



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS E INGENIERÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL**

PROPUESTA TECNOLÓGICA

**TEMA: “ANÁLISIS Y MEJORA EN LA GESTIÓN
ADMINISTRATIVA DE LA ATENCIÓN A RECLAMOS DE LA
EMPRESA PUBLICA CNEL EP MILAGRO”**

Autores:

Sr. Cárdenas Calle Sergio Gonzalo

Sr. Barreiro Chévez Boris Gerson

Acompañante:

MSc. León Batallas Alberto Andrés

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Cárdenas Calle Sergio Gonzalo, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo Y Administración De La Producción, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 8 de octubre de 2019



Cárdenas Calle Sergio Gonzalo

Autor 1

CI: 0914579156

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Barreiro Chèvez Boris Gerson, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Propuesta Tecnológica, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la Propuesta Tecnológica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Desarrollo Y Administración De La Producción, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 8 de octubre de 2019



Barreiro Chèvez Boris Gerson
Autor 2
CI: 0923705537

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA PROPUESTA TECNOLÓGICA

Yo, León Batallas Alberto Andrés en mi calidad de tutor de la Propuesta Tecnológica, elaborado por los estudiantes Cárdenas Calle Sergio Gonzalo y Barreiro Chèvez Boris Gerson, cuyo título es Análisis Y Mejora En La Gestión Administrativa De La Atención A Reclamos De La Empresa Pública Cnel Ep Milagro, que aporta a la Línea de Investigación Desarrollo y Administración de la producción previo a la obtención del Grado Ingeniero Industrial ; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Propuesta Tecnológica de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 8 de octubre de 2019



León Batallas Alberto Andrés

Tutor

C.I: 0704304450

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MSc. León Batallas Alberto Andrés

MSc. Paredes Quevedo Juan José

MSc. Torres Ordoñez Luis Henry

Luego de realizar la revisión de la Propuesta Tecnológica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ingeniero Industrial presentado por el estudiante Cárdenas Calle Sergio Gonzalo

Con el tema de trabajo de Titulación: Análisis Y Mejora En La Gestión Administrativa De La Atención A Reclamos De La Empresa Pública Cnel Ep Milagro.

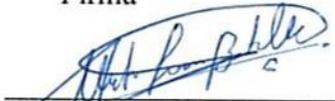
Otorga a la presente propuesta tecnológica, las siguientes calificaciones:

Propuesta Tecnológica	[60]
Defensa oral	[20]
Total	[80]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 8 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos				Firma
Presidente	León Andrés	Batallas	Alberto	
Secretario /a	Paredes José	Quevedo	Juan	
Integrante	Torres Henry	Ordoñez	Luis	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MSc. León Batallas Alberto Andrés

MSc. Paredes Quevedo Juan José

MSc. Torres Ordoñez Luis Henry

Luego de realizar la revisión de la Propuesta Tecnológica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ingeniero Industrial presentado por el estudiante Barreiro Chévez Boris Gerson

Con el tema de trabajo de Titulación: Análisis Y Mejora En La Gestión Administrativa De La Atención A Reclamos De La Empresa Pública Cnel Ep Milagro.

Otorga a la presente propuesta tecnológica, las siguientes calificaciones:

Propuesta Tecnológica [60]

Defensa oral [20]

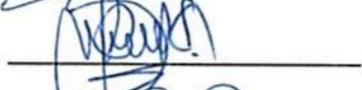
Total [80]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 8 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	León Andrés	Batallas	Alberto	
Secretario /a	Paredes José	Quevedo	Juan	
Integrante	Torres Henry	Ordoñez	Luis	

DEDICATORIA

Se lo dedico a Ángela Mercy, Sergio Gonzalo y Jéssica Alexandra gracias por su apoyo incondicional en todo el camino transcurrido.

Sergio Gonzalo

“En el instante que una persona culmina una de sus metas, es cuando se detiene y hace un recuento de todas las ayudas recibidas, de las voces de aliento y de las expresiones de cariño y amor”

Es por eso que este esfuerzo se lo dedico a mis Padres, ya que fueron el pilar fundamental para este largo camino, ellos supieron darme amor y mucho apoyo, a ellos le dedico este logro.

Boris Gerson

AGRADECIMIENTO

Padre celestial, no existen palabras en mi mente y la gratitud que transitan por mi cuerpo en estos momentos por permitirme alcanzar este logro. Agradezco a mis Padres, este objetivo se lo consiguió por ustedes, difícil de alcanzar si ni estuviesen a mi lado, gracias por todo.

Madre, aunque no estés conmigo, te amo demasiado y gracias por ayudarme a transitar cada uno de estos episodios tan importantes y ahora acogernos a una nueva etapa, gracias hermana por otorgarme todo el cariño, apoyo cuando más lo necesite, te amo.

Sergio Gonzalo

No encuentro palabras para expresar la emoción que siento al saber que pude lograr y alcanzar uno de mis objetivos de vida, ya que estoy seguro que seré un valioso aporte a la gloriosa Patria.

Mi agradecimiento a mis profesores, quienes compartieron experiencias, conocimientos, nos orientaron y guiaron en sus temáticas de trabajo, también hago extensivo a todos y cada uno de mis familiares, amigos y compañeros que me apoyaron con su granito de arena esta larga travesía, lo cual comparto con vosotros.

Boris Gerson

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO 1.....	3
PROBLEMA.....	3
CAPÍTULO 2.....	5
ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO	5
Antecedentes de la investigación	5
MARCO TEÓRICO	7
Plan	7
Plan de gestión	8
Quejas	9
Reclamos.....	10
Procedimientos.....	10
Capacitación.....	11
Rentabilidad	13
Calidad	13
La empresa y el servicio al cliente	15
Determinación de las necesidades del cliente.....	16
Elementos del servicio al cliente	17
Actitud de la empresa ante la gestión de reclamaciones.....	18
Actitud negativa.....	18

Actitud positiva.....	18
LA EMPRESA.....	19
MISIÓN	19
VISIÓN	19
VALORES INSTITUCIONALES.....	19
ANÁLISIS DE DATOS E INFORMACIÓN REFERENTE A GESTIÓN EN RECLAMOS	20
Problema principal.....	24
Espina de problema Ishikawa	24
CAPÍTULO 3.....	25
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	25
El triángulo de servicio de Karl Albrecht	25
Modelo Kaizen.....	27
El ciclo de Deming	28
Seis Sigma.....	29
Gestión de la calidad total.....	30
Modelo de Excelencia EFQM.....	31
Alternativa de solución aplicada en el plan de mejoramiento	33
CAPÍTULO 4.....	34
DESARROLLO DE LA PROPUESTA TECNOLÓGICA.....	34
PLAN DE MEJORAMIENTO	34
APORTES DEL PLAN DE MEJORAMIENTO.....	40
CAPÍTULO 5.....	41
ANÁLISIS TÉCNICO ECONÓMICO DE LA PROPUESTA TECNOLÓGICA	41
CONCLUSIONES	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43

ANEXOS..... 48

RESUMEN

La investigación se ha realizado tomando como institución objeto de estudio a la empresa eléctrica pública estratégica corporación nacional de electricidad Milagro, donde se planteó como problema principal la asistencia a quejas y reclamos por parte de los clientes. Entre los subproblemas evidenciados el excesivo tiempo que el personal se toma en atender a un usuario, situación que ha sido objeto de quejas y reclamos, a esto se suma los controles efectuados a los procedimientos de recepción de quejas de. Se planteó información relacionadas la atención al cliente para ello dentro de la metodología se utilizó la investigación de carácter cualitativo documental, la misma que fue orientada para la resolución de reclamos generado por los usuarios, para lo cual también fue necesario plantear una propuesta en base a los modelos de solución para la gestión y la atención, todo con el claro sentido de optimizar la atención a los usuarios en la institución objeto de estudio.

Palabras claves: quejas, modelos de solución, reclamos

ABSTRACT

The investigation has been carried out taking as an institution under, where the assistance to complaints and claims by customers was raised as the main problem. Among the subproblems evidenced is the too much time that the staff takes to attend to a user, a situation that has been the subject of complaints and claims, to this is added the controls made to the procedures for receiving complaints from the Strategic Public Electric Company Corporation National Electricity Cnel Milagro. Information related to customer service was raised for this purpose within the methodology, the qualitative documentary research was used, which was oriented to the resolution of complaints generated by users, for which it was also necessary to propose a proposal based on the solution models for management and care, all with the clear sense of optimizing user service in the institution under study.

Keywords: complaints, claims, solution models

CAPÍTULO 1

PROBLEMA

CNEL EP Milagro, La Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, tiene como objetivo primordial el ofrecer servicio al público al comercializar y distribuir energía eléctrica dentro del área correspondiente del mismo, esto, bajo la moderación exclusiva regularizada por el Estado, a bien de compensar satisfactoriamente la solicitud de energía eléctrica dentro de las condiciones ya establecidas previamente en la normativa aplicada al sector eléctrico y el abastecer electricidad a los mismos consumidores. A través de un estudio de datos con referencia la gestión de reclamos en la organización, logró evidenciarse la insuficiencia de gestión de quejas y, de la cual se produce por la falta de compromiso de la alta dirección, igualmente quejas por servicios imperfectos, la poca atención al seguimiento de las mismas, así como la inexistencia de operaciones y procesos, no contando con el personal competente y suficientemente apto para el funcionamiento adecuado del departamento de atención al cliente sin haber procedimientos de atención hacia el usuario y la infracción de horario de atención.

Tomando en comedimiento los varios aspectos negativos, la empresa podría sufrir disminuciones económicas y bajas en la interposición del mercado, generando así pérdidas y desviando más la posibilidad de desarrollo y expansión empresarial; el problema puede incrementarse incluso a destituciones y cierre forzado de la organización.

Con estos antecedentes, considerando que los clientes valen ser atendidos de forma priorizada, debería de tomarse los enmendadores ineludibles para enmendar de manera

pertinente sus insuficiencias y con el fin de neutralizar estas quejas y reclamos; la organización se ha visto en los avisos de acertar los enseres apropiados para reducir o anular esta problemática expuesta por los clientes. Sobre esto se efectuará una propuesta que se orientará a la elaboración de un “Plan de Análisis y Mejora en la Gestión Administrativa de la Atención a Reclamos de la Empresa Pública CNEL EP Milagro”; esbozando esto como un método funcional con el cual se permitirá el acceso a información que valdrá a su vez amparar los intereses de la empresa, resguardando todos los factores negativos anteriormente mencionados y a su vez suministrando beneficios económicos, sociales, empresariales y lo más importante el beneficio de satisfacción al cliente.

De esta forma es necesario fijar la forma en la que llega a influir la aplicación de un Plan de Análisis y Mejora en la Gestión Administrativa de la Atención al Cliente a Reclamos de la Empresa Pública CNEL EP Milagro.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del actual trabajo de investigación, es significativo y preciso examinar estudios que están en relación o vinculados con el tema vigente, con la intención de indagar aportes de suma relevancia y que ofrezcan beneficio de sustentación al presente trabajo, para lo cual ostentamos antecedentes que son detallados a continuación:

Alvarez, Mijares, & Zambrano (2014), expusieron que la gestión y atención al cliente son claves esenciales en las cuales se despliegan las organizaciones, considerando que ellos forman el contrafuerte prioritario que concibe los máximos beneficios económicos y sociales que consentirán que una empresa pueda sustentarse a lo largo del tiempo, insistiendo además que la imagen corporativa vaya progresando de forma rápida.

Se alude además que para conseguir el máximo liderazgo en la atención a clientes y efectuar sus necesidades de manera apacible, es sustancial operar un sistema que consienta tramitar todo tipo de quejas que pongan de manifiesto aquellos clientes que no consiguieron cumplir sus expectativas al recibir una atención inadecuada o un producto de mala calidad; se logra estar al tanto también del sentir de los clientes sobre cómo son tratados por el personal que labora en las organizaciones y a su vez las diversas habilidades que pueden y deben aplicarse para lograr un excelente equilibrio entre cliente-vendedor y cliente-empresa, de tal forma que se logre captar un mayor número de clientes satisfechos luego de haber ejecutado planes de mejora que ayuden a colocar a la organización en un sitio de competencia.

Este estudio nos permite conseguir que el tema obtenga una guía sensata para lograr acoplar los diferentes aspectos de servicio y atención al cliente, logrando asimismo que las estrategias mostradas en cuanto a las quejas y reclamos por parte de los clientes de CNEL EP Milagro puedan ser solucionadas de manera efectiva y puntual.

Yépez & Cabrera-Vallejo (2016), establece que todas las organizaciones y asociaciones deben tener un marco de administración que permita el control y la verificación exitosa de las quejas y los casos presentados por los clientes, hasta el punto de que mediante el uso de las normas estipuladas en ISO 10002 (cumplimiento a los clientes y los casos de los ejecutivos) Es concebible neutralizar las protestas de una manera conveniente y al mismo tiempo efectúa con el cumplimiento a sus clientes.

Al aplicar este estándar, disminuirá las mediciones de quejas y casos de reclamos, haciendo que las tasas desactivación del consumidor en el futuro obtengan a resultados positivos, esto da paso a conectarnos con nuestro tema explícitamente direccionado para la estructura de quejas que está basado de forma directa a dicha norma.

El control exitoso de los reclamos y quejas de los clientes da paso a que las asociaciones y organizaciones puedan posicionarse en un lugar de renombre, lastimosamente no todas las organizaciones tienen un marco como el propuesto en esta trabajo investigativo, ya que puede provocar especulaciones de estudio, profesionales a tiempo completo, y del mismo modo el tiempo dado por los jefes y socios de cada una de las divisiones a las que representan esas asociaciones, a través de este tema se deja abierta la probabilidad de que este sirva como una ayuda de investigación y puede repetirse en un enfoque competente y convincente para las organizaciones que requieren un marco que les permite el buen manejo de un trato selecto a sus clientes.

Godoy (2015), expresa que los tipos de administración que dan las organizaciones deben determinarse, al igual que la forma en que sus representantes se presentan, a través de análisis sobre las variables que influyen en las prácticas de su personal en el momento en que brindan su atención a los clientes, a los cuales busca identificar lo requerido para la preparación para su personal y, por lo tanto, proponer su preparación, después de lo cual se visualizará a través indicadores y valoraciones de desempeño sobre cómo ha modificado el estado y la mentalidad para la administración de servicio al cliente, esto aumenta el trato significativamente y la productividad, por lo tanto, se logra la fiabilidad de los compradores.

Con esta investigación, nos permite analizar cómo los clientes expresan su decepción con el comportamiento aparecido por empleados o asociados de la organización al no mostrar soluciones después de que un cliente ha realizado una compra y su artículo o servicio no se ajusta a su a lo que desea. Nuestro enfoque está centrado además en la preparación y la formación constante de todos los empleados que comprende desde los directores hasta el último socio que se interesa por estos continuos procedimientos de atención con respecto al cliente o comprador.

MARCO TEÓRICO

Plan

El camino hacia la creación de una organización establece el acoplamiento perfecto que implica adquirir la visión que tienen los pioneros que desean lograr las condiciones ideales en una administración o producto, con patrones futuros en el mercado que necesitan cubrir o atender, situados hacia una convivencia que pronostique una circunstancia de cambio económico y toma ventajas.

La organización correcta permitirá a las asociaciones estructurar elementos y administraciones que aborden los problemas y las necesidades de los clientes de una manera agradable, a través de un acuerdo muy organizado será concebible reconocer a los clientes potenciales, para lo cual se conectará un estudio de mercado y se establecerá las necesidades que quieren satisfacer, con este precursor, se crean las numerosas cualidades de los productos y las administraciones que se van a dar, a través de controles para que estos procedimientos sean exactos y los servicios sean trasferibles orientados a beneficio tanto del cliente como de la empresa (Somocurcio, 2015).

Plan de gestión

El plan de administración consiste en realizar un procedimiento que preocupa a la organización, que se crearán de manera consistente, por lo que estos planes se vuelven inmutables o eventuales, dependiendo de los diferentes ejercicios que se completen en años futuros o se realicen en un tiempo inequívoco por separado. Para realizar la administración de una empresa o fundación empresarial, cualesquiera que sean las particularidades que pueda tener la organización, debe hacerse a pasos agigantados, como lo demuestran Ibarra, Granados y Reyes (2016): "Planificar, clasificar, dirigir y controlar, estos ejercicios se desarrollan de forma similar a la referencia, pero de manera consistente se realizan juntos o de forma sincronizada"

Planificar. – Inicialmente, la misión y la visión del negocio deben caracterizarse, luego las circunstancias favorables y desventajas a través de un análisis y por último de los muestran los objetivos a través de un procedimiento comercial.

Organizar. – A través de la organización, se prepara un resumen de actividades que permite que se ejecuten los objetivos determinados en el apartado anterior; Además, estas actividades se realizarán secuencialmente y se reconocerán los activos que se utilizarán

Dirigir. – Los ejercicios se ejecutan a través de un acuerdo, que incluye la creación de activos y la coordinación de personas y métodos. Este punto descubre la manera de liderar de la persona encargado de tomar las decisiones respectivas.

Controlar. – Ahora se anticipa cómo va el negocio y qué medidas se deben crear para la mejora las circunstancias.

Quejas

Las asociaciones que están conectadas con la administración y la atención al cliente pueden generar algunos tipos de quejas por parte de un cliente, para esta situación no se crean parámetros financieros, ya que pueden ser referenciados, por ejemplo, a la disposición de un distribuidor, lo que es un impacto para que haya una queja o se establezca la pésima atención por el personal laboral que provoca una queja, el efecto posterior esta tiene grados autoritarios, por ejemplo, expulsiones de los empleados, ya que para esta situación el cliente tiene una razón para dicha queja, cuando ha manifestado esto ante los directivos, respecto al conjunto de la actitud y la pésima atención que ha recibido en la organización (Pérez & Gutiérrez, 2016).

Las quejas son señales de que algo no está bien, podría ser el artículo que no satisface las necesidades del cliente, al igual que una atención mala durante la compra. Son indicios de no regodeo que deben tratarse rápidamente y tomarlo en seguimiento adecuadamente. Los trabajadores o trabajadores de la organización deben considerar por qué es esencial supervisar y resolver una queja de manera viable.

En el momento en que no se muestran quejas, no implica que no haya clientes en regodeo, puede ser que estos clientes no hayan tenido la opción de transmitir lo que necesitan o no tengan la menor idea de cuáles son los métodos de correspondencia con los cuales se podría hacer la queja a la organización. Por lo tanto, la asociación debe

solicitar que sus clientes informen si existe algún problema en la atención, ya que una organización podría tener una protesta orientada a su proveedor, pero dado que el proveedor opción a enviar una queja a la organización cambia de proveedor antes de manifestar su problema. Esto influiría, ya que si no hay protesta no se puede resolver si está habiendo problemas en el producto o en la administración de ventas (Ruelas-Barajas et al., 2008).

Tener la opción de solucionar las quejas de los clientes, permite a la asociación enviar una correspondencia con respecto a las referencias que el cliente solicita, para ofrecer certificación en la administración o productos. Además, si no se considera este problema, hará que los clientes encuentren diferentes proveedores y se dejarán de comprar en la empresa.

Reclamos

En oposición a la queja, un caso genera descontento conectado entre el cliente y el elemento comercial o administrativo, cuando se encuentra un acuerdo o una negociación entre ellos, provoca diferentes acciones que residen en la conformidad del comprador, por ejemplo si un individuo compra un artículo en la compañía y no se crean las garantías adecuadas para este artículo, el cliente puede exigir el reembolso financiero por su falta de regodeo o daño encontrado en este, mientras haya más casos de esta índole, la asociación se verá directamente afectada en el ámbito monetario al igual que en su imagen pública (Ekiz & Khoo-Lattimore, 2011).

Procedimientos

Ibarra Morales & Casas Medina (2015) Son muchos los ejercicios que están interrelacionados y persiguen un acuerdo similar". Depende de las estrategias y de cómo se transmitan y efectúen. Se puede hablar de una estrategia de forma esquemática o gráfica por medio de la reproducción de un diagrama de flujo o mediante una progresión

de avances importantes. El proceso tiene diferentes características de las que tenemos las siguientes:

- Da control de las actividades
- Coordinación en los diferentes procesos
- Expresa actividades de forma secuencia.
- Son flexibles
- El ser aplicado depende de la situación que se presentan.

Una organización debe tener sistemas que ayuden a los procedimientos de la entidad, ya que son importantes para la correcta administración de las actividades a realizar, en una inspección el administrador analiza los procedimientos para guiar y darse cuenta de lo estipulado y, si es válido, será probado a través de registros. En el tratamiento de quejas, es uno de los procedimientos más importantes de la administración posterior a las ventas, es ventajoso contar con un método organizado completo que permita que este procedimiento sea imparcial, clasificado, exhaustivo y ecuánime. Esto permitirá atender los problemas de una manera ideal y retener a los clientes, a pesar de las quejas, el producto o la administración se pueden mejorar a través de la información detallada de los clientes (Denegri Lozano & Rosero Romero, 2018).

Capacitación

La preparación es las actividades que una organización necesita realizar para ajustar y mejorar el aprendizaje del personal, con el objetivo de que luego esta información se conecte en la empresa. La preparación son corto plazo y debe ser según las necesidades de la organización. Algunas personas de negocios creen que la preparación es un consumo económico ya que incluye el empleo de expertos para preparar a todo el personal. Sea como fuere, viéndolo desde otro punto de vista, la preparación no es un

costo es una inversión, ya que los empleados seguramente reaccionarán a las diversas circunstancias que pueden surgir dentro de la empresa, no solo beneficia a la organización, sino que, además, beneficia a los trabajadores a medida que obtienen más conocimiento que fomenta el avance competente e individual. La preparación es un procedimiento de capacitación, preciso y compuesto temporalmente, que planea brindar conocimientos y comprometerse con el avance de las aptitudes y capacidades del personal (Parra-Penagos & Rodríguez-Fonseca, 2016).

Para el avance del desarrollo individual y jerárquico, es significativo que los miembros de estas empresas sean estos directivos, gerentes, administradores e incluso el último trabajador, los cuales deben estar adecuadamente preparados, mediante el uso incesante de talleres o cursos donde generalmente son atractivos preparó su visión y, por lo tanto, todas las personas se formen con el objetivo de obtener resultados positivos que den rendimientos y ventajas a la empresa (Flórez, Cortes, & Paredes, 2019).

En el momento en que una persona está preparada, es casi seguro que todos construirán un trabajo de calidad transmitiendo sus conocimientos en los puestos asignados, siendo una labor proactiva y no receptiva, que se centrará directamente en la satisfacción del consumidor, con un idea vital para la empresa, buscando una mejora persistente que la cambie su estilo de vida, a través de la utilización de cualidades individuales y valores morales como respeto, solidaridad, confiabilidad, satisfacción en su trabajo y con una responsabilidad en obligación; Esto permitirá mantener una colaboración grupal para su aprendizaje bilateral y empresarial.

La administración superior tiene el deber de promover y evaluar la mejora en cuanto a la preparación accesible en la organización. La preparación debe organizarse de una forma positiva y buena, así como complementarlos por medio de ejercicios, con el objetivo de que cada persona de la empresa, de cada sector interno, continúen

efectivamente sin importar cualquier compromiso que sea dispuesto o demandado (López, Jaramillo, & Barreneche, 2015).

Rentabilidad

Capdevila & Irma (2016) "Es la conexión entre las ventajas que se obtienen por medio del trabajo". Ser igualmente descifrado como la capacidad de una actividad para lograr beneficios en tiempo antes concretado. Donde se utilizan algunos activos, independientemente de si son monetarios, humanos y materiales.

Es un índice que en una acción monetaria específica o en una organización específica están creando resultados positivos financieros. De igual manera es un registro en la que la administración superior está centrada y que su administración ha tenido éxito. Asimismo, demuestra el dominio de las ofertas y las metodologías publicitarias. Cuando la organización reduce los costos, esto le accede seguir completando sus actividades de una manera típica, productivamente a un costo menor, lo que causa que la organización tenga ganancias. Se diría que los elementos impulsados por los ingresos son vistos como rentables en el momento en que comienzan a producir más ingresos que gastos, además, generalmente se traduce que un comprador tiene ganancias en el momento en que comienza a tener menos egresos que ingresos. (Puente Riofrio & Andrade Dominguez, 2016).

Calidad

Actualmente, el grado de calidad que se otorga en una organización es dependiente de los diferentes productos que brinda, al igual que la administración que ofrece para que las necesidades de los clientes sean satisfechas. Siendo el cliente el motor fundamental por el cual las organizaciones intentan mejorar cada uno de sus

procedimientos, sus artículos y administraciones para su satisfacción, ya que, si un cliente no está satisfecho con el artículo adquirido, no adquirirá más.

Lo que produce pérdidas financieras para la empresa, además, la administración dada al cliente es de gran importancia para cumplir con sus necesidades. En ciertas organizaciones, hay casos en que la administración es satisfactoria, sin embargo, el producto o atrae a nadie o al revés, que el artículo es generalmente excelente, pero la administración no satisface sus necesidades. De cualquier modo esto produce insatisfacción a los clientes (Mora-Pisco, Duran-Vasco, & Zambrano-Loor, 2016).

Para que haya un tratamiento suficiente que permita dar artículos de calidad y un buen servicio, se debe presentar un compromiso por parte de la administración superior, al igual que los compañeros de equipo deben mostrar la responsabilidad de aumentar la calidad del producto. Como se hace referencia en apartados anterior sobre la naturaleza de la administración, la cual es importante, además de ser complemento del artículo y el logro de la organización. Se creía que la administración no era relevante, con el paso del tiempo la forma de pensar cambio a que el servicio debe ser de calidad así como el producto en sí (Capdevila & Irma, 2016).

Existen dos momentos de verdad en el servicio los cuales son: momentos estelares y momentos amargos

Momentos estelares: es la percepción del consumidor hacia el personal laboral que demostró cierto nivel de interés, amabilidad, dedicación y supo contestar ante las necesidades del mismo.

Momentos amargos: Son experiencias malas que los consumidores tienen por un pésimo servicio, esto causa que los clientes disminuyan, además de los reclamos y quejas.

Para coordinar la calidad, es una necesidad clave contar con una administración correcta de la parte externa e interna de la organización, en palabras breves, para tratar las variables especializadas y operativas de la administración o producto, al igual que la parte externa, que es lo que le dio el cliente estima por parte del servicio. Con el objetivo de que se pueda realizar una administración de gran calidad en la venta posterior, que incorpora el camino para atender las objeciones y quejas. Hay diferentes fases; Entre ellas tenemos: planificar, ejecutar, mejorar y por ultimo controlar (Fernández-Companiononi, 2016).

La empresa y el servicio al cliente

Es significativo que cada organización o fundación de negocios o administración se comprometa a preparar a sus trabajadores para el servicio orientado al cliente, los cuales deseen una atención o producto que aborde sus necesidades, la percepción que se tiene de la organización es de gran relevancia para ventas y fidelización futuras.

Una organización que está dispuesta a mejorar la administración necesita abordar las necesidades y los problemas de sus clientes para tener la opción satisfacer sus necesidades y llegar a ellos". Las organizaciones, junto a sus socios, deben estar constantemente preparados para cualquier problema importante y mejorar de manera remota o interna, para esto deben conocer y prepararse con los principios de la organización orientados a un servicio de calidad, responsabilidad con el comprador y el cumplimiento de sus requisitos previos. Un trabajo con compromiso se orienta a una mejor calidad, por lo que la atención a la cliente adecuada debe estar completamente ligada a las estrategias de atención de los empleados, de estar forma puedan crear formas de servicio y atención, contribuyendo de este modo a un mejor servicio que favorece a la empresa.

A pesar del hecho de que parece ser difícil imaginar, uno de los problemas más ampliamente reconocidos que existe en la zona de administración de clientes es la negatividad de ciertos supervisores que consideran que es una administración posterior a las ventas, sin considerando futuros tratos. Las barreras más frecuentes que limitan el brindar un buen servicio son:

- Pocas normas con respecto al servicio al cliente
- Poca coordinación en la actividad de servicio al momento de cerrar ventas.
- Trabajadores sin competencias para el servicio al cliente
- Servicio al cliente sin lograr tomar decisiones.
- No se le presta la atención adecuada al cliente.

Determinación de las necesidades del cliente

En este aspecto el vendedor intenta descubrir cual la necesidad del cliente o que es lo que quiere comprar. Cuanta más información se obtenga del cliente, esto dará un consenso para poder determinar que producto desea, solo si se habla de comercialización.

Según (Rodríguez, Porto, & Orozco, 2017) manifiesta que “ lo más relevante, para tener un negociación correcta es saber lo que el cliente necesita y una correcta respuesta para lograr la aprobación de del comprador”

- **Las preguntas abiertas:** Son realizadas para la promoción de una gestión de negocio. Por medio de interrogantes al cliente de forma abierta puede manifestar lo que necesita.
- **Las preguntas cerradas:** Estas interrogantes son aplicadas a los compradores que van a la empresa, de igual manera su información no es de gran relevancia.

- **Preguntas alternativas:** estas interrogantes pueden tener una índole cerrada y abiertas. Pueden ser utilizadas se realice una venta, en su etapa final.
- **Preguntas de control:** Son conocidas como interpretativas, estimulando al cliente a la generación de ideas.
- **El silencio** Es una herramienta de gran viabilidad ya que se presta una atención a la persona que está hablando, siguiéndole el ritmo de comunicar.

Esta es la manera por la cual un proveedor puede instituir las necesidades y requisitos previos del cliente, con respecto a un artículo fijo o administración; Es importante tener el compromiso de opiniones y solicitudes de los clientes para racionalizar la organización.

Elementos del servicio al cliente

En la administración del cliente se pueden dar algunos componentes que se identifican para una ejecución decente. (Paredes Correa & Gonzabay Neira, 2016) expresan que "la administración del cliente es una gran ventaja que el cliente espera, además del artículo o administración fundamental, debido al costo, la imagen y la ubicuidad del equivalente", entre el cliente, y están las personas encargadas de atenderlo, los mismos que reciben las apreciaciones del producto respectivo y lo que se requiere para una venta.

El cliente es el comprador actual o futuro de la atención o artículo que se ofrece, por lo que se coloca como el componente principal de una empresa, es importante subrayar que si no hay cliente no hay administración. La persona responsable de cuidar al cliente es la persona que obtiene la valoración del producto y el requisito previo para la venta (Díaz, 2017).

Actitud de la empresa ante la gestión de reclamaciones

Como lo indica el artículo de “El sistema de gestión de los reclamos en la empresa compartamos financiera y modelo de actuación resolutoria de reclamaciones” (Quispe Iquiapaza & Mamani Calisaya, 2017) muestra que "la análisis de las prácticas que presentan algunas organizaciones, ante los casos de reclamación de la junta, permite descubrir la presencia de metodologías divergentes. Por lo tanto, las organizaciones conscientes de su necesidad, razonan de manera superflua y errónea". Con respecto a las quejas las organizaciones demuestran una:

Actitud negativa

- **Desviación de las quejas:** Permite la solución inmediata de la queja.
- **Apariencia:** Se crean anuncios o cartas a clientes en ciertos puntos de venta para tener cubierto cualquier dificultad.
- **Reacción a las necesidades:** Es de gran relevancia la identificación del problema que se da después de la queja del cliente.

Actitud positiva

Por medio de una correcta actitud, la empresa constituirá relaciones honestas con el cliente, de este modo se puede asumir la problemática. Lo que conlleva una relación con la actitud proactiva, la cual debe impulsar la admisión de todo tipo de información que puede llegar al consumidor y la creación de una metodología con respecto a la identificación de la insatisfacción (Moreno Huerta, 2019).

La expresión que generalmente presenta un cliente es por un reclamo, los que se clasifican en tres:

- **Justicia distributiva:** el balance entre la recompensa y lo que hace el cliente para la reclamación.

- **Justicia procedimental:** el proceso que lleva el empleado.
- **Justicia interactiva:** el servicio del personal que admite el consumidor.

LA EMPRESA

MISIÓN

Brindar el servicio público de distribución y comercialización de energía eléctrica para generar bienestar a nuestros consumidores y contribuir al desarrollo del país, con talento humano comprometido, tecnología de punta, innovación y respeto al ambiente.

Fuente: Departamento CNEL

VISIÓN

Al ser una Empresa líder en la prestación del servicio eléctrico en el Ecuador, reconocida por su calidad, cobertura y eficiencia

Fuente: Departamento CNEL

VALORES INSTITUCIONALES

- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Integridad
- Innovación
- Responsabilidad social

**ANÁLISIS DE DATOS E INFORMACIÓN REFERENTE A GESTIÓN EN
RECLAMOS**

Tabla I

Unidades de Negocio	Comerciales	Daño Equipos	Técnicos	Total
El Oro	1	13		14
Esmeraldas	15		17	32
Guayas Los Ríos	508	35	1.080	1.623
Los Ríos	2	4	1	7
Manabí		37	18	55
Milagro	3	10	2	15
Santa Elena	352	10	16	378
Santo Domingo		1	1	2
Sucumbíos		7	70	77
Total	881	117	1.205	2.203

Reclamos vencidos

Mediante memorando CNEL-CORP-COM-2019-0395-M, del 12 de mayo de 2019, la Gerencia Comercial remitió un informe sobre los trámites generados en el BPM –

SAR hasta marzo de 2019 y que no se han finalizado, en el cual existían 2.203 reclamos pendientes de finalizarse de acuerdo al siguiente detalle:

Fuente: Departamento CNEL

Tabla II

Reclamos pendientes

Unidad de Negocio	Comerciales	Daño Equipos	Técnicos	Total
El Oro		12		12
Esmeraldas	6		16	22
Guayas Los Ríos	442	35	304	781
Los Ríos	2			2
Manabí		28	1	29
Milagro		4	2	6
Santa Elena	135	9	16	160
Sucumbíos		5	27	32
Total	585	93	366	1.044

Realizando el análisis de los mismos trámites generados hasta el 31 de marzo, pero finalizados hasta el 29 de mayo de 2019, se observa que en algunas Unidades de Negocio si han finalizado el 47% de los reclamos, pero todavía continúan pendientes 1.044 trámites, a continuación, el detalle por tipo de reclamo:

Fuente: Departamento CNEL

Tabla III

Unidad de Negocio	Comerciales	Daño Equipos	Técnicos	Total
El Oro		17	7	24
Esmeraldas	19		34	53
Guayas Los Ríos	809	39	1.086	1.934
Los Ríos	21	3	10	34
Manabí		47	9	56
Milagro	4	7	9	20
Santa Elena	218	13	20	251
Santo Domingo	1	3		4
Sucumbíos	3	11	115	129
Total	1.075	140	1.290	2.505

Reclamos Técnicos

Si analizamos los reclamos ingresados hasta el 30 de abril, podemos observar que existen 2.505 reclamos pendientes de finalizar, desde el 23 de febrero de 2017, siendo la mayor cantidad reclamos técnicos de acuerdo al siguiente detalle:

Fuente: Departamento CNEL

Tabla IV

Reclamos Frecuentes

Clasificación de reclamos	EOR	ESM	GLR	LRS	MAN	MLG	STD	STE	SUC	Total
Reclamo por facturación		16	597	16		4		142	1	776
Sin luz en sector/corto circuito	2	13	349	1		2		7	4	378
Luminaria dañada		1	167	5				1	87	261
Sin luz en domicilio		6	235			4		1		246

Daño Equipos	17		39	3	47	7	3	13	11	140
Luminaria apagada en la noche	1	4	100	1				1	21	128
Mala aplicación de tarifa			68					1		69
Fallas en el medidor		1	22	2				36		61
Chispas en acometida/red/medidor	1	2	50	1				3		57
Servicio sin una fase	1	3	47			1				52
No recibe la planilla/factura			50				1			51
Variación de voltaje		1	44							45
Demora en atención a Solicitudes			35					4		39
PEC		2						28	2	32
No le reconectan el servicio			27	1						28
Poste en mal estado			11	1	9	2		1	1	25
Línea en el suelo			24							24
Acometida en el suelo		1	17					1		19
Suspensión del cobro de Alumbrado Público no recibido			12					4		16
Luminaria prendida en el día			9						2	11
Bajo voltaje			10							10
Liquidación de Infracciones			1					7		8
Cobro de cortes no realizados			7							7
Vegetación sobre líneas/Podar árboles			6							6
Reconexión del servicio	2	1	1	1						5
Acometida baja		2	1					1		4
Pago no reflejado			2	2						4
Línea baja			3							3
Total	24	53	1.934	34	56	20	4	251	129	2.505

Como se puede observar la mayor parte de los reclamos pendientes de finalizarse corresponden a reclamos por facturación, seguido de los trámites técnicos como sin luz en sector, sin luz en domicilio y luminarias. Además, se observa que la Unidad de Negocio Guayas Los Ríos continúa siendo la que mantiene la mayor cantidad de trámites pendientes.

Fuente: Departamento CNEL



CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

A continuación, se describen los modelos más conocidos en cuanto a mejoramiento del servicio al cliente de forma directa o indirecta:

El triángulo de servicio de Karl Albrecht

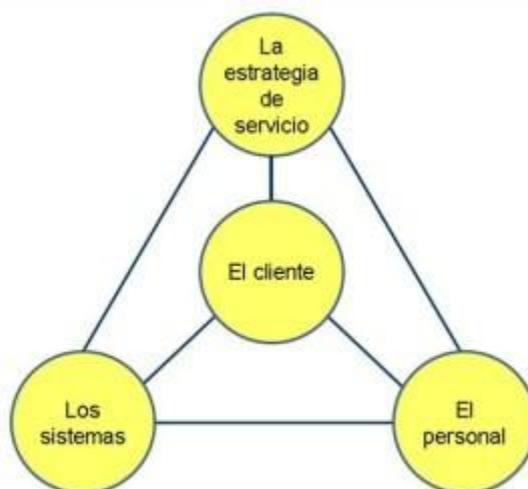


Figura 1. El triángulo del servicio

Fuente: Zucchetti (2016)

Este es un modelo completo y sencillo, que es planteado por el autor Karl Albrecht y además también Ron Zemke que se dio en su libro, mismo que fue denominado Servicio América:

Se discute que los sistemas de servicios, personal y la estrategia de servicios, son los elementos fundamentales, mismo que se encuentran enfocados en el usuario como mecanismo central de aquella gestión. Por lo que el Triángulo del servicio se encarga de representar un proceso.

Como primer punto, se debe conocer e identificar a las personas a la que vamos a atender o a servir, aparte de poder entender cuáles son las motivaciones y necesidades que presentan. Como segundo punto, tenemos la estrategia de servicio, que quiere decir que los usuarios deben vernos como personas que lo atendieren de manera eficaz, y para estos clientes la estrategia debe encontrarse encaminada a brindar algo determinado, algo que los clientes puedan valorarlo y algo que los usuarios observen como justo al momento de pagar, como tercer punto tenemos el sistema de servicio, el cual involucra nuestras normas y procedimientos de servicios, la manera en cómo nos encontramos organizados y aparte todas aquellos elementos que son físicos indispensables para entregar y generar el servicio. Este sistema de servicio se tiene que encontrar diseñado en fundamento a los usuarios, Con la finalidad de obtener una experiencia de asistencia agradable al momento de vincularse con la organización. Como cuarto punto, se halla a los trabajadores, por lo que el triángulo de servicio supone que los trabajadores son un factor indispensable del servicio, por lo que son los vendedores, los encargados de impactar de manera positiva en sus clientes, para que así puedan regresar constantemente y por ende aumenta la productividad.

Los elementos ya mencionados que son cuatro, tienen la obligación de colaborarse entre sí, por lo que aquello es el significado y representación de cada una de las líneas que tiene el triángulo. Aquella línea exterior de la plataforma del triángulo muestra que, los sistemas, pueden disminuir la dificultad de en el manejo del sistema de servicio, estableciendo bastante mención en referencia con el apoyo de los trabajadores en la mejora de la Institución o la empresa (Perdomo & Prieto, 2017).

Modelo Kaizen



Figura 2. Modelo Kaizen

Fuente: (Gestión de la Calidad, 2019)

Barraza & Dávila (2015) mantiene que el Kaizer es generalmente traducido como mejoramiento, en donde Kai da como resultado cambio y Zen da como significado bueno. Esto es utilizado para la representación de un mecanismo gerencial y además también una cultura organizacional, el mismo que significa mejoramiento gradual, continuo efectuado a través del compromiso y participación activa en una organización, en donde en la misma empresa hace y más indispensablemente en la manera en la que se lleva a cabo las actividades. Por lo que su aplicación, tare consigo respuestas determinadas, que se dan tanto cuantitativamente como cualitativamente, con bajo costo y a corto plazo, en donde se aumenta la utilidad, que se ve basado en la sinergia que da como respuesta el trabajo colectivamente de la organización determinada para lograr las metas compuestas que son dadas por la dirección de la empresa.

El ciclo de Deming



Figura 3. El ciclo de Deming

Fuente: (Metodología PDCA - Ciclo Deming, 2016)

Williams E. Deming, americano que es un físico matemático, en 1950 ejerció un trabajo de consejero del censo. En Japón fueron dados sus conceptos de calidad, mismos que fueron dados de inmediato en la alta gerencia y en el área industrial (Moracho et al., 2014).

El ciclo rueda o ciclo como su nombre mismo lo menciona es un ciclo, debido a que, al culminar con el paso último, según es requerido, se procede a reiniciar con un plan nuevo, de esta manera se pueda empezar otro ciclo que es de mejoramiento. Se puede describir al ciclo PHV como:

Planificar: que involucra el establecimiento de procesos y objetivos adecuados, para de esta manera poder conseguir respuestas, según las cosas esperadas por los clientes y además las políticas que son dadas por la empresa. Por lo que esta planificación se constituye por las etapas siguientes:

- Análisis del diagnóstico y situación actual

- Establecer objetivos y principios
- Afianzamiento de aquello con lo que se pueda alcanzar los objetivos
- Adjunción de aquellos medios que se utilizan para tratar los medios

Hacer: efectuar todos los procesos y emplear las actividades de la manera en la que han sido planteadas.

Verificar: ejecutar la medición y el seguimiento de los productos y los procesos en referencia a los objetivos, objetivos y aquellos requisitos que son para el producto, además comunicar aquellos resultados.

Actuar: realizar acciones para un mejoramiento continuo en referencia al desempeño de aquellos, mecanismos.

Seis Sigma



Figura 4. Las 5 fases del proceso de implementación

Fuente: (Borja, 2017)

Es un método que se encarga de mejorar el proceso, por lo que se encuentra basada en la disminución de la variedad de estos, en la que se quiere eliminar o reducir los fallos o defectos en la entrega de los servicios o productos de un cliente. El objetivo que tiene 6 sigma es alcanzar un 3 a 4 de defectos que se da por un millón de oportunidades o eventos, la misma que se comprende como defecto a diferentes eventos en donde un

servicio o producto no consigue alcanzar los requisitos que tiene el cliente o usuario, por ende, esto afecta de manera negativa o positiva en su satisfacción (Aja Quiroga, 2017).

Gestión de la calidad total



Figura 5. Diagrama de la Calidad Total

Fuente: (Geoinnova, 2015)

TQM por su siglas en inglés, que significa, generalmente denominado en español Gestión de la Calidad Total, esta es una estrategia que pertenece a la gestión desarrollada dada desde los años de 1950 a 1960, se dieron desde las experiencias originadas por el perito de control orientado a la calidad, autor llamado W. Edwards Deming. TQM se encuentra encaminada a generar conciencia de calidad durante todos aquellos mecanismos de organización, por lo que consideradamente han sido usadas en todos los sectores, que es de la manufactura hasta la educación, las industrias de servicio y el gobierno.

En sí esta gestión de calidad se encuentra constituida por dos paradigmas:

- **Gestión:** en el sistema de gestión se cuenta con diversos pasos como es el de organiza, liderar, controlar y planificar, todo aquello que es conocido como

un ciclo PHVA en la que se tiene como significado Planear, Hacer, Verificar, Actuar.

- **Total:** esto da como resultado todo aquel total general que presenta una empresa, es decir todo lo que se encuentra en ella, o también decir una organización amplia.

Modelo de Excelencia EFQM

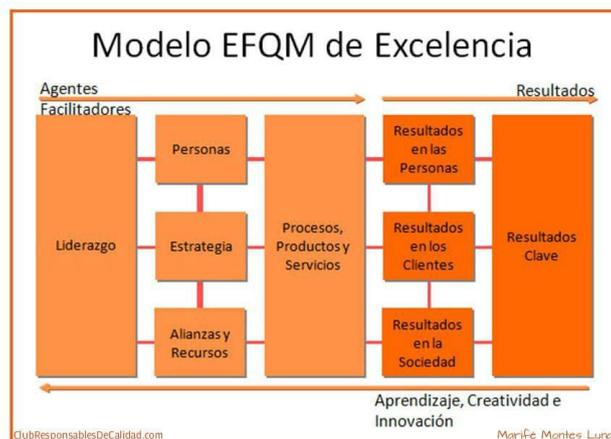


Figura 6 Modelo de Excelencia EFQM

Fuente: (Temas universitarios, s. f.)

Valencia (2015) Este modelo de EFQM es el marco de referencia que fue creado por EFQM con la finalidad de brindar un mejoramiento en una organización y su gestión. En sí, se introdujo en el año de 1991 como un marco laboral, en el que se generaba la autoevaluación de las empresas y como el fundamento con el que sea accesible juzgar a los concursantes dispuestos a obtener el premio Europeo de la Calidad, mismo que se entregó en el año de 1992. Se encuentra estructurado por tres elementos:

- Las concepciones importantes de la excelencia
- Los criterios
- La lógica o esquema de la evaluación Reder

Por lo que se muestra y describen a continuación aquellos conceptos de gran relevancia en la excelencia, en donde se tienen en cuenta por el modelo EFQM en el año del 2003:

- **Orientación hacia los resultados:** aquella excelencia es basada en la adquisición de respuestas agradables para los grupos que son para la organización de su interés.
- **Orientación al cliente:** por esta parte la excelencia reside en la elaboración continuada que se convierte para el cliente en algo de valor.
- **Liderazgo y coherencia:** en este apartado la excelencia consiste en la utilización del liderazgo en la que son ejemplos coherentes para toda la empresa.
- **Gestión por procesos y hechos:** aquí la excelencia tiene que ver con el establecimiento de modelos de gestión que se dan en la empresa, en donde procedimientos, sistemas y datos se encuentran vinculados entre sí y además suelen ser independientes.
- **Desarrollo e implicación de las personas:** en el desarrollo la excelencia cree que mientras más se impliquen los trabajadores, mayor sea su proceso individual, aparte mientras más motivados se encuentren, será mayor su contribución al proceso de la empresa.
- **Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora:** por esta parte la excelencia plantea convertir en realidad aquellos cambios que crean innovación y también oportunidades de mejoramiento, en la que se fundamentan de aprendizaje.
- **Desarrollo de alianzas:** aquí la excelencia se encuentra en el mantenimiento y desarrollo de alianzas que acrecientan valor. En donde los miembros de esta

alianza suelen ser proveedores, clientes o partners que tiene como significados competidores

- **Responsabilidad social de la organización:** la excelencia quiere decir que va más lejos de cumplimiento del marco legal a la empresa, para así poder entender y brindar resultados a lo que espera la sociedad.

Alternativa de solución aplicada en el plan de mejoramiento

Para la realización del plan de mejoramiento se utilizó el modelo del triángulo de servicio establecido por Karl Albrecht, dado a que nos permitió enfocarnos en 4 puntos esenciales como son, los clientes, la estrategia de implementación, el sistema y finalmente el personal. El principal punto de enfoque fueron los clientes, dado a que se debe conocer las necesidades que estas presentan para lograr plantear las estrategias de implementación en donde se les pueda dar la pronta asistencia para la resolución de sus problemas, además el servicio del sistema que es una de los principales influenciadores en la satisfacción de los clientes, se tiene que encontrar diseñado en fundamento a los usuarios, Con la finalidad de obtener una experiencia de asistencia agradable al momento realizar sus trámites, principalmente los que tienen que ver con las quejas y los reclamos que ejecuten, finalmente y como uno de los puntos más importantes se halla a los trabajadores, por lo que el triángulo de servicio supone que los trabajadores son un factor indispensable del servicio, porque son los encargados de impactar de manera positiva en sus clientes, para que así puedan generar satisfacción y por ende aumenta la productividad.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DE LA PROPUESTA TECNOLÓGICA

PLAN DE MEJORAMIENTO

A través de todo los hallazgo evidenciados mediante los datos que se recolectaron del CNEL EP de la ciudad de Milagro, se llegó a la creación de la Matriz siguiente, misma que presenta un desprendimiento de toda aquella información, teniendo como elementos las primordiales dificultades identificadas, por el cual se plantearon vías de resolución para la superación de los problema, absolutamente todo en función con los factores en lo que se deber dar el mejoramiento de la atención al usuario de manera indirecta o directa, que fueron trazados en el anterior capítulo.

A continuación, se presentará un plan de mejoramiento basado en las principales y constantes quejas presentadas en la empresa, según datos establecidos por la CNEL EP de la ciudad de Milagro.

PLAN DE MEJORAMIENTO

RECLAMOS	ACCIONES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Reclamo por facturación	Implantación de varios puntos para la atención a los clientes con la finalidad de satisfacer las demandas y que de esta forma se promueva una imagen de confianza para los clientes.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Determinar mecanismos que permitan asegurar que aquellos clientes que presenten reclamos o quejas estén correspondientemente vinculados al procedente titular o que sea su representante autorizado.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Ampliar el plazo de los mecanismos de resolución de conflictos a 10 días para que de esta forma la empresa aquella reclamación en caso de que no se llegue a un acuerdo.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional

RECLAMOS	ACCIONES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Sin luz en sector/corto circuito	Emplear equipos tecnológicos de alta gama, que permitan mejorar el control de las áreas operativas.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Incrementar el personal capacitado para dar atención a respectivamente a cada sector	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Incrementar el número de vehículos a disposición para mejorar la atención a las zonas afectadas.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional

RECLAMOS	ACCIONES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
	Solicitar a los respectivos departamentos de servicio al cliente un plan de capacitación, con el objetivo de que se logre dar resolución a cada uno de los reclamos efectuados por los clientes.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional

RECLAMOS	ACCIONES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Luminaria dañada	Invertir en tecnología de calidad que alargue el tiempo de vida del alumbrado y que sea fácil de reemplazar.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Capacitar al personal de todas las áreas de operación para atender estos casos en estados de emergencia.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional
	Implementar un plan de capacitación que ayude a asegurar que los encarados del servicio al cliente manipulen de manera correcta los pedidos o reclamos con la finalidad de que dicho reclamo tenga un pronto y pacífica resolución.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	En base a la estructura organizacional

Sin luz en domicilio	Estructura un plan que permita la capacitación en las necesidades individuales de los daños más frecuentes en base a los reclamos para de esta manera permitir equiparar las capacidades y condiciones del personal	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	De acuerdo con la estructura de la organización
	Se debe priorizar el buen funcionamiento de todos los sistemas informáticos que se utilizan para la consulta, registro y solución de requerimientos presentados por los clientes	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	De acuerdo con la estructura de la organización
	Gestionar el nivel de priorización de los requerimientos presentados por el Centro de Contacto, con el fin de que se dé la atención inmediata y se brinde la solución respectiva a los problemas que se presenten dentro de este departamento.	Informes estadísticos proporcionados por el CNEL MILAGRO	De acuerdo con la estructura de la organización

APORTES DEL PLAN DE MEJORAMIENTO

El diseño de políticas y objetivos encaminados al mejoramiento la asistencia a las quejas y reclamos del cliente presenta los siguientes beneficios:

- Fortificar el vínculo de relación entre el cliente y empresa y con esto se permita un ambiente cómodo en donde se puedan generar espacios de dialogo para una correcta y pacifica resolución de conflictos.
- Conocer la importancia de cada caso tratado y los métodos ejecutados para su solución y así de esta forma mantener una idea clara de las técnicas que se deben aplicar, siempre en pro del mantenimiento económico de la organización.
- Mejorar constantemente la calidad de todos los procesos que se manejen internamente para de esta forma lograr cumplir con una de las necesidades de los clientes.
- Se promueve la eficacia de los trabajos aplicados y el constante compromiso de los empleados de la empresa.
- La satisfacción del cliente aporta favorablemente a los ingresos económicos dado a que un cliente satisfecho con el servicio no frecuenta con los atrasos en el pago, de manera que las cuentas pueden ser más precisas, y se corresponden con aquellas utilidades que se distinguen de la actividad económica.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS TÉCNICO ECONÓMICO DE LA PROPUESTA

TECNOLÓGICA

La implementación de cada una de las acciones planteadas en la propuesta para la mejora de atención de reclamos es algo muy complicado, debido a que el presupuesto con el que cuenta CNEL en milagro es limitado, es por ello que lo único que se pondrá en presupuesto son las actividades más urgentes y que aportarían de la misma manera en cada una de las complicaciones en relación en las quejas que presentan los clientes.

En la tabla que se presentan a continuación se manifiesta el presupuesto tentativo para el cumplimiento de las actividades propuesta.

ACTIVIDADES	COSTOS	RESPONSABLES
Capacitación del personal	\$1000	Gerencia de CNEL EP
Contratación de nuevo personal	\$517,38	Gerencia de CNEL EP
Adquisición de (4) nuevos vehículos	60.800	Gerencia de CNEL EP
Nuevo buzón de reclamos	\$100	Gerencia de CNEL EP
Implementación de nuevos equipos tecnológicos	2.500	Gerencia de CNEL EP

Total	64917,38	Gerencia de CNEL EP
--------------	-----------------	---------------------

CONCLUSIONES

Una vez culminado el desarrollo del trabajo de investigación y habiendo cumplido con cada una de las variables del tema se plantean las siguientes conclusiones:

- La implementación de la propuesta mediante un plan de quejas y reclamos ayudará a que exista un buen desarrollo dentro de la organización, a través de gestión que se encarguen de la resolución de cada uno de los problemas presentados, así mismo a través de las recomendaciones que establezcan los clientes, permitirá que se les brinde un mejor y adecuado servicio, para que se les pueda dar la pronta resolución a sus inconvenientes.
- Con relación al propósito general del estudio realizado en el proceso de atención a quejas y reclamos se logra el diseño de una propuesta adecuada para que cada uno de los clientes presenten sus quejas y estas sean asistidas de manera ágil y logrando la consistencia requerida, generando además una respuesta en el menor tiempo posible, brindando satisfacción por el servicio brindado en CNEL MILAGRO.

BIBLIOGRAFÍA

- Aja Quiroga, L. (2017). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8.
- Alvarez, T., Mijares, B., & Zambrano, E. (2014). Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente. *Telos*, 15(1), 13-31.
- Barraza, M. F. S., & Dávila, J. Á. M. (2015). Encontrando al Kaizen: Un análisis teórico de la mejora continua. *Pecunia : Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León*, 0(7), 285-311.
<https://doi.org/10.18002/pec.v0i7.696>
- Borja. (2017, enero 18). DMAIC: Las 5 fases del proceso de implementación de Six Sigma. Recuperado 15 de agosto de 2019, de Arrizabalagauriarte Consulting website: [https://arrizabalagauriarte.com/dmaic-las-5-fases-del-proceso-
implementacion-six-sigma/](https://arrizabalagauriarte.com/dmaic-las-5-fases-del-proceso-implementacion-six-sigma/)
- Capdevila, P. R. de, & Irma, C. (2016). El planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial y la rentabilidad en las empresas de transporte terrestre de carga de Lima Metropolitana, 2014. *Universidad de San Martín de Porres - USMP*. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2456>

- Denegri Lozano, M. P., & Rosero Romero, S. J. (2018). *Diseño del manual de funciones y procedimientos para Hotel Oro Verde*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36381>
- Díaz, H. O. A. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 3(Extra 2), 72-83.
- Ekiz, E. H., & Khoo-Lattimore, C. (2011). FACTORES QUE INFLUYEN LAS RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS ANTE LAS QUEJAS DE LOS HUÉSPEDES. Los casos de Hong Kong y Chipre del Norte. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(3), 673-705.
- Fernández-Companioni, A. (2016). LA EMPRESA CUBANA, LA COMPETITIVIDAD, EL PERFECCIONAMIENTO EMPRESARIAL Y LA CALIDAD. *Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 4(0), 3-15.
- Flórez, D. T., Cortes, K. A. E., & Paredes, A. P. (2019). Inducción y capacitación como factor de desarrollo de los IPS (Centros Médicos) de Villavicencio, Meta – Colombia. *Management Review*, 4(1). <https://doi.org/10.18583/umr.v4i1.133>
- Geoinnova, A. (2015, marzo 10). ¿Qué es la Calidad Total? Recuperado 15 de agosto de 2019, de Territorio Geoinnova—SIG y Medio Ambiente website: <https://geoinnova.org/blog-territorio/que-es-la-calidad-total/>
- Gestión de la Calidad (I): Método Kaizen: Educación, Tecnología, Cursos... (2019, agosto 14). Recuperado 15 de agosto de 2019, de Educadictos website: <https://www.educadictos.com/gestion-de-la-calidad-i-metodo-kaizen/>
- Godoy, J. N. (2015). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35.

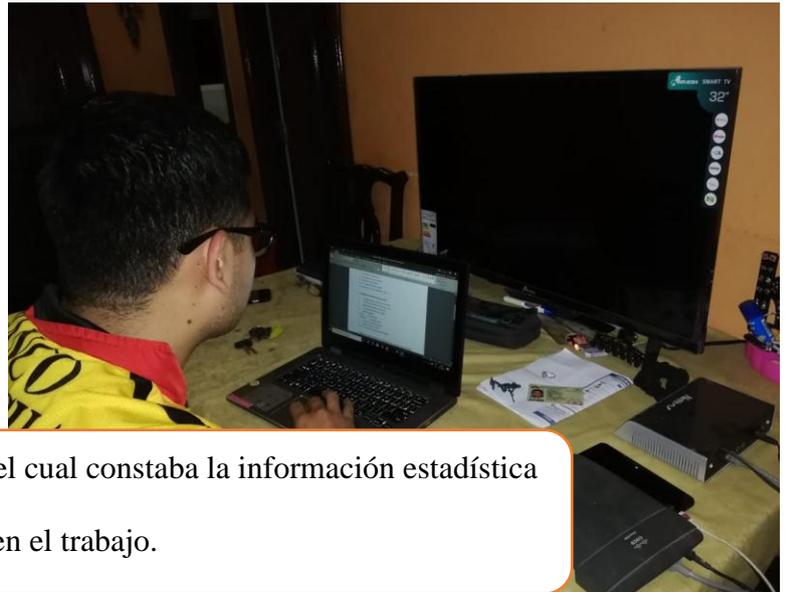
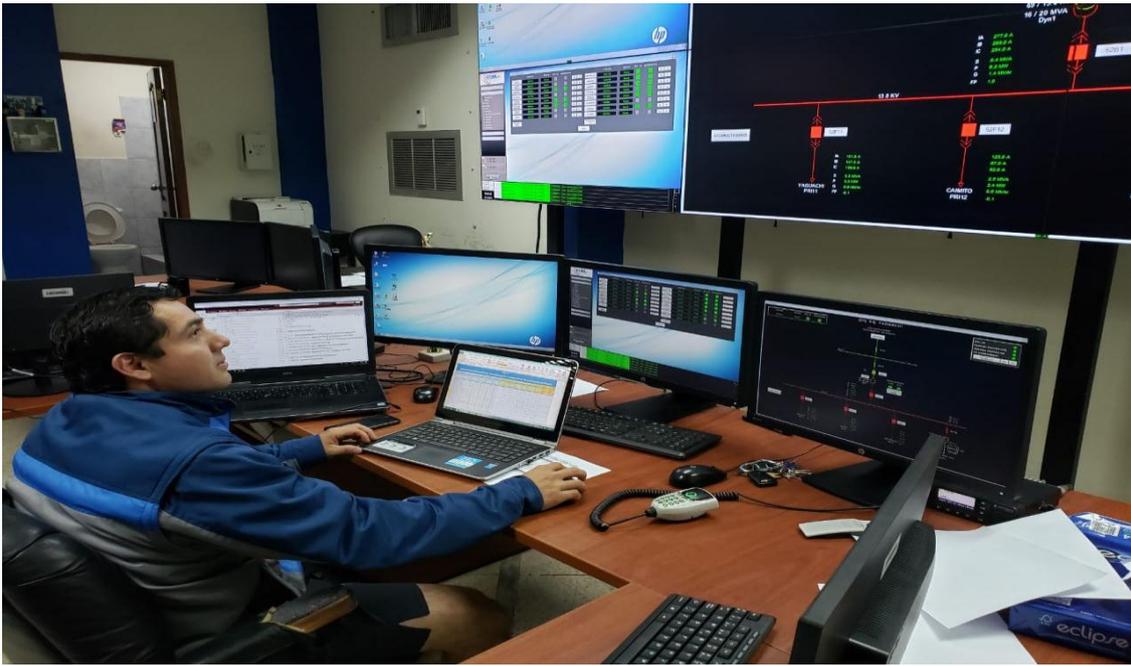
- Ibarra Morales, L. E., & Casas Medina, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: Una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.
[https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)72153-4](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)72153-4)
- López, G. A. F., Jaramillo, D., & Barreneche, J. G. (2015). Modelo de capacitación de tecnología biomédica para clínicas y hospitales de tercer nivel, enfocado en personal asistencial. *Revista Ingeniería Biomédica*, 9(18).
<https://doi.org/10.24050/19099762.n18.2015.781>
- Metodología PDCA - Ciclo Deming. (2016, agosto 11). Recuperado 15 de agosto de 2019, de Metodoss website: <https://metodoss.com/metodologia-pdca-ciclo-shewhart-deming/>
- Moracho, Ó., Colina, A., Amondarain, M. Á., Aguirre, L., Ruiz-Álvarez, E., & Salgado, M. V. (2014). Experiencia práctica del proceso de evaluación externa con el Modelo de Excelencia de la EFQM en el Hospital de Zumárraga. *Revista de Calidad Asistencial*, 16(5), 322-329. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(01\)77429-5](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(01)77429-5)
- Mora-Pisco, L. L., Duran-Vasco, M. E., & Zambrano-Loor, J. G. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 511-520-520.
- Moreno Huerta, A. (2019). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11782>

- Paredes Correa, R. E., & Gonzabay Neira, A. K. (2016). *Diagnóstico organizacional del servicio al cliente de Vícola Fernández Sucursal Garzota*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40244>
- Parra-Penagos, C., & Rodríguez-Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN*, 6(2), 131-143.
<https://doi.org/10.19053/20278306.4602>
- Perdomo, Y., & Prieto, R. (2017). El liderazgo como herramienta de competitividad para la gerencia del servicio. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 6(2), 30-48.
- Pérez, R. F. Q., & Gutiérrez, J. N. Á. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 149-158.
- Puente Riofrio, M., & Andrade Dominguez, F. (2016). RELACIÓN ENTRE LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3136>
- Quispe Iquiapaza, D. E., & Mamani Calisaya, C. V. (2017). El sistema de gestión de los reclamos en la empresa compartamos financiera y modelo de actuación resolutive de reclamaciones, Arequipa 2016. *Universidad Nacional de San Agustín*. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6572>
- Rodríguez, M. E. D., Porto, M. I. D., & Orozco, A. B. P. (2017). SERVICIO AL CLIENTE: UNA ESTRATEGIA GERENCIAL PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL EN EMPRESAS DE VALLEDUPAR (COLOMBIA). *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 20-26.

- Ruelas-Barajas, E., Tena-Tamayo, C., Sánchez-González, J., Sarabia-González, O., Hernández-Gamboa, L. E., & Campos-Castolo, E. M. (2008). Eventos adversos identificables en las quejas médicas. *Cirugía y Cirujanos*, 76(2), 153-160.
- Somocurcio, P. del Á. R. de. (2015). El plan de reestructuración como instrumento de competencia en el mercado de empresas insolventes. *Derecho PUCP*, (74), 315-332.
- Temas universitarios: EL MODELO EFQM. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2019, de Temas universitarios website: <http://corinachipat.blogspot.com/p/1.html>
- Valencia, C. M. de B. (2015). La mejora continua en la gestión de calidad: Seis Sigma, el camino para la excelencia. *Economía industrial*, (331), 59-66.
- Yépez, W. S., & Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo—Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13-20.
- Zucchetti, L. (2016, febrero 15). Administración, Marketing, Educación y Desarrollo Personal: El Triángulo del Servicio. Recuperado 15 de agosto de 2019, de Administración, Marketing, Educación y Desarrollo Personal website: <http://luzupa.blogspot.com/2016/02/el-triangulo-del-servicio.html>



ANEXOS



el cual constaba la información estadística en el trabajo.

Realizando el respectivo bosquejo de información, para cumplir con el desarrollo de cada una de las variables establecidas en el tema.