



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020- CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

PLAN DE MEJORA EN LA PERCEPCIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE CNEL EP DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SUCUMBÍOS DE LA AGENCIA LAGO AGRIO.

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autora:

MENDOZA CONDE JESSICA VALERIA

Tutora:

MG. TÚLCAN PÁSTAS ANA LUCÍA

Quito – Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Mg. Tulcán Pastás Ana Lucia con C.I: 040137108-3 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: PLAN DE MEJORA EN LA PERCEPCIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE CNEL EP DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SUCUMBÍOS DE LA AGENCIA LAGO AGRIO.

Elaborado por: Mendoza Conde Jessica Valeria, de C.I: 210034164-9, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 16 de Marzo de 2022

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema.....	1
Problema de investigación	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	3
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
1.1. Contextualización general del estado del arte.....	4
1.2. Proceso investigativo metodológico	8
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	17
2.1. Fundamentos teóricos aplicados.....	17
2.2 Descripción de la propuesta	19
1.1. Validación de la propuesta	34
Instrumento para validar	35
Resultados de la validación	36
1.2. Matriz de articulación de la propuesta	37
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES.....	39
BIBLIOGRAFÍA.....	40
ANEXOS	43

Índice de tablas

Tabla 1 Departamento Relacionado con Atención Al Cliente	9
Tabla 2 Personal de Atención al cliente	9
Tabla 3 Entrevista	15
Tabla 4 FODA	26
Tabla 5 FODA Cruzado	27
Tabla 6 Mejora 1.....	28
Tabla 7 Mejora 2.....	28
Tabla 8 Mejora 3.....	29
Tabla 9 Mejora 4.....	29
Tabla 10 Plan de Acción.....	30
Tabla 11 Presupuesto	32
Tabla 12 Seguimiento de estrategias	33
Tabla 13 Descripción de perfil de validadores.....	34
Tabla 14 Criterios de Evaluación	35
Tabla 15 Escala de evaluación de criterios	35
Tabla 16 Preguntas Instrumento de validación.....	36
Tabla 17 Resultados validados	36
Tabla 18 Matriz de articulación	37

Índice de figuras

Figura 1 Servicio Brindado por CNEL EP	10
Figura 2 Comunicación de usuarios.....	11
Figura 3 Ambiente Laboral	11
Figura 4 Interés al trabajador	12
Figura 5 Agilidad de la Atención	12
Figura 6 Atención al cliente	13
Figura 7 Conocimiento del servicio	13
Figura 8 Tiempo de Atención	14
Figura 9 Respuestas de Atención al Cliente	14
Figura 10 Capacitaciones personales	15
Figura 11 Plan de Mejora	19
Figura 12 Estructura del Área de Atención al Cliente	20
Figura 13 CNEL APP	21
Figura 14 CALL CENTER	22
Figura 15 Encuesta CIER	23
Figura 16.....	24

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

Es importante comprender la calidad del servicio al cliente para valorar sus problemas y resolverlos en tiempo real, ofrecer un servicio al cliente adecuado y eficaz, además de proporcionar productos y servicios, ayuda a una empresa a garantizar el éxito.

Las constantes innovaciones en la tecnología institucional, obligan a todas las empresas que busquen ser competitivas, por eso las instituciones públicas, las mejoras se ha demostrado con nuevos métodos de servicio al consumidor que buscan brindar eficacia en el servicio.

La atención al cliente es una herramienta de marketing indirecto que puede ser eficaz si es utilizada de forma correcta, el éxito de las empresas depende de la capacidad de poder captar clientes y mantenerlos.

La necesidad del consumidor debe ser tomada como primordial en los negocios y de todo procedimiento estratégico de una institución.

Una empresa que desee proporcionar un servicio al cliente sin errores debe invertir no solo en sus productos, sino también en lo que corresponde a los clientes.

Los usuarios cada día son más exigentes, ya no sólo buscan costos, sino también, un excelente servicio bien hecho, una atención rápida, comodidad y un trato personalizado.

Es importante darle atención a este departamento de la empresa, sin importar el giro de negocio o tamaño de la institución, ya que el servicio al cliente debe visualizarse como un componente proactivo, que busque satisfacer las necesidades de los usuarios.

Por lo tanto, mejorar la percepción del servicio al cliente de CNEL EP Unidad de Sucumbíos Agencia Lago Agrio, es un beneficio para la provincia de Sucumbíos, que es una zona comercial de la amazonia y cada vez tiende a crecer su población y por ende un recurso indispensable es proveer el servicio de energía eléctrica y para ello deben de tener un servicio de atención al cliente de calidad. Para lograr se necesita realizar un plan de mejora que permita cumplir con los requerimientos de los usuarios o consumidores tanto en el trato y en las respuestas que le dan.

Problema de investigación

CNEL EP UN SUCUMBIOS, en los últimos años ha tenido rendimiento muy bajo en la prestación de la calidad de los servicios, lo que se ha visto reflejado en las constantes quejas que cada día los clientes interponen en el departamento de atención al público.

Centenares de clientes visitan la agencia Lago Agrio, en todos los balcones de servicio, o departamentos correspondientes, para colocar sus reclamos, solicitudes, proyectos, etc., y al no contar con una atención e imagen diseñada, como lo indican los procedimientos comerciales, tiende a perderse la credibilidad y confianza de los usuarios.

Los usuarios reclaman situaciones de disgusto en lo que corresponde a la distracción de los funcionarios que fungen atención al cliente, como, por ejemplo: utilización del celular móvil, conversaciones entre los funcionarios por temas personales, etc., la misma que no permite desarrollar las funciones con calidad.

Se ha visualizado la falta de amabilidad al instante de recibir el reclamo por parte del usuario, donde a muchos no les agrada esa conducta y eso les da preocupación, porque ellos necesitan solucionar sus problemas, otro de los factores es también el tiempo de espera, al ingresar el máximo de personas permitidas que buscan remediar sus problemas con la entidad, como por ejemplo: corte del servicio eléctrico, daño de artefactos quemados, exceso de consumo de energía, cambio de tarifa, cambio de medidor, etc.

CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, ingresa un numero mayoritario de quejas, que corresponde al servicio de atención al cliente, formando aprietos y disgustos a los empleados y eso lleva que los reclamantes consideren como un nivel bajo de atención de la institución, la aglomeración de usuarios en horas puntas y no saber cómo remediar, está facilitando la inseguridad con el público, y mala reputación de boca en boca, y es ahí donde se destacara la presente investigación.

Por esto se plantea saber el nivel de conocimiento de los usuarios sobre las prestaciones que realiza la institución y la percepción sobre la calidad de estos, para poder situar estrategias que permitan colocar una imagen de trabajo eficiente.

Objetivo general

Realizar un plan de mejoras de atención al servicio al cliente para la satisfacción de los usuarios de CNEL EP UN SUCUMBÍOS Agencia Lago Agrio.

Objetivos específicos

- Sustentar la investigación a través de teorías de la eficacia del servicio y la satisfacción de los clientes.
- Diagnosticar los errores que se registran en la atención al público en el Departamento de Atención al cliente de CNEL EP UN SUC.
- Diseñar un plan de mejora, en la atención y servicio al cliente en CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio.
- Valorar a través de criterio de profesionales la propuesta.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Tras el desarrollo de este plan de mejora, es que la institución asegure su permanencia y posicionamiento con el grado de aceptación del usuario y estableciendo a los usuarios una estupenda calidad de servicio y una excelencia institucional.

El aporte que brinda a la sociedad, el Plan de Mejora de la Percepción de Atención al Cliente de CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, es aumentar la satisfacción del usuario y tener una empresa organizada, sostenible y pueda contribuir en mantener y generar fuentes de trabajo en la provincia de Sucumbíos.

Los beneficiarios directos es el personal administrativo, porque permitirá mejorar su desempeño y esto generaría que empiecen a trabajar de manera relacionada y en conjunto, con el único objetivo de cumplir con las expectativas del usuario, cumpliendo así con los objetivos empresariales y los procedimientos que administran para su servicio..

Beneficiarios indirectos son los usuarios, porque permitirá que el cliente vaya satisfecho logrando así satisfacer de forma completa sus necesidades sobre los tramites que facilita el Área de Atención al Cliente de CNEL EP Unidad de Negocio Sucumbíos Agencia Lago Agrio.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

El proyecto titulado como “Plan de mejora en la percepción de CNEL EP DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SUCUMBÍOS AGENCIA LAGO AGRIO “, es mejorar la atención y servicio que esto es una prioridad para la Corporación, donde permitan establecer condiciones de progreso, y la empresa fortalezca sus modelos de servicio, realizando así que los beneficiarios del servicio sean atendidos de manera óptima y eficaz.

De toda la información se podrá comprobar la calidad del servicio de acuerdo a los procedimientos vigentes que faltan para obtener el agrado de los usuarios.

Se ha tomado en cuenta el proyecto “Análisis de la percepción de la Unidad de Negocio Guayaquil de la CNEL EP del sector residencial de la zona norte en la ciudad de Guayaquil”. (Ordoñez Torres, 2017, pág. 8), publicado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, su objetivo es:

“Analizar la percepción, la imagen actual y las creencias referentes a la existencia y labor de la Unidad de Negocio Guayaquil de CNEL EP”, (Ordoñez Torres, 2017) “Para cumplir con los objetivos utilizaron herramientas cuantitativas y cualitativas en base a entrevistas y encuestas, aplicaron el Target de aplicación por la población es superior a 100.000 personas obteniendo así 384 encuestas”.

Según la conclusión afirma que:

“La imagen de la UN GYE de CNEL EP está poco posicionada en la mente de los usuarios que tienen el servicio de energía eléctrica, realmente no conocen el nombre actual de la institución, por lo que la empresa debe potenciar la publicidad y campañas de comunicación, este aporte ha sido importante porque se ha podido verificar el impacto social interno y externo, para sustentar la implementación de procesos de actualizaciones, donde mejorarían los factores que indican en su satisfacción al cliente”. (Ordoñez Torres, 2017, pág. 12).

En base al “Plan de mejoramiento en la atención y servicio al cliente en el restaurante Egipto en el barrio La Mariscal del D.M. de Quito”, informado por la Universidad Tecnológica Israel, ha permitido verificar:

El alto registro de reclamos, en lo concerniente a la atención y servicio al usuario y que esto ha generado conflicto y malestar al grupo de trabajo, por lo que han visto la

necesidad de utilizar las entrevistas y encuestas, que les permitirán aumentar la rentabilidad y clientela en el restaurante a investigar del sector. (Vivas Rojas , 2018, pág. 17)

De acuerdo a (Vivas Rojas , 2018), determinó que es importante “Conjugar tanto la teoría como la práctica, fortaleciendo habilidades y competencias, que les servirán para cambiar y corregir falencias del restaurante”.

Otro tema importante que se ha podido verificar es “La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios del departamento de atención al cliente de la corporación nacional de electricidad CNEL EP del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2017.” (Reyes Zambrano Y. A., 2018), publicado por la Universidad Estatal Peninsular de Santa Elena, su objetivo principal es elaborar un programa de calidad del servicio que permita el mejoramiento del servicio al usuario, para plasmar este plan han utilizado un enfoque mixto, con método deductivo e inductivo que les permitirá analizar la situación que afronta el personal de Atención al Cliente, como también identificara las necesidades de los usuarios.

Por lo tanto (Reyes Zambrano Y. A., 2018), concluye que “se debe realizar un estudio periódico del escenario actual en la que se encuentra la institución, para convertir sus debilidades en fortalezas, teniendo en cuenta que anuncien las necesidades y exigencias de los clientes para lograr la satisfacción total de los mismos”.

El proyecto “Evaluación de Estrés Laboral en el Personal Operativo del Centro de Operaciones de Control de CNEL EP de la ciudad de Manta – Manabí 2018”, (Zambrano Loor, 2018) publicado por la Universidad Internacional SEK, es con la finalidad de “determinar la influencia que tienen los niveles de estrés laboral y su sintomatología en el personal operativo y para el estudio utilizo la metodología del cuestionario sobre el estrés laboral de la Organización Internacional del Trabajo – Organización Mundial de la Salud y Escala Sintomática de Estrés, aplicaron la técnica de observación como medio para identificar de forma directa el problema”.

(Zambrano Loor, 2018) Concluyo que pudo encontrar “Los niveles de estrés laboral en general son nivel intermedio y que los factores de: tecnología, territorio organización y respaldo de grupo inciden más sobre los niveles de estrés laboral en la empresa”.

Otro tema indispensable “Plan de Mejora el Servicio de Atención al Cliente en CNEL Los Ríos EP”, (Canepa Caballo, 2015, pág. 4), propagado por la Universidad Regional Autónoma de los Andes, se plantea desarrollar:

“Que una programación formal de las actividades para mejorar el servicio al cliente, que está ocasionando un estancamiento en la empresa en cuanto a su participación en el mercado, utilizo las variables dependientes que estudiara el nivel de satisfacción de los usuarios del área de atención al cliente de CNEL EP Los Ríos, variable independiente plan de mejoramiento del servicio de atención al cliente”. (Canepa Caballo, 2015)

Concluyendo (Canepa Caballo, 2015), que permitirá “Que el personal administrativo entregue un eficiente y eficaz servicio de calidad, y a la vez será capaz de identificar y satisfacer las necesidades de los clientes. Permitirá contar con el personal calificado con una verdad cultura de servicio”.

Un tema a tratar “Plan de mejoramiento para el restaurante La casa de leña en Sangolquí Cantón Rumiñahui”, publicado por la Universidad Israel, donde plantea lo siguiente:

“El diseño de plan de mejoramiento para el restaurante, que permita incrementar la rentabilidad y su cliente en el local, realizando una encuesta piloto realizada a los usuarios, las evaluaciones de las entrevistas y encuestas les permitirán establecer los indicadores de atención y los sitios que muestran debilidades en la empresa, con base a eso plantea un esquema de mejoramiento adecuado”. (Tupiza Cuichan, 2019, pág. 7)

(Tupiza Cuichan, 2019, pág. 86), indica:

“La falta de un programa de capacitaciones internas, de sistema de comunicación entre los clientes y empleados de la empresa, la inexistencia de buzones de sugerencia interno y externo, la toma de decisiones no es compartida con los empleados, no han implementado ningún tipo de red social, ni página web”.

“El incremento de un nuevo plato en el restaurante causo gran acogida por los clientes y generó un mayor interés por los demás platos”. (Tupiza Cuichan, 2019)

El proyecto “Propuesta de Mejoramiento del Proceso de Servicio al Cliente en la Empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S”, (Castrillón, 2018), enviado por la Universidad Militar Nueva Granada, donde plantea “ Que en las empresas es muy importante conocer cuáles son los procesos críticos que están afectando su normal funcionamiento, de acuerdo con su complejidad y estandarización de procesos, buscando ventajas competitivas en el desarrollo de sus procesos enfocados en el marco de la calidad del servicio al cliente, utilizando una justificación acompañada de un marco referencial que incluya los tipos de procesos y sus interrelaciones, se precisan los marcos conceptuales y legales”.

(Castrillón, 2018), concluye “que en la empresa encontraron deficiencias en algunos procesos como: seguimiento al proceso de atención al cliente, la atención de peticiones, quejas y reclamos, logrando detectar cuáles afectaban el área de servicio al cliente, utilizando herramientas el diagrama de Pareto para enlazar las causas más probables”.

El artículo académico que se identificó “Perspectiva para la mejora del servicio al cliente en las empresas públicas de la ciudad de Guayaquil”, (Castro Triviño, 2019), es “Analizar formas para mejorar el servicio al cliente en empresa públicas, determinando un marco metodológico con la finalidad de obtener la mayor cantidad de información posible, trabajando con un enfoque de investigación mixta, para la recolección de datos utilizaron instrumentos de investigación la encuesta y la entrevista, logrando identificar la insatisfacción de los usuarios”.

Concluye (Castro Triviño, 2019), que actualmente “las empresas públicas cumplen muchas falencias no solo por los tiempos de espera elevados para ser atendidos, tiene una respuesta tardía, los asesores tratan de una forma inadecuada, Lograr la satisfacción del cliente dentro de las empresas públicas no es algo fácil, requiere de todo una cultura y conciencia de servicio que involucre a todo por igual en la empresa”.

Y como último tema se ha visto el “Análisis de Estrategias Idóneas para Mejorar la Reputación de la Empresa Eléctrica CNEL EP en la ciudad de Machala”. (Osorio Tinitana, 2019), remitido por la Universidad Técnica de Machala, donde el propósito “se centra en evaluar la reputación de la Corporación Nacional de Electricidad, en un enfoque direccionado a temáticas en relación con la identidad e imagen empresarial”, realizando un diagnóstico de la situación con el modelo REPTRAK, obteniendo la información mediante encuestas, entrevistas y artículos científicos, donde podrán analizar aspectos internos y externos.

Dando así una conclusión (Osorio Tinitana, 2019), que “Las estrategias de marketing son indispensables para obtener una adecuada imagen e identidad corporativa mediante la realización de esfuerzos direccionados a mejorar la calidad en el servicio produciendo buenas experiencias para incrementar la confiabilidad en la sociedad y tener una excelente reputación”.

Dando así una conclusión de los referentes teóricos, que es indispensable tener estrategias capacitaciones, charlas, con objetivos a perfeccionar el trabajo, para poder brindar un servicio al cliente, comprendiendo las necesidades y experiencias para construir un equipo sólido.

Se debe saber que la aptitud de servicio de atención a la ciudadanía, debe ser una de las principales prioridades que deben posesionarse en las empresas públicas y privadas, que es brindar asistencia de calidad, calidez y generen satisfacción entre sus consumidores.

También, se ha determinado que toda institución debe tener sus fundamentos claros para la Atención al Público, con el fin de obtener los objetivos proyectados, de una manera exitosa, para ello se pretende realizar comprobaciones de satisfacción al cliente, y estar pendiente de las quejas de los clientes para poder dar las respuestas en forma oportuna y ágil.

1.2. Proceso investigativo metodológico

1.2.1. Tipo de Investigación

Para llevar a cabo este proyecto se utilizara la investigación cuantitativa y cualitativa, con el método descriptivo, que ayudara a percatarse el nivel de satisfacción de los clientes por el servicio de energía eléctrica en el país, se aplicará también para identificar las conductas, actitudes y reacciones de los usuarios y determinar las razones de la insatisfacción de los clientes por los servicios prestados de CNEL EP UN SUCUMBÍOS, también permitirá adoptar criterios que ayuden a ordenar, agrupar y sistematizar el objeto de estudio. La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Groos, 2014)

Se realizará una investigación de campo, porque se recopilara datos de las fuentes primarias y desde donde se origina la problemática, y a la vez se los puede realizar en diferentes lugares como la casa, trabajo, tienda, banco, oficinas. Es la recolección de datos en base a un registro sistemático, valido, confiable de comportamientos y situaciones que pueden ser observadas. (Hernandez Sampieri, 2014)

Se utilizará el método inductivo, lo que nos permitirá conllevar a detectar las necesidades de los usuarios y donde se investigará las causas y consecuencias para generar resultados favorables y que permita de forma individual verificar las causas que inciden en la problemática.

“Destaca que es imposible el desarrollo de cualquier ciencia, tanto desde la perspectiva de la investigación como de la transmisión de sus conocimientos, sin el empleo conjunto y complementario de ambos métodos”. (Calduch, 2016)

1.2.2. Población y Muestra

La población objetiva es el personal del Departamento de Atención al Cliente CNEL EP UN SUCUMBÍOS, que son con 23 personas.

El componente de estudio que se realizara es al Área de Atención al Cliente y principal eje del Departamento Comercial, especialmente a las oficinistas, que están asignadas como Técnicas y Profesionales de Atención al Cliente.

- ✓ La entrevista se la realizara a dos personas
- ✓ La encuesta a 20 participantes

Tabla 1
Departamento Relacionado con Atención Al Cliente

DEPARTAMENTO RELACIONADO CON ATENCIÓN AL CLIENTE	
Servicio al Cliente	1
Recaudación	1
TOTAL	2

Fuente. - CNEL EP UN SUCUMBIOS

Tabla 2
Personal de Atención al cliente

PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE	
DEPARTAMENTO	NRO. PERSONAL
MARTRIZ	12
CLIENTES ESPECIALES	2
CORTE Y RECONEXIÓN	4
RECUPERACIÓN CARTERA	2
TOTAL	20

Fuente. - CNEL EP UN SUCUMBIOS

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La Investigación se utilizará la técnica de la observación para la recolección de los datos, por cuanto de esta forma se podrá describir que métodos está usando la institución en la ejecución de su labor, y asimilar en detalle los hechos, fenómenos que influyen en la calidad del servicio de atención al cliente ofrecido en CNEL EP UN SUCUMBÍOS.

Con este instrumento se logrará observar la conducta y preferencia que tienen los ciudadanos del servicio eléctrico al instante de asistir al Departamento de Atención al Cliente para realizar los trámites correspondientes.

Se manejará la encuesta y la entrevista como investigación cuantitativa y cualitativa que se realizara al personal del balcón de servicios, para obtener un diagnóstico en cuanto a los procedimientos aplicados en la atención al cliente y así poder plantear conclusiones, con un cuestionario de 10 preguntas que con ello se determinara el posicionamiento de la Corporación, y si perciben la labor que desempeña y la percepción del servicio que ofrece.

De acuerdo con el Diccionario Nuevo Espasa Ilustrado, la encuesta es “un acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio, referentes a estados de opinión, costumbres, nivel económico o cualquier otro aspecto de actividad humana” (p. 620). Puede ser estructurada, “compuesta de una lista de preguntas que se formulan a todos por igual” (Quispe y Sanchez, 2015).

Técnicas e Instrumentos de Procesamientos de Datos

Es importante mencionar que existen distintos tipos de instrumentos según el campo de investigación y en este caso está relacionado con lo electrónico, que permitirán la recolección, entrada, procesamiento y presentación.

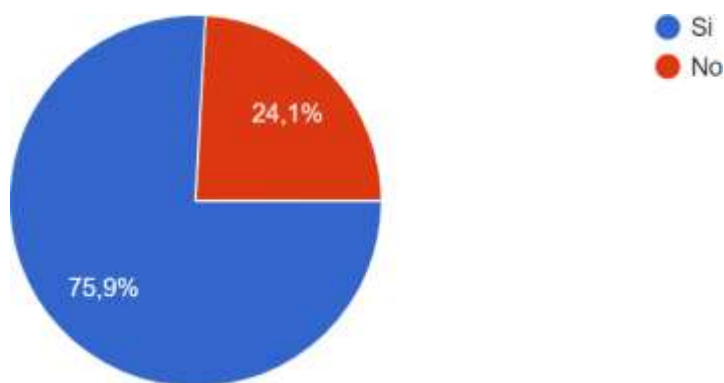
Para este proyecto se realizará la encuesta en el Programa Google Drive, que es una aplicación que ofrece realizar encuestas de manera ilimitada, sin importar el número de preguntas y respuestas que se necesite realizar, tiene facilidad de exportar los datos.

El procesamiento de datos por medio de programas informáticos, representa una ventaja en tiempo, dinero y espacio ya que arrojarían resultados inmediatos.

1.3 Análisis de Resultados

Pregunta Nro. 1 ¿Cree usted que el Servicio de Atención al Cliente que brinda CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio es bueno?

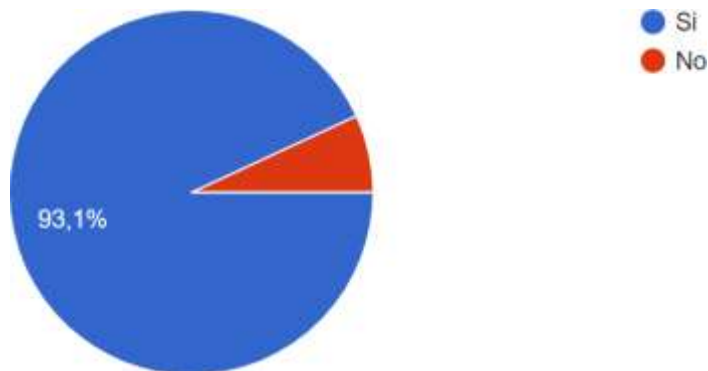
Figura 1
Servicio Brindado por CNEL EP



Interpretación. - De las personas encuestadas, un porcentaje mínimo indica que el servicio de atención al cliente no es adecuado, por lo tanto, se tiene que verificar el motivo de esa insatisfacción.

Pregunta Nro. 2 ¿Cree usted que se debe mejorar la comunicación con los usuarios en CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?

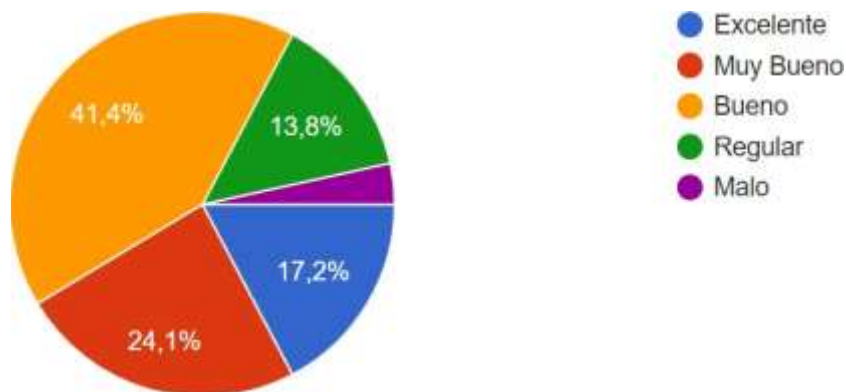
Figura 2
Comunicación de usuarios



Interpretación. - La mayoría de la encuesta aplicada, indican que tienen que mejorar la comunicación con el usuario, ya que es un eje importante para que el cliente vaya satisfecho por su servicio adquirido.

Pregunta Nro. 3 ¿Cómo considera el ambiente labora dentro de la empresa CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?

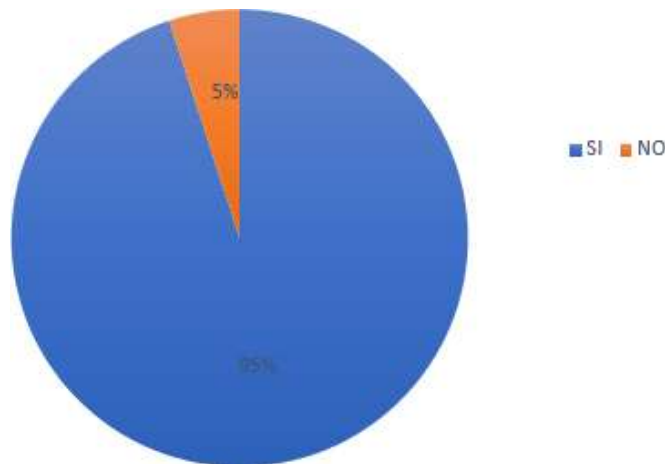
Figura 3
Ambiente Laboral



Interpretación. - De las personas encuestas, un porcentaje minoritario, consideran malo el ambiente profesional en CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, es por la carga laboral que muchas veces tienen que realizar por falta de personal en la institución.

Pregunta Nro. 4 ¿Su jefe inmediato muestra interés en usted como trabajador?

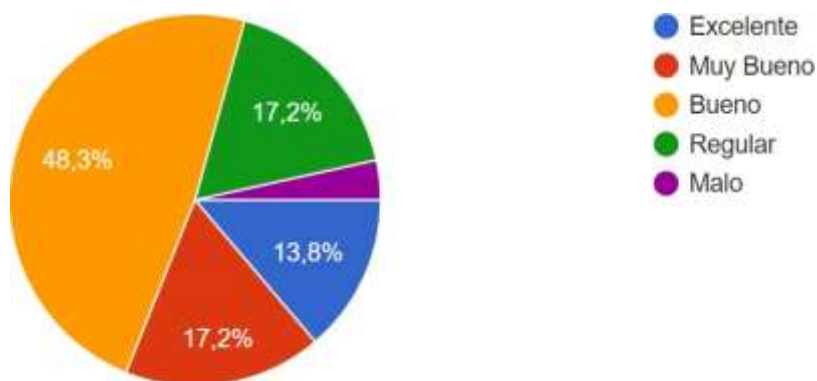
Figura 4
Interés al trabajador



Interpretación. - De los encuestados, indican que sus jefes si demuestran interés, por lo que es algo gratificante para el empleado que estén pendiente de sus labores y funciones encomendadas.

Pregunta Nro. 5 La agilidad de la atención al cliente en el reclamo fue:

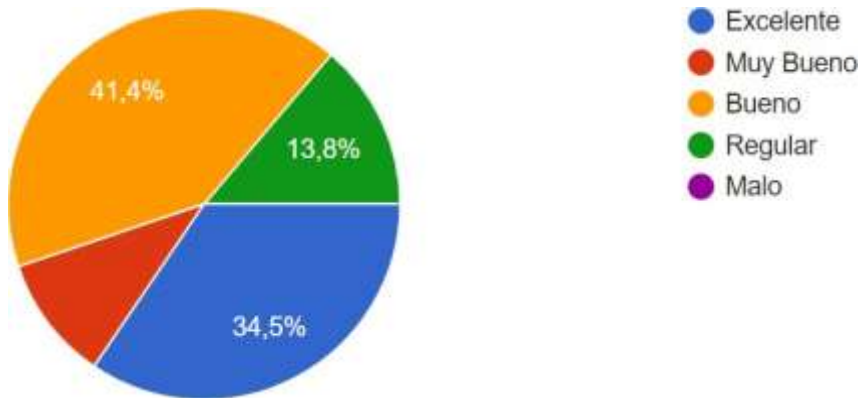
Figura 5
Agilidad de la Atención



Interpretación. - Un porcentaje menor, consideran mala y regular la agilidad de la atención al usuario, esto da el motivo que existen inconvenientes en el área por lo tanto se tiene que revisar ese punto para solventar el inconveniente que se les presenta al momento de atender las solicitudes.

Pregunta Nro. 6 Califique el ambiente laboral con sus compañeros del área que trabaja:

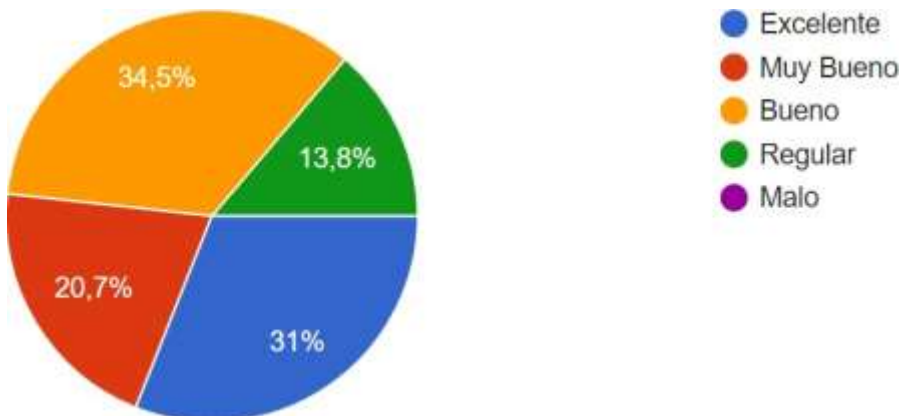
Figura 6
Atención al cliente



Interpretación. - De los funcionarios encuestados, se logra demostrar el ambiente laboral es satisfactorio, por lo tanto, es un indicador positivo para la institución.

Pregunta Nro. 7 Como califica la metodología de trabajo aplicada en su área:

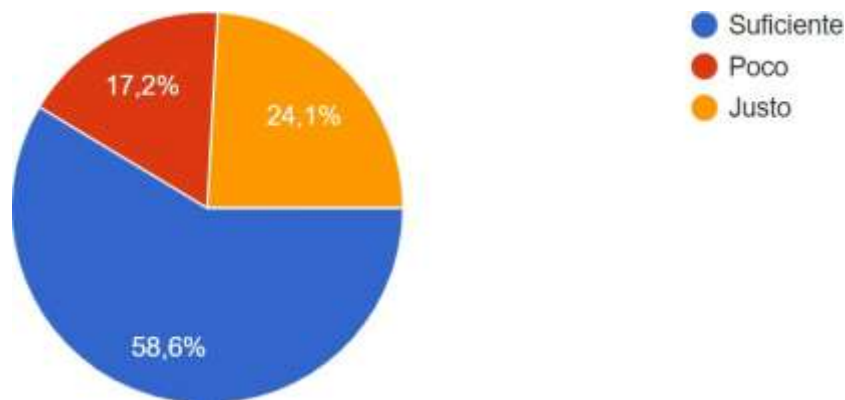
Figura 7
Conocimiento del servicio



Interpretación. - Según los resultados obtenidos se observa que la metodología aplicada, está en punto normal, por lo que se tiene que trabajar en ello para que los empleados tengan la seguridad de brindar un servicio de calidad.

Pregunta Nro. 8 Cree usted que el tiempo en el que atiende a los usuarios fue:

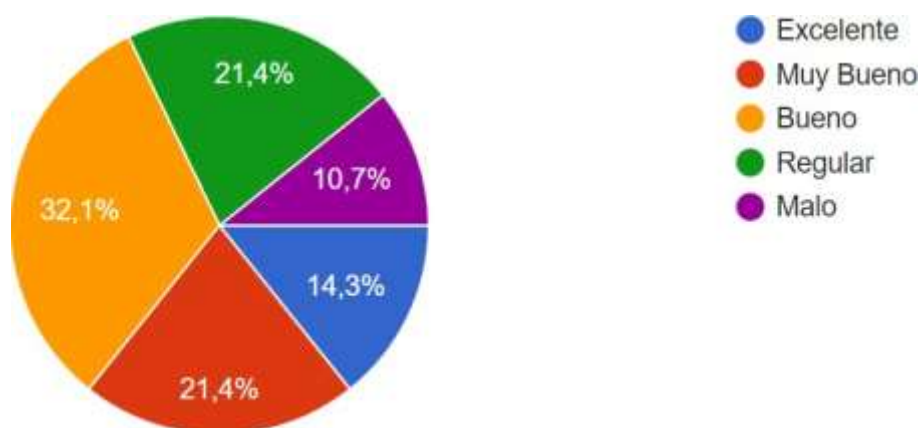
Figura 8
Tiempo de Atención



Interpretación. - De la encuesta aplica existe un porcentaje menor, que ha considerado que es poco el tiempo para la atención de los reclamos, por lo que se requiere se analice si el tiempo se encuentra parametrizado con la atención de cada reclamo.

Pregunta Nro. 9 ¿Cómo percibe la respuesta a las quejas y reclamos emitidos a CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?

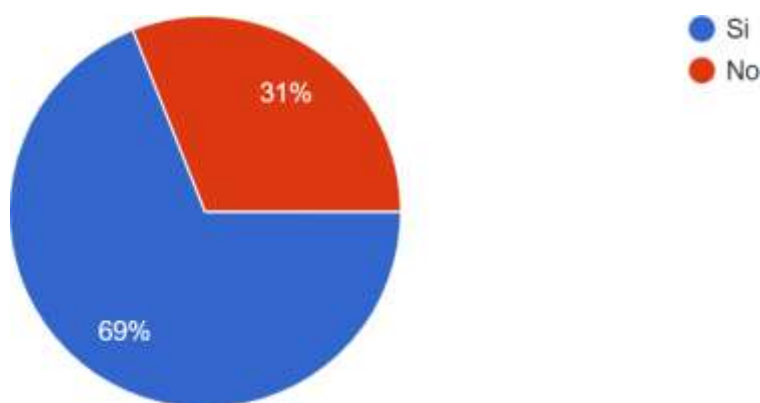
Figura 9
Respuestas de Atención al Cliente



Interpretación. - De la encuesta aplica existe un porcentaje medio, que es entre malo y regular que catalogan las respuestas a los reclamos emitidos, esto se da por razones que usuarios no conocen los métodos implementados en la empresa.

Pregunta Nro. 10 ¿Considera usted que las capacitaciones recibidas, están acorde a su área de trabajo y profesión?

Figura 10
Capacitaciones personales



Interpretación. - De la encuesta aplica existe un porcentaje considerable, que no están de acuerdo con las capacitaciones recibidas, por motivo que no están dentro del vínculo de su área y profesión y eso no les ayuda a brindar servicio de eficacia y eficiencia.

Entrevista a los jefes relaciones con el Área de Atención al Cliente:

Tabla 3
Entrevista

ENTREVISTA			
Objetivo: Obtener información para detectar problemas y dar soluciones que permitan mejorar la Atención al Cliente			
Nro.	Pregunta	Entrevistados	Resumen de Resultados
1	¿Cuál es la percepción que tiene sobre la atención al cliente?	Líder de Servicio al cliente y Líder de Recaudación	Los entrevistados definen que en la empresa si existe demora en la atención al cliente, y por lo tanto la perspectiva está dando inseguridad a los usuarios, concuerdan también que no tienen los procedimientos actualizados y por ende es un vacío en para cumplir sus actividades
2	¿Cuál cree usted que son las causas que provocan la demora de atención al cliente a las solicitudes de los usuarios		Han definido que es por la falta de capacitación en los temas relacionados al área de atención al cliente, han manifestado que el área de atención al cliente tiene falta de personal, por lo que muchos tienen sobre carga laboral y eso ha producido que tengan desmotivación, cansancio laboral
3	¿Qué plan de mejora ha propuesto para mejorar la atención al cliente?		Evaluación y capacitaciones constantes, reuniones con los directivos para planificación laboral, depuración de trámites pendientes con la persona capacitada, seguimiento y control, reunión con el personal de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas a los empleados, determina que CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, tiene un avance establecido en la Atención al público. La empresa tiene alta concurrencia de clientes y en lo que corresponde a las capacitaciones no es casi satisfactorio, lo que está provocando una mala experiencia en el usuario.

Se ha evidenciado también que la comunicación con los usuarios no es satisfactoria, y eso requiere que la empresa, construya personalizar la relación y el abordaje según cada cliente y situación, para ofrecer una experiencia positiva.

Se manifiesta que existe de acuerdos en los empleados con los líderes, sobre las causas que llevan la demora de atención al cliente.

Si el usuario está contento con lo que la empresa ofrece, retornara y recomendará con sus amigos, parientes y conocidos de la satisfacción que ha tenido por el servicio prestado por CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

En el presente, se tratará los temas más relacionados que aporten en el proyecto.

Servicio

Se define un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Sánchez Galán , 2016).

“Un servicio es un tipo de producto que se caracteriza ante todo por su intangibilidad”. (Gonzalez Sanchez , 2016)

Cliente

“Un cliente es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por tanto, es un consumidor, desde la perspectiva de la empresa. Puede tratarse de un cliente recurrente cuando realiza compras regulares, o un cliente de única vez”. (Hubspot , 2021)

Consumidor

Indica (Defensoria del Pueblo, Art. 2) que “Los servicios son un tipo de producto particular, porque se caracterizan por su heterogeneidad, intangibilidad, variabilidad y por la inseparabilidad de su producción y consumo”.

Satisfacción

(Villegas Yagual, 2015) Enmarca que es “Placer que se siente cuando se satisface un deseo es el resultado ya experimentado. Una actitud general ante el trabajo propio; la diferencia entre la cantidad de recompensas que reciben los empleados y la que creen que deberían recibir”.

Motivación

(Almeida Salazar, 2015) Expresa que se refiere al impulso y al esfuerzo para satisfacer un deseo o una meta, es decir la motivación implica un impulso hacia el resultado.

Plan

Enfatiza (Yirda , 2022) “Un plan es una serie o de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación”.

Insatisfacción

Son aquellos casos en los que la persona, debido a situaciones vitales no se siente realizada bien por qué otras personas o circunstancias le impiden conseguir el objetivo concreto o bien porque ella misma no acierte a establecerlo. (Escudero, 2022)

Energía Eléctrica

La energía eléctrica o electricidad según la (Editorial ETECE, 2021) es la energía que se origina de la diferencia de potencial eléctrico entre dos puntos determinados, cuando se los pone en contacto mediante un transmisor eléctrico.

CNEL EP

“Tiene como objeto brindar el servicio público de distribución y comercialización de energía eléctrica, dentro del área asignada, bajo el régimen de exclusividad regulado por el Estado, a efectos de satisfacer la demanda de energía eléctrica, en las condiciones establecidas en la normativa aplicable al sector eléctrico y suministrar electricidad a los consumidores”. (CNEL EP, 2021).

Calidad del servicio

(Reyes Zambrano Y. , 2018, pág. 16) afirma que “Es uno de los medios que permite detectar las percepciones y expectativas de los usuarios en cuanto al servicio recibido. En otras palabras, la calidad de servicio viene a ser el resultado eficiente donde se ha cumplido con las necesidades y expectativas del cliente”.

Calidad

Define (Arrascue Delgado, 2016), “El conjunto de propiedades y características de un servicio que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas”

Eficacia

Según (ISO 9000), Extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.

Eficiencia

Se define “Como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr el objetivo”. (Polo Moya, 2018)

Percepción del cliente

(Chavez Montoya , 2017) Manifiesta que “La percepción del cliente es el corazón de la ecuación alrededor de la cual se evalúa la calidad del servicio para los consumidores”.

Atención

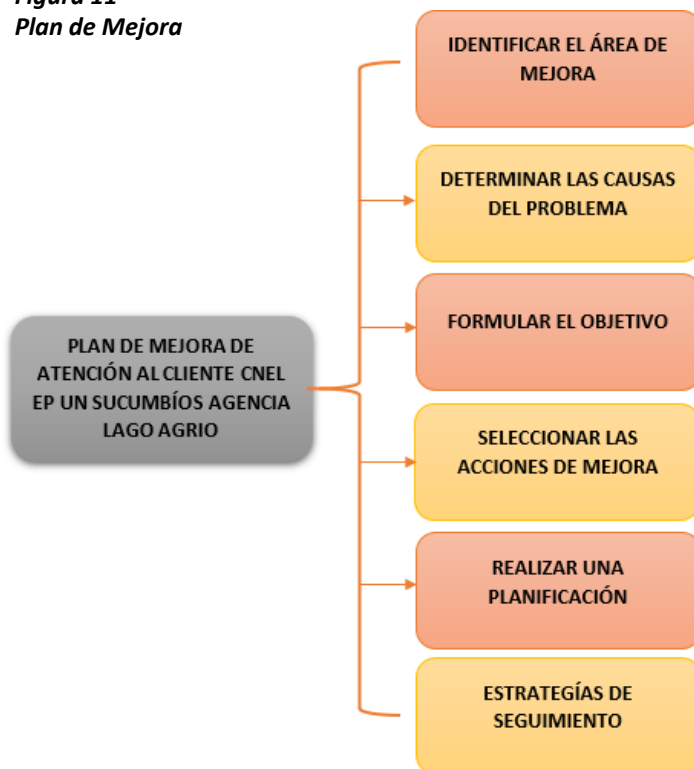
“Es una capacidad cognitiva que permite atender tanto a los estímulos ambientales como a los estados internos de cada uno, siendo un gran numero los estímulos y eventos que solicitan nuestros recursos atencionales al mismo tiempo”.

2.2 Descripción de la propuesta

En el Plan de Mejora de la Percepción de Atención al Cliente de CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, se tomará en cuenta:

a. Estructura general

Figura 11
Plan de Mejora



Fuente: Elaboración propia

b. Explicación del aporte

CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, se encuentra ubicada en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, única empresa que comercializa el servicio eléctrico en la provincia.

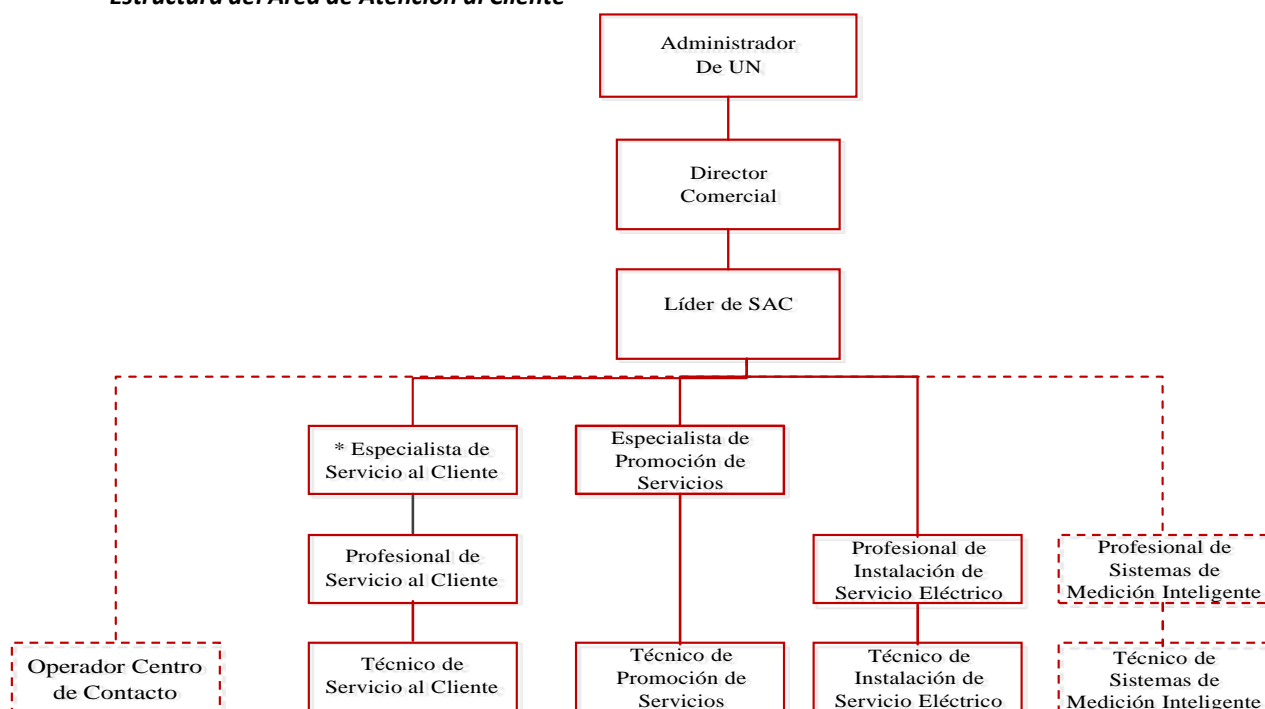
La misión de la empresa es “brindar un servicio público de distribución y comercialización de energía eléctrica para el bienestar de los consumidores, con talento humano comprometido, tecnología de punta, innovación y respeto al ambiente”. (CNEL EP, 2017)

La visión “ser la empresa pública de distribución y comercialización de energía eléctrica en el Ecuador referente de calidad, cobertura y eficiencia, empleando para aquello la tecnología y el talento humano, contribuyendo al buen vivir”. (CNEL EP, 2017)

Objetivos Empresariales es incrementar la respuesta eficiente y satisfactoria de servicio al cliente, incrementar el nivel de desarrollo de Talento Humano, mantener e incrementar la cartera cada año.

Departamento de Atención al cliente tiene una estructura planteada, que permite administrar, dirigir, controlar y evaluar la comercialización de productos y servicios de energía eléctrica a los abonados del área de concesión de la Unidad de Negocio para asegurar un servicio óptimo y eficiente dentro del marco legal vigente.

Figura 12
Estructura del Área de Atención al Cliente



Fuente: Elaborado por CNEL EP

Una vez verificado el diagnostico de los resultados obtenidos en base a las encuestas y entrevistas realizadas, la propuesta será estructuradas en ofrecer solución a las dificultades encontradas.

CNEL EP Unidad de Negocio Sucumbíos Agencia Lago Agrio, recibe solicitudes por los usuarios, por medio de canales de atención dentro de los 365 días, utilizan el Sistema de Atención al Cliente personalizada visitando la agencia, comunicándose al Car Center o en la aplicación web.

“La Corporación Nacional de Electricidad integra a sus canales de atención su aplicación móvil “CNEL APP”, con el objetivo de agilizar el servicio a sus 2.5 millones de clientes. El aplicativo se encuentra disponible en las tiendas virtuales App Store y Google Play”. (CNEL EP, 2020)

Figura 13
CNEL APP



Fuente: Elaborado por CNEL EP

Entre los beneficios, el cliente podrá revisar, con inmediatez, sus consumos mensuales, realizar reclamos y otras inquietudes; para ello se deberá registrar con el número de cédula de identidad o el Código Único Eléctrico, y acceder a las siguientes opciones:

Servicios/Cuentas, Servicios/Reclamos, Servicios/Agencia, Servicio/Buzón, Consultas.

Desventajas

- Solo está disponible para los sistemas iOS y Android
- Saturación del Sistema al ingresar el servicio requerido

Si se requiere realizar un reclamo se puede comunicar al Call Center 1-800 263537.

Figura 14 CALL CENTER



Fuente: Elaborado por CNELEP

Está habilitado las 24 horas del día

Desventaja

- El tiempo de espera en línea es muy demoroso y la duración de la llamada tiene costo

El Balcón de Servicio atiende reclamos, consultas, solicitudes, denuncias, por lo que están distribuidos en dos áreas que son Atención al Cliente y Recuperación de cartera, por el área de concesión de la Agencia Lago Agrio.

Los reclamos en su mayoría son resueltos dependiendo de su complejidad en el segundo nivel como lo determina la Regulación Nro. Arconel 001/17, que deben canalizarlo al interior de la empresa según corresponda.

Se ha verificado la investigación CIER (Comisión de Integración Energética Regional) de Satisfacción del cliente Residencial de Energía Eléctrica, donde las encuestas la realizan cada año desde el año 2003, y ofrece a las empresas eléctricas instrumentos e incentivos para que mejoren su desempeño en su área de concesión.

Figura 15
Encuesta CIER

Margen de error: 5%					
	Índices	Índice 2018	Índice 2019	Índice 2020	Diferencia (2020 - 2019)
IAC	Índice de aprobación del cliente	35,0	32,0	51,8	19,8
SE	Suministro de energía	48,0	48,5	57,1	8,6
	Sin interrupción	61,0	58,5	66,7	8,2
	Sin variación de voltaje	48,5	49,8	58,3	8,5
	Rapidez en la reanudación de la energía cuando falta	34,3	37,1	46,2	9,1
IC	Información y comunicación	36,5	43,5	41,8	-1,7
	Notificación de interrupción	38,5	43,6	42,3	-1,3
	Uso eficiente	38,0	46,1	40,0	-6,1
	Riesgos y peligros	35,8	42,1	41,8	-0,3
FE	Derechos y deberes	33,8	42,4	43,3	0,8
	Factura de energía	60,2	58,9	64,2	5,3
	Plazo entre la recepción y el vencimiento	60,5	60,5	65,0	4,5
	Factura sin errores	48,0	55,6	55,2	-0,3
	Facilidad de comprensión	56,5	52,2	56,3	4,1
AT	Locales para el pago	73,2	63,6	75,3	11,7
	Fechas para el vencimiento	62,8	62,8	69,2	6,4
	Atención al cliente	44,6	44,4	44,8	0,4
	Facilidad para contactarse	43,4	46,4	41,1	-5,2
	Tiempo de espera hasta ser atendido	36,0	39,1	36,7	-2,4
	Duración del tiempo de la atención	46,6	40,2	42,3	2,1
	Conocimiento sobre el tema	46,9	48,3	52,7	4,4
	Claridad en la información	51,0	51,5	51,9	0,4
	Calidad de la atención	55,8	60,1	59,3	-0,8
	Plazo informado	41,6	37,9	40,3	2,4
IM	Solución definitiva del problema	38,4	37,2	39,3	2,1
	Cumplimiento del plazo	40,9	37,7	39,3	1,6
	Rapidez de respuesta de canales digitales*	-	-	43,4	-
	Imagen	44,1	47,0	50,5	3,5
	Respeto los derechos de los clientes	44,1	46,6	49,2	2,6
	Correcta con los clientes	39,9	41,5	47,6	6,1
	Invierte para proveer energía con calidad	51,4	50,9	51,3	0,4
	Informa a sus clientes con respecto a su actuación	36,7	44,0	46,8	2,9
ISCAL	Se ocupa de evitar hurtos de energía	47,2	46,2	53,1	6,9
	Ofrece atención sin discriminación	54,4	57,7	62,7	5,0
	Dispuesta a negociar con sus clientes (flexible)	42,2	44,5	45,5	0,9
	Se ocupa del medio ambiente	36,7	45,1	48,3	3,2
	Índice de satisfacción con la calidad percibida	46,7	48,5	50,6	2,1
	Índice de excelencia de la calidad percibida	11,5	13,2	15,3	2,2
	Índice de insatisfacción con la calidad percibida	25,1	23,2	22,3	-0,9
	Responsabilidad socioambiental	41,0	42,8	49,7	7,0
RSA	Promoción de programas sociales	31,1	34,0	39,8	5,8
	Promoción de acciones culturales	23,5	28,9	39,0	10,0
	Se ocupa de la prevención de accidentes	40,2	42,1	51,0	8,9
	Lleva energía a las regiones no atendidas	53,6	52,5	58,3	5,8
	Contribuye para el desarrollo econ. de la ciudad	41,7	42,3	50,3	7,9
	Facilita el acceso de ciudadanos con neces. espec.	50,6	48,2	58,3	10,1
	Honesta/ cumple con sus obligaciones	39,5	40,5	51,2	10,7

Fuente: (CIER, 2020)

La investigación descrita permitirá calcular la satisfacción de los usuarios tomando en cuenta los resultados de AT (Atención al Cliente), donde se podrá comparar con los años anteriores que se mantiene que el usuario no está satisfecho ni insatisfecho con el servicio brindado por las empresas distribuidoras de energía.

También la elección del Problema se ejecutó sobre una matriz, que permitirá disminuir los problemas para lograr identificarlos, según los razonamientos emitidos, teniendo una evaluación de 3 alto, 2 medio, 1 bajo, como se observar en la tabla:

Figura 16

Selección del Problema

MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROBLEMAS				
PROBLEMA	CRITERIOS			
	Dentro del Área	Número de Clientes Afectados	Significado del problema	Total
Falta de Capacitación al Personal	3	1	2	6
Baja Formación profesional	2	1	2	5
Insatisfacción del Cliente	3	3	3	9

Fuente: Elaboración propia

De la matriz se puede evidenciar la insatisfacción del cliente, por lo que se realizó un diagrama de Ishikawa, donde se podrá detectar las posibles causas del problema que es la Atención al cliente.

Para realizar este diagrama se recopiló información con el equipo que conforma el Servicio de Atención al cliente

Diagrama de Ishikawa Servicio Al Cliente



Para el año 2021, CNEL EP UN SUC, tuvieron 39.389 reclamos ingresados entre comerciales, técnicos y daños de equipos y 3 reclamos quedaron pendientes para el año 2022.

La deficiencia del servicio de atención al consumidor, tema determinado en la investigación, establecerá estrategias de mejora que demuestre que el cliente es lo primero, brindar calidad con el servicio, contando con una Área de atención al cliente establecido con eficiencia y eficacia, que permitirá garantizar las necesidades de los usuarios.

Se realizó un análisis de la Unidad de Negocio Sucumbíos mediante un análisis FODA (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

Tabla 4
FODA

ANALISIS FODA CNEL EP UN SUCUMBÍOS	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Infraestructura Propia	Colocación de tecnología de punta (automatización de sistemas)
Cobertura de Puntos de atención a nivel de concesión	Comunicación social, páginas web y redes social
Recurso Humano Capacitado	Personal idóneo para futuras contrataciones
Compromiso Institucional	Liderazgo de los procesos de Atención al cliente
DEBILIDADES	AMENAZAS
Procedimientos desactualizados	Cambios de las normativas vigentes
Selección de Personal inadecuado	Cambio frecuente de autoridades
Falta de capacitación en temas específicos	Políticas variables del gobierno
Resultado lento en las necesidades de los usuarios	Culminación de contratos del personal que cumple el perfil

Fuente: *Elaboración propia*

Al haber desarrollado el análisis FODA, se ha diseñado las estrategias de fortalezas y oportunidades, fortalezas y amenazas, debilidades y oportunidades y la estrategia de debilidad y amenaza.

Tabla 5
FODA Cruzado

FODA CRUZADO		
FODA CRUZADO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Colocación de tecnología de punta (automatización de sistemas)	Cambios de las normativas vigentes
	Comunicación social, páginas web y redes social	Cambio frecuente de autoridades
	Personal idóneo para futuras contrataciones	Políticas variables del gobierno
Liderazgo de los procesos de Atención al cliente	Culminación de contratos del personal que cumple el perfil	
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Infraestructura Propia	Impulsar mejoras en el sistema comercial, a través de un solo sistema que permita dar información de las quejas, reclamos, consultas que se receptan a través de los canales de atención y permita dar información confiable para la toma de decisiones.	Capacitar al personal de Atención al cliente, de acuerdo a las funciones del área comercial y que se relaciones con el cargo. Exigir a Líder de Talento Humano, la selección adecuada de personal que cumpla con el perfil.
Compromiso Institucional		
Recurso Humano Capacitado		
DEBILIDADES	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Procedimientos desactualizados	Evaluar constantemente al personal de Atención al cliente	Aplicación acciones correctivas y preventivas, frente a las demoras en la atención de los procesos. Coordinar con las relacionadas con el proceso de atención al cliente
Selección de Personal inadecuado		
Falta de capacitación en temas específicos		
Resultado lento en las necesidades de los usuarios		

Fuente: Elaboración propia

La evaluación que se realizó permitirá verificar indicadores de agrado y los puntos débiles, que, a base de eso, se propone un plan de mejoramiento en beneficio de la empresa de manera que los empleados cumplan con los requerimientos de los usuarios y prevenir reclamos producidos por los cometimientos de equivocación en el servicio entregado.

A través del FODA cruzado, se obtuvo las siguientes estrategias. -

Estrategia 1.- Capacitación al personal de atención al cliente, de acuerdo a las funciones del área comercial y al cargo

Estrategia 2.- Analizar periódicamente al personal de atención al cliente

Estrategia 3.- Selección de personal adecuado, que tenga el perfil del cargo

Estrategia 4.- Actualizar los procedimientos e instructivos de Atención al Cliente, con la normativa vigente.

Con el FODA CRUZADO, se elaboró las estrategias de mejora y por ende las acciones de mejora que son los siguiente:

Tabla 6
Mejora 1

SELECCIÓN DE MEJORA 1	
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	Capacitación al personal de atención al cliente, de acuerdo a las funciones del área comercial y al cargo
ACCIONES DE MEJORA	Detectar necesidades de capacitación
	Capacitaciones actualizadas basadas en la realidad de la población
	Definir metodología y evaluar
BENEFICIOS ESPERADOS	Formar y actualizar al personal como ejecutar sus funciones y así mejorar su desempeño e incrementar la productividad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7
Mejora 2

SELECCIÓN DE MEJORA 2	
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	Analizar periódicamente al personal de atención al cliente
ACCIONES DE MEJORA	Medir el desempeño del personal de Atención al cliente
BENEFICIOS ESPERADOS	Conservar el personal que este especializado en sus funciones de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8
Mejora 3

SELECCIÓN DE MEJORA 3	
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	Selección de personal adecuado, que tenga el perfil del cargo
ACCIONES DE MEJORA	Establecer reuniones de trabajo entre el Área de Atención al Cliente y la Dirección de Talento Humano
	Resaltar las necesidades de contar con personal que cumpla el perfil
BENEFICIOS ESPERADOS	Obtener candidatos más adecuados, que aseguren su permanencia y los objetivos de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9
Mejora 4

SELECCIÓN DE MEJORA 4	
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	Actualizar los procedimientos e instructivos de Atención al Cliente, con la normativa vigente.
ACCIONES DE MEJORA	Analizar la información constata en el sistema de gestión de calidad
	Socializar con el personal las modificaciones en los procedimientos
	Actualizar, difundir a toda la empresa
BENEFICIOS ESPERADOS	Mantener al alcance los documentos del sistema de gestión para su uso constante

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE ACCIÓN

El Plan de acción procura organizar un proyecto dispuesto a cumplir las necesidades de la empresa.

Tabla 10
Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN							
AREA	ESTRATEGÍA	OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	COSTOS
ATENCIÓN AL CUENTE CNEI EP UN SUCUMBÍOS AGENCIA LAGO AGRIO	Capacitación al personal de atención al cliente, de acuerdo a las funciones del área comercial y al cargo	Mantener actualizado al personal, de acuerdo a su cargo y función	Formar y actualizar al personal como ejecutar sus funciones y mejorar su desempeño e incremento de productividad	Analizar la Necesidad	Líder y Especialista de Atención al Cliente	Mensual	0
				Contactar el personal calificado para la capacitación	Director Comercial		4200
				Organizar el programa de capacitación	Especialista de Atención al Cliente		0
				Lugar para impartir la Capacitación	Especialista de Atención al Cliente		1000
				Suministros de Oficina	Especialista de Atención al Cliente		600
				Compra de un Proyector	Líder y Especialista de Atención al Cliente		1800
				Compra de una Portátil para las capacitaciones	Director Comercial		1200
				Refrigerio	Especialista de Atención al Cliente		500
				Transporte	Líder y Especialista de Atención al Cliente		700
				Analizar periódicamente al personal de atención al cliente	Medir el desempeño del personal de Atención al Cliente		Conservar el personal que este especializado en sus funciones de atención al cliente
Análisis de la evaluación realizada	Director Comercial y Líder de Atención al Cliente	0					
Resultados de evaluación de personal	Director Comercial	0					
Selección de personal adecuado, que tenga el perfil del cargo	Establecer reuniones de trabajo entre el Área de Atención al Cliente y la	Obtener candidatos más adecuados, que aseguren su	Socialización de la reunión	Director Comercial	Mensual	0	
			Cronograma de Trabajo	Especialista de Atención al Cliente		0	

		Dirección de Talento Humano	permanencia y los objetivos de la empresa	Aprobación del informe técnico emitido al Gerente General desde Enero 2022, para la contratación del personal	Director Comercial y Líder de Atención al Cliente		0
	Actualizar los procedimientos e instructivos de Atención al Cliente, con la normativa vigente.	Analizar la información constante en el sistema de gestión de calidad	Mantener al alcance los documentos del sistema de gestión para su uso constante	Revisión y análisis de procedimiento vigente	Especialista de Atención al Cliente	Mensual	0
Ajustes de las novedades de los documentos vigentes				Líder y Especialista de Atención al Cliente	0		
Aprobación del documento				Director Comercial	0		
Socialización de los procedimientos e instructivos				Líder de Atención al Cliente	0		

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO

Presupuesto que se utilizará para implementar un excelente servicio y mostrar aptitud y rapidez en la solución de su reclamo en CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio, no se requerirá presupuesto a implementar, por motivo que la empresa dispone de recurso para llevar la estrategia a realizarse.

Tabla 11
Presupuesto

Nro.	ESTRATEGIA	OBSERVACIÓN	PRESUPUESTO
1	Capacitación al personal de atención al cliente, de acuerdo a las funciones del área comercial y al cargo	Incluido en el presupuesto anual de la empresa	10.000,00
2	Analizar periódicamente al personal de atención al cliente	No se requiere gasto, lo realiza el Líder del Área	
3	Selección de personal adecuado, que tenga el perfil del cargo	Se realiza con el personal interno de la institución	
4	Actualizar los procedimientos e instructivos de Atención al Cliente, con la normativa vigente.	Se realiza con el personal interno de la institución	
TOTAL			10.000,00

Fuente: Presupuesto CNEL EP UN SUC

IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

El plan de acción tendrá un periodo de seis meses que iniciara en Abril del 2022 y culminara en Septiembre del 2022, contara con el apoyo de la Administración actual y el compromiso del personal, tiempo que se podrá verificar los resultados favorables

SEGUIMIENTO DE ESTRATEGIAS

El seguimiento de las estrategias es un eje muy importante en el proyecto de Plan de Mejoras de Percepción de Atención al Cliente de CNEL EP UN SUC, Agencia Lago Agrio, porque se podrá visualizar el cumplimiento de las estrategias planteadas y así obtener los objetivos planteados.

Tabla 12
Seguimiento de estrategias

ESTRATEGIA	OBJETIVO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA	TIEMPO	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR			RESPONSABLES	RECURSOS
					Alto	Medio	Bajo		
Capacitación al personal de atención al cliente	Mantener actualizado al personal, de acuerdo a su función y cargo	Porcentaje de capacitaciones efectuados	numeros de personas capacitadas / cantidad total de capacitaciones programadas	Mensual	> 95%	Entre 95% y 75%	< 75%	Lider de Atención al Cliente, Especialista de Atención al Cliente	Equipos de Oficina, Programa, Presupuesto, Sala de reuniones, Refrigerio, suministros de oficina
Analizar periódicamente al personal de atención al cliente	Conservar al personal o contratar personal de acuerdo al perfil	Porcentaje de contrataciones del personal	numero de contratos efectuados/total de contratos	Semestral	> 95%	Entre 95% y 75%	< 75%	Director Comercial, Lider de Atención al Cliente	Articulos de Oficina, Impresora, Computadora
Actualizar los procedimientos e instructivos de Atención al Cliente, con la normativa vigente	Mantener al alcance los documentos del sistema de gestion para su uso constante	Porcentaje de actualización de documentos	numero de instructivos actualizados/total de instructivo	Mensual	> 95%	Entre 95% y 75%	< 75%	Lider de Atención al Cliente	Equipos de Oficina, Programa, Presupuesto, Internet
Selección de personal adecuado, que tenga el perfil del cargo	Obtener el personal adecuado para el area de atención al cliente	Porcentaje del personal que cumpla el perfil	numero de personal que cumplen perfil/total personal contratado	Mensual	> 95%	Entre 95% y 75%	< 75%	Lider de Talento Humano, Director Comercial	Equipos de Oficina, Muebles y Enceres, Internet, Articulos de Oficina

Fuente: Elaboración propia

c. Estrategias y/o técnicas

Se evidencia que la problemática que surge en CNEL EP UN SUC, es la falta de capacitación, para otorgar un servicio de calidad, eficacia y eficiencia en base a ello se realizaron encuestas donde se ha propuesto un plan de mejoras en la insatisfacción del cliente, al percibir un reclamo en la empresa.

1.1. Validación de la propuesta

Para el efecto, se consideraron profesionales que cuenten con un perfil a afín al trabajo administrativo y aceptaron para colaborar en la validación de la propuesta:

Tabla 13
Descripción de perfil de validadores

Nombres y Apellidos	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
CASTILLO ALVAREZ FREDDY GEOVANNY	1 AÑO	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS	SUPERVISOR ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD ARMILED
AZOGUE AZOGUE BELGICA IRENE	7 AÑOS	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS	TÉCNICO FINANCIERO DE LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERACNEL EP UN SUCUMBÍOS

Fuente: Elaboración de la autora

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:

- Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.
- Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.
- Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta, considerando la experiencia de los especialistas.
- Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del modelo de mejora propuesto.

Instrumento para validar

Luego de elegir a los especialistas que conformaran la validación, se procedió a realizar los criterios de evaluación; enviando a los especialistas junto con una copia el plan de mejora a través del correo, para que sean validados. A continuación, se especifican los criterios en mención:

Tabla 14
Criterios de Evaluación

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

Fuente: Elaboración de la autora

En función de los criterios expuestos en la tabla 10, se estableció la escala de criterios para su valoración, según el nivel de importancia y representatividad.

Tabla 15
Escala de evaluación de criterios

CRITERIOS	EVALUACION SEGÚN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Impacto					
Aplicabilidad					
Conceptualización					
Actualidad					
Calidad Técnica					
Factibilidad					
Pertinencia					

Fuente: Elaboración de la autora

Tabla 16
Preguntas Instrumento de validación

Crterios	Preguntas
Impacto	¿Considera que el plan de mejora propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran lo procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?
Calidad Técnica	¿El modelo propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?
Factibilidad	¿Es factible incorporar un modelo de gestión por resultados en el sector?
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?

Fuente: Elaboración de la autora

Se han establecido los niveles de importancia y representatividad y un valor máximo de cinco puntos, el cual, será otorgado según el desempeño adecuado del criterio; y un mínimo de un punto en el caso de observarse un cumplimiento insuficiente

Resultados de la validación

Tabla 17
Resultados validados

CRITERIOS	AZOGUE AZOGUE BELGICA IRENE	CASTILLO ALVAREZ FREDDY GEOVANNY	TOTAL
Impacto	5	5	10
Aplicabilidad	5	5	10
Conceptualización	4	5	9
Actualidad	5	5	10
Calidad Técnica	5	5	10
Factibilidad	5	5	10
Pertinencia	4	5	9

Fuente: Elaboración propia

1.2. Matriz de articulación de la propuesta

Se presenta la siguiente matriz que sintetiza la articulación de la mejora con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos y técnicos empleados.

Tabla 18
Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Capítulo I. Plan de mejora de Servicio de Atención al cliente	Clima laboral Problemática de la investigación	Enfoque cuantitativo Investigación de Campo Método Inductivo	Revisión Documental Análisis de fuentes Secundarias Método de observación	Falta de eficiencia y eficacia en la comunicación con el usuario. Concurrencia masiva de clientes a querer solucionar los problemas y no satisfacen sus necesidades	Cuestionario dirigido a los funcionarios de atención al cliente
Capítulo II. Plan de Mejora para la percepción de Atención al Cliente de CNEL EP UN Sucumbíos Agencia Lago Agrio	Conceptos Básicos sobre la percepción de atención al cliente por Luis Canepa y especialistas.	Enfoque cuantitativo Investigación de Campo Método Inductivo	Plan de mejora para detectar la calidad del servicio. Factores que influyen en el servicio que reciben los usuarios. Encuestas	Evaluación que permitió encontrar puntos débiles en la atención al usuario	

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Las teorías fundamentadas relacionadas con el mejoramiento de atención al cliente, han permitido desarrollar el plan de mejora, que ayuden a la empresa a realizar actividades de gestión para obtener los resultados deseados.
- Las capacitaciones laborales serán elementos determinantes, para que el departamento de atención al público, trabaje en un ambiente amigable y enfoquen sus objetivos a la obtención de la misión y visión de la empresa.
- La calidad del servicio al cliente es baja, determinándose los factores que influyen en la satisfacción del usuario en el servicio que reciben, por lo que el cliente está en atención del progreso de mejora, ya que es un servicio de primera necesidad y no hay otra empresa que tenga el mismo giro de negocio.
- La existencia de reclamos, se da por que los empleados no dan interés, de solventar inmediatamente las quejas de los clientes y no manifiestan preocupación de saber sus necesidades.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Área de Atención al Cliente de CNEL EP Unidad de Negocio Sucumbíos Agencia Lago Agrio, que el equipo de trabajo debe abarcar la importancia al recibir una queja o reclamo, y para ello debe estar capacitado e instruido de los procedimientos a seguir.
- Los Líderes del Departamento de Atención al Cliente deben realizar charlas frecuentes, para conocer las situaciones y habilidades de cada colaborador y con esto mejorar la atención al cliente.
- Ejecutar programas de capacitaciones continuamente, que permita mejorar los tiempos de productividad y con ello puedan mantener una actitud positiva en el trabajo, que lo más factible es dar una sonrisa y no un rostro enojado.
- Realizar un buen proceso de selección para encontrar empleados formados, cuantificados y predispuestos a ofrecer el mejor servicio para el cliente.
- Se recomienda tener más publicidad en los medios digitales sobre las plataformas implementadas sobre los servicios que presta la institución, esto ayudaría agilizar los reclamos ingresados y se evitaría aglomeraciones de personas en la agencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida Salazar, B. (2015). Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/43/43>
- Arrascue Delgado. (2016). Obtenido de Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "Clinifer" Chiclayo-2015.
- Birbrain. (2018). Obtenido de <https://www.bitbrain.com/es/blog/atencion-cognitiva-concentracion#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20es%20una%20capacidad,recursos%20atencionales%20al%20mismo%20tiempo.>
- Calduch. (2016). Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Canepa Caballo, L. A. (2015). Obtenido de <https://1library.co/document/z31e5x8y-plan-mejorar-servicio-atencion-cliente-cnel-rios-ep.html>
- Castrillón, F. B. (2018). Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20732/FreyzerBernalCastillon2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Castro Triviño, A. C. (2019). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17454/1/UPS-GT002690.pdf>
- Chavez Montoya, C. (2017). Obtenido de https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_bf2da227d1447f7571833460634e5642
- CIER. (2020). Obtenido de <https://www.distriluz.com.pe/transp/ftp/ensa/Otros/Memorias/Informe-Individual-CIER-2020-ENSA-PE.pdf>
- CNEL EP. (2017). Obtenido de https://www.cnelep.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Plan-Estrategico_CNELEP_2017-2021.pdf
- CNEL EP. (2021). Obtenido de <https://www.cnelep.gob.ec/quienes-somos/>
- Customer Care Associates. (2022). Obtenido de <http://www.customercaresoc.com/servicios/capacitacion-servicio-al-cliente/trabajo-en-equipo-e-integracion/>
- Dankhe. (1986). Obtenido de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Defensoria del Pueblo. (Art. 2). Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadeIConsumidor.pdf>
- Editorial ETECE. (15 de 07 de 2021). Obtenido de <https://concepto.de/energia-electrica/>
- Escudero, M. (2022). Obtenido de <https://www.manuelescudero.com/psicologos-insatisfaccion-madrid/#:~:text=Son%20aquellos%20casos%20en%20los,misma%20no%20acierte%20a%20establecerlo.>

- Gonzalez Sanchez, J. (2016). Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316300493?via>
- Groos, M. (2014).
- Guerra Rodriguez, C. J. (2018). Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1816/1/UISRAEL-EC-MASTER%20-%20TELEM-378.242-2018-005.pdf>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hubspot . (2021). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- ISO 9000. (s.f.). Obtenido de <http://normas-iso-9000.blogspot.com/2007/11/eficacia-y-eficiencia.html>
- Morales González, D. M. (04 de 2017). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20669/1/TRABAJO%20TITULACION%20DANA%20MORALES.pdf>
- Ordoñez Torres, M. J. (7 de 11 de 2017). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9576/1/T-UCSG-POS-MGM-89.pdf>
- Osorio Tinitana, J. R. (28 de agosto de 2019). Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14862/1/E-10661_OSORIO%20TINITANA%20JOSELYN%20ROXANA.pdf
- Polo Moya, D. (2018). Obtenido de <http://www.gestionar-facil.com/que-es-eficiencia/>
- Quispe y Sanchez. (2015). Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20367/1/2017_NC_El%20camino%20del%20C3%A9xito%20de%20las%20encuestas_Caballero.pdf
- Reyes Zambrano, Y. A. (2018). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4599/1/UPSE-TAE-2018-0022.pdf>
- Reyes Zambrano, Y. (2018). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4599/UPSE-TAE-2018-0022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez Galán, J. (13 de 02 de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Tupiza Cuichan, M. I. (2019). Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1899/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-005.pdf>
- Villegas Yagual, F. (2015). Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/43/43>
- Vivas Rojas, C. R. (5 de 09 de 2018). Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1732/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2018-051.pdf>
- Yirda, a. (2022). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/plan/>

Zambrano Loor, M. E. (22 de 08 de 2018). Obtenido de
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/3129/1/TRABAJO%20DE%20TULACION%20MARIO%20ZAMBRANO%20LOOR.pdf>

<https://blog.hubspot.es/service/crear-encuestas-online>

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA GRADO DE MAGISTER

Objetivo: Plan De Mejora En La Percepción De Atención Al Cliente CNEL EP DE LA Unidad De Negocio Sucumbíos De La Agencia Lago Agrio.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA CNEL EP UN SUCUMBÍOS
AGENCIA LAGO AGRIO**

Fecha: _____

1. ¿Cree usted que el Servicio de Atención al Cliente que brinda CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio es bueno?
Si _____
No _____
2. ¿Cree usted que se debe mejorar la comunicación con los usuarios en CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?
Si _____
No _____
Tal vez _____
3. ¿Cómo considera el ambiente labora dentro de la empresa CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?
Excelente _____
Muy Buena _____
Buena _____
Regular _____
Malo _____
4. ¿Su jefe inmediato muestra interés en usted como trabajador?
Si _____
No _____
5. La agilidad de la atención al cliente en el reclamo fue:
Excelente _____
Muy Buena _____
Buena _____
Regular _____
Malo _____
6. Califique el ambiente laboral con sus compañeros del área que trabaja:
Excelente _____
Muy Buena _____
Buena _____
Regular _____
Malo _____

7. Como califica la metodología de trabajo aplicada en su área:
 Excelente ____
 Muy Buena ____
 Buena ____
 Regular ____
 Malo ____
8. Cree usted que el tiempo en el que atiende a los usuarios fue:
 Suficiente ____
 Poco ____
 Justo ____
9. ¿Cómo percibe la respuesta a las quejas y reclamos emitidos a CNEL EP UN SUC Agencia Lago Agrio?
 Excelente ____
 Muy Buena ____
 Buena ____
 Regular ____
 Malo ____
10. ¿Considera usted que las capacitaciones recibidas, están acorde a su área de trabajo y profesión?
 Si ____
 No ____



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA GRADO DE MAGISTER

Objetivo: Plan De Mejora En La Percepción De Atención Al Cliente CNEL EP DE LA Unidad De Negocio Sucumbíos De La Agencia Lago Agrio.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS LIDERES DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA CNEL EP UN SUCUMBÍOS AGENCIA LAGO AGRIO

Fecha: _____

1. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la atención al cliente?
2. ¿Cuáles cree usted que son las causas que provocan la demora de atención al cliente a las solicitudes de los usuarios?
3. ¿Qué plan de mejora Ha propuesto para mejorar la atención al cliente?

ANEXO 2

VALIDACIÓN DE PROFESIONALES

VALIDACION DE LA PROPUESTA

Información del validador

Nombres: Castillo Alvarez Freddy Geovanny

Años de experiencia: 1

Título académico: Ing. Administración de Empresas y Negocios

Cargo actual: Supervisor Administrativo.

FICHA DE EVALUACION

Por favor coloque una "X" donde corresponda, donde 1 equivale a total desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

CRITERIOS	EVALUACION SEGÚN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Conceptualización					X
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Factibilidad					X
Pertinencia					X



Castillo Álvarez Freddy Geovanny

C.I. 2100508338

VALIDACION DE LA PROPUESTA

Información del validador

Nombres: AZOGUE AZOGUE BELGICA IRENE
Años de experiencia: 7 años
Título académico: INGENIERA EN EMPRESAS Y ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
Cargo actual: Técnico Financiero

FICHA DE EVALUACION

Por favor coloque una "X" donde corresponda, donde 1 equivale a total desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

CRITERIOS	EVALUACION SEGÚN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Conceptualización				X	
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Factibilidad					X
Pertinencia				X	



Firmado electrónicamente por:
BELGICA IRENE
AZOGUE AZOGUE

Bélgica Irene Azogue Azogue

C.I. 1600532715