada al mejoramiento de la calidad en la atención a los usuarios de la empresa Air-e S.A.S. E.S.P., entidad que realiza la prestación del servicio de energía eléctrica en los departamentos de Atlántico, Magdalena y La Guajira.

La investigación surge, principalmente a partir de la tendencia creciente en los reportes de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR) y de factores como la deficiente comunicación e inconformidad frente a los tiempos de respuesta entre la empresa y los usuarios.

La investigación aplicada se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y mediante un diseño no experimental y transeccional, utilizando como técnica de recolección de datos una encuesta aplicada a una muestra de 436 usuarios seleccionados aleatoriamente, ubicados en las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Riohacha.

El cuestionario fue construido bajo las dimensiones del modelo SERVQUAL y validado en su contenido y consistencia interna a través de juicio de expertos y el coeficiente de Alfa de Cronbach, respectivamente. Los datos fueron analizados mediante la estadística descriptiva.

Los resultados evidenciaron que la mayoría de los usuarios pertenece a los estratos 1, 2 y 3, con predominio de jóvenes y adultos que utilizan con frecuencia herramientas digitales. Este perfil exige mensajes simples, directos y acordes con su contexto sociocultural, así como contenidos más detallados para el grupo significativo de usuarios con formación técnica o profesional.

Así mismo, los resultados permitieron identificar fortalezas, como la buena presentación del personal y las condiciones adecuadas de las oficinas. Sin embargo, también se evidenciaron brechas importantes en la empatía, la fiabilidad del servicio y la precisión de la facturación.

Algunos usuarios también manifestaron que la empresa no cumple con los compromisos relacionados con visitas técnicas, reconexiones o solución de daños.

Estas percepciones influyeron directamente en la confianza y muestran la necesidad de reforzar los procesos internos y la comunicación. La fiabilidad fue uno de los aspectos con mayor señalamiento negativo. Una proporción considerable de usuarios reportó tiempos de respuesta prolongados o falta de solución a sus solicitudes, lo que debilita la percepción de calidad.

En la dimensión de comunicación, aunque el lenguaje fue valorado positivamente, persisten dificultades para acceder a información actualizada sobre cortes y trámites, y se mantiene una fuerte dependencia del canal telefónico. Lo anterior evidenció la necesidad de promover de manera activa el uso de los canales digitales para diversificar y agilizar la atención.

Con base en el diagnóstico realizado, se diseñó una estrategia multicanal, clara y segmentada, orientada a mejorar la experiencia del cliente, fortalecer la confianza y permitir un monitoreo constante de la atención brindada a través de una plataforma digital denominada “Air-e Conecta Contigo”.

En este escenario, la aplicación móvil “Air-e Conecta Contigo” se planteó como una herramienta estratégica para fortalecer la relación con el usuario. Su uso permitirá mejorar el acceso a información en tiempo real, facilitar el seguimiento de solicitudes y aportar mayor transparencia.

La estrategia cuenta con unos indicadores que permitirán establecer su efectividad a corto y mediano plazo y evaluar su impacto en términos de adopción tecnológica, eficiencia y satisfacción.

Las conclusiones evidenciaron que mejorar los tiempos de respuesta, fortalecer la empatía y optimizar la comunicación son pasos esenciales para consolidar la confianza y la fidelización de los usuarios en los departamentos del Atlántico, Magdalena y La Guajira.

Palabras claves: estrategia de comunicación, calidad en el servicio, percepción del usuario, SERVQUAL.

ABSTRACT

This paper proposes a communication strategy aimed at improving the quality of customer service at Air-e S.A.S. E.S.P., a company that provides electricity services in the departments of Atlántico, Magdalena, and La Guajira. The research arises mainly from the growing trend in reports of requests, complaints, and claims (PQR) and factors such as poor communication, dissatisfaction with response times, between the company and users.

The applied research was developed using a quantitative approach and a non-experimental, cross-sectional design, using a survey applied to a sample of 436 randomly selected users located in the cities of Barranquilla, Santa Marta, and Riohacha as the data collection technique.

The questionnaire was constructed based on the dimensions of the SERVQUAL model and validated in terms of content and internal consistency through expert judgment and Cronbach's alpha coefficient, respectively. The data were analyzed using descriptive statistics.

The results showed that most users belong to socioeconomic strata 1, 2, and 3, with a predominance of young people and adults who frequently use digital tools. This profile requires simple, direct messages that are consistent with their sociocultural context, as well as more detailed content for the significant group of users with technical or professional training.

The results also identified strengths, such as the professional appearance of staff and the adequate conditions of the offices. However, significant gaps were also evident in empathy, service reliability, and billing accuracy. Some users also stated that the company does not fulfill its commitments related to technical visits, reconnections, or damage repair.

These perceptions directly influenced trust and show the need to strengthen internal processes and communication. Reliability was one of the aspects with the most negative feedback. A considerable proportion of users reported long response times or a lack of resolution to their requests, which weakens the perception of quality.

In terms of communication, although language was rated positively, difficulties persist in accessing up-to-date information on court cases and procedures, and there remains a strong dependence on the telephone channel. This highlighted the need to actively promote the use of digital channels to diversify and streamline customer service.

Based on the diagnosis, a clear and segmented multichannel strategy was designed to improve the customer experience, strengthen trust, and enable constant monitoring of the service provided through a digital platform called “Air-e Conecta Contigo.”

In this scenario, the “Air-e Conecta Contigo” mobile application was proposed as a strategic tool to strengthen the relationship with users. Its use will improve access to real-time information, facilitate the tracking of requests, and provide greater transparency.

The strategy includes indicators that will enable its effectiveness to be established in the short and medium term and its impact to be assessed in terms of technology adoption, efficiency, and satisfaction.

The conclusions showed that improving response times, strengthening empathy, and optimizing communication are essential steps to consolidate user trust and loyalty in the departments of Atlántico, Magdalena, and La Guajira.

Keywords: communication strategy, service quality, user perception, SERVQUAL.

REFERENCIAS

- Air-e. (2023). *Quiénes somos*. <https://www.air-e.com/nuestra-empresa/quienes-somos/estructura-administrativa/>
- Air-e. (2023). *Informe Integrado de Gestión 2021*. <https://www.aire.com/Portals/aire/documentos/nuestra-empresa/informe-de-gestion-air-e-2021.pdf>
- Air-e. (2023). *Quiénes somos*. <https://www.air-e.com/nuestra-empresa/quienes-somos/estructura-administrativa/>
- Air-e. (2023, febrero 23). *Informe Integrado de Gestión 2021*. <https://www.air-e.com/Portals/aire/documentos/nuestra-empresa/informe-de-gestion-air-e-2021.pdf>
- Alcaldía Distrital de Riohacha. (s.f.). *Plan de Ordenamiento Territorial 2002 – 2015*.
https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/28950/EMRE_RiohachaGuajira_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alcaldía de Barranquilla. (2023). *Las cinco localidades del distrito de Barranquilla*.
<https://www.barranquilla.gov.co/descubre/conoce-a-barranquilla/territorio>
- Alcaldía de Santa Marta. (2023). *Localidades del distrito*.
https://www.santamarta.gov.co/sites/default/files/rendicion_2020_alcaldesa_virna_johnson.pdf
- Alcaide, J. C. (mayo de 2015). *Google Academic*.
PA11&dq=dise%C3%B1o+estrategias+de+comunicacion+mejorar+percepcion+calidad+de+servicio+en+empresa+de+energia&ots=RmXhPxw4Hy&sig=MtdcYa1r_6n0pfzOZ9P3y0t1co#v=onepage&q&f=false
- Apaolaza, F. y. (2002). *Dialnet*. <file:///D:/Users/144944238/Downloads/Dialnet-FidelizacionDeClientes-3782851.pdf>
- Arenas Mantilla, S. D. (2023). *Calidad de servicios eléctricos y su influencia en satisfacción de usuarios en una empresa pública distribuidora de electricidad*, Arequipa, 2023.

- Arias Flores, L. (2019). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María*.
- Balbi, M., Balbi, N., & Cañibano, R. (2014). *Optimización del ciclo de servicio de un restaurante mediante la aplicación de tecnología informática*.
- Bárcena Ibarra, A., Samaniego, J., Peres, W., & Alatorre, J. E. (2020). *La emergencia del cambio climático en América Latina y el Caribe: ¿seguimos esperando la catástrofe o pasamos a la acción?*. CEPAL.
- Blanco, M. M. S. (2019). Ciclo de servicios y mapa de proceso adaptados a la industria hotelera. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 10(32), 150-174.
- Botia Fonseca, O., & Rivera Moreno, D. P. (2008). *Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo Unipharm Bogotá*.
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., y Tello, M. (2019). *Fundamentos de la calidad del servicio, el modelo SERVQUAL*. *Revista Empresarial*; 13(2): 1 - 15.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Cañar Olmedo, S. P. (2007). *Cálculo detallado de pérdidas en sistemas eléctricos de distribución aplicado al alimentador UNIVERSIDAD perteneciente a la Empresa Eléctrica Ambato regional Centro Norte SA* (Bachelor's thesis, QUITO/EPN/2007).
- Capitán Llaguento, N. M. (2018). *Relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente de tienda Ripley en Plaza Sur-Lima, 2017*.
- Carlzon (1986). *Moment of Truth Theory*.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cronin Jr, J. J. (1994). An assessment of the role performance measurement of power-dependency in marketing channels. *dependency in marketing channels.*, 30- 201-210.
- De Martino Gutiérrez, I. R. (2016). *Gestión del servicio al cliente para el mejoramiento de procesos en la empresa: una revisión de conceptos*.

Durán Manjarrés, F. (2017). Plan de mejoramiento del servicio al cliente en el country international hotel.

Dimensión Empresarial, 11(1), 92 - 102. <https://doi.org/10.15665/rde.v11i1.163>

Espinoza Torres, J. G. (2019). *Propuesta de mejora del servicio de Defensa Pública de la Dirección Distrital de Ancash*, 2018.

Gómez, D. (s.f.). SERVQUAL: guía básica sobre el modelo de calidad de servicio.

<https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>

Gómez, F. S. (2016). Tópicos de Actualidad, La Comunicación. *Revista Salus*, vol.20(no.3), 5-6.

http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S131671382016000300002&script=sci_arttext

Guerrero, J. L. García, J. L., & Martínez, S. J., (2018). Sistema de gestión de calidad y certificación ISO 9001: 2008-Limitantes y desafíos para las Pymes. *Revista Espacios*, 39(09).

Gutiérrez Gómez, J. D., & Playonero Ortiz, D. J. (2019). *Importancia de la gestión de la calidad en el mejoramiento del servicio al cliente*.

Heraldo, D. E. (Miércoles 23 de Septiembre de 2020). Nuevas empresas de energía arrancan desde el 1 de octubre. (L. Mouthón, Ed.) *Economía El Heraldo*, pág. 2.

<https://www.elheraldo.co/economia/nuevas-empresas-de-energia-arrancan-desde-el-1-de-octubre-760565>

Hoyos-Estrada, S. (2021). Marketing, Gestión de la Calidad Total y Benchmarking: una revisión de la literatura. *Revista científica anfibios*, 4(2), 64-71.

Jiménez, D. F., Ocampo, M. C., Ocampo Gómez, S., & Cadavid Álvarez, H. (2011). *Comunicación empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos de comunicador en las organizaciones* (Segunda ed.). (M. C. Ocampo, Ed.) Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Ecoe Ediciones-Universidad de La Sabana.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=advDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=Para+Michael+Rittet+la+comunicacion+interna+es+tierra+de+nadie&ots=IWFV-Zy2eI&sig=K6o7TdEV34CGno3II91skdsI9gc#v=onepage&q&f=false>

- Jiménez, D. F., Ocampo, M. C., Ocampo Gómez, S., & Cadavid Álvarez, H. (2011). *Comunicación empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos de comunicador en las organizaciones* (Segunda ed.). (M. C. Ocampo, Ed.) Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Ecoe Ediciones-Universidad de La Sabana. Recuperado el 5 de Diciembre de 2022, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=advDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=Para+Michael+Rittet+la+comunicacion+interna+es+tierra+de+nadie&ots=IWFV-Zy2eI&sig=K6o7TdEV34CGno3II91skdsI9gc#v=onepage&q&f=false>
- Macarena Navarro, P. (2003). Adquisición del lenguaje. El principio de la Comunicación. *Revista de Filología y su Didáctica*,(26), 321-347. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/13138/file_1.pdf?sequence=1
- Martínez, L., & El Kadi, O. (2019). Logística integral y calidad total, filosofía de gestión organizacional orientadas al cliente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(7), 202-232.
- Mirza, C. A. (2006). *Movimientos sociales y sistemas políticos en América Latina: la construcción de nuevas democracias*. Clacso.
- Morocho Revollo Thalia Carolina, S. V. (1 de Agosto de 2018). *Revista Científica de Administración, Valor Agregado*. Obtenido de Revista Científica de Administración, Valor Agregado:https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1279/1622
- Norshidah Mohamed, H. H. (1 de Noviembre de 2009). *Google Academic*. Obtenido de Google Academic: <https://academic-publishing.org/index.php/ejeg/article/view/508>
- Obando, Lali y Ojeda, Adriana (2013), *Auditoría interna a los procesos misionales de la empresa de servicios públicos EMPSA E.S.P. bajo los requisitos de la NORMA NTC GP 1000:2009*. Informe final de Trabajo de Grado. Universidad de Nariño, San Juan de Pasto. <http://sired.udenar.edu.co/id/eprint/2325>
- Ojeda Forero, B. K., & Caicedo Díaz, J. A. (2022). *Propuesta de plan de mejoramiento del servicio al cliente de droguerías popular de Tumaco año 2022-2023*.

OLADE (2022). *Panorama Energético de América Latina y el Caribe 2022*.

<https://www.olade.org/publicaciones/panorama-energetico-de-america-latina-y-el-caribe-2021-2/>

OpenAI. (2025). Imagen generada por ChatGPT/DALL·E para la campaña “Conecta Contigo” [Imagen generada por IA]. ChatGPT.

Parasuraman, Ananthanarayanan; Zeithaml, Valerie y Arvind Malhotra (2005). ESQUAL: A multiple item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research* Vol 7. No 3. pp. 213- 234.

Parasuraman, Ananthanarayanan; Valerie Zeithaml and Leonard Berry (1985). A conceptual model of service quality and its implications future research. *Journal for Marketing* No. 49. pp.41-50

Parasuraman, Ananthanarayanan; Valerie Zeithaml and Leonard Berry (1988). ERVQUAL: A multiple-item scale for measuring perceptions of service consumer quality, *Journal of Retailing*. No. 64 pp. 12-40

Patiño Toro, O. N. (2019). *Formulación de estrategias para el mejoramiento de actitudes y conocimientos de estudiantes de Administración de Medellín, frente a procesos de gestión de tecnología e innovación*.

Pazos, J. G. (2020). *Medios de Comunicación, ¿al servicio de quién?* (Primera edición: ed.). (N. Arata, M. F. Pampín, L. Sablich, M. Leguizamón, & N. Sticotti, Edits.) Ciudad

Perea Valencia, C. D., & Giraldo Osorio, V. (2023). *Propuesta de mejoramiento al servicio al cliente en el Hotel Bella Del Mar ubicado en el sector de las playas de Pianguita zona rural del distrito de Buenaventura*.

Pérez, F. L., Escudero Nahón, A., & Bas Cerdá, M. d. (enero-junio de 2019). Instrumentos para medir la habilidad de comunicación: una revisión sistemática. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9(18), 18. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672019000100102

- Pierre, E. y Langeard, E. (1989). *SERVUCCION, El Marketing de Servicios*. España: Editorial McGraw – Hill.
- Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances en psicología*, 23(1), 9-17.
- Roldán Toapanta, M. E. (2022). *Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica* (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Administración de Empresas).
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Samuel, M. T., & Stanescu, C. L. V. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Revista Científica Compendium*, 18(35).
- Solomon. (1 de Diciembre 2019-Noviembre 2020 de 2004). *Revistas Unilibre*. Obtenido de Revistas Unilibre: https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gerencia_libre/article/view/7647/6734
- Tello, P. K. H., García, J. L., & Valencia, H. J. O. (2022). Calidad del servicio, expectativas del usuario y comunicación efectiva fuentes de satisfacción del usuario. *Ciencia Digital*, 6(4), 48-75.
- Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Red Med*, 6, 31. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44275060/Satisfaccion_del_Cliente-libre.pdf?1459466051=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1674324378&Signature=LXbwW88uU8r0cOhA9rZ~S8ta-YAoN1-aFZkY3VJPr8msqkygON
- Toscano Huaman, J. Y. (2018). *La satisfacción del cliente en la Empresa Claro, Cercado de Lima*. Obtenido repositorio institucional digital Universidad César Vallejo del Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89408>