



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL 2022 - OCTUBRE 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:

ATENCIÓN AL CLIENTE EN CNEL-EP LOS RÍOS, AGENCIA BABAHOYO

EGRESADA:

KERLY RUBY RIVERA GUERRERO

TUTOR:

MSC.

DIEGO PAZMIÑO ROMERO

2022-2023

RESUMEN

Las empresas que brindan servicios a menudo tienen problemas por el aumento de quejas y reclamos por parte de sus clientes, situación que afecta de forma directa en la imagen institucional, por ende en esta investigación se estudió la atención al cliente En Cnel-Ep Los Ríos, Agencia Babahoyo, con el objetivo de analizar los factores que influyen en la excelencia de la atención al cliente de dicha empresa, debido a que en el primer trimestre del 2022 presento un incremento del 3% de quejas y reclamos por parte de clientes, en comparativa con el año anterior. Para encontrar dichas causas se recopiló información mediante la modalidad cuantitativa y cualitativa, por medio de la investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, en donde las técnicas aplicadas fueron a través de observación directa, encuestas y entrevistas, mediante los instrumentos ficha de observación y cuestionario de entrevista y encuesta. Presentando resultados en los que parte la problemática

Palabras clave: Atención al cliente, satisfacción del cliente, Gestión de quejas y reclamos.

ABSTRACT

Keywords:

ÍNDICE GENERAL

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	3
3.1 Objetivo General.....	3
3.2 Objetivos específicos	3
4. LINEA DE INVESTIGACIÓN	3
5. MARCO CONCEPTUAL	3
6. MARCO METODOLÓGICO.....	11
6.1 Tipos de investigación	12
6.2 Métodos de investigación	12
6.3 Técnicas de la investigación	13
6.4 Instrumentos Investigativos.	13
7. RESULTADOS.....	14
8. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	18
9. CONCLUSIONES	18
10. RECOMENDACIONES	18
REFERENCIAS.....	20
ANEXOS	22

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La atención al cliente es el soporte que se le ofrece al usuario, ya sea antes, durante o después del servicio brindado, en donde de acuerdo a la satisfacción del mismo se define la calidad de un servicio y a su vez el criterio de este hace referente a la imagen corporativa. Tener buena relación con el cliente se convierte en una ventaja competitiva, tal como lo expresa Arenal (2019) se puede tener: “perfiles uniformes en cuanto a tecnología de avanzada y otras características de comercialización similares, pero el elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa es el trato brindado a los clientes”.

La Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad Cnel-Ep Los Ríos agencia Babahoyo, es una institución que brinda el servicio público de distribución y comercialización de energía eléctrica, para el bienestar de los consumidores y la contribución al desarrollo del país, presenta problemas debido al incremento en el índice de reclamos y quejas en el primer trimestre del 2022. En el año 2021 se registró un 15% del índice anual de quejas y reclamos, en comparativa con el 2022 que incremento al 18%, situación por lo cual ha ocasionado preocupación dentro área del servicio al cliente.

Las causas de dicha problemática, radica en la gestión de trámites para la solución al cliente, debido a que existe demora en la atención al cliente en los módulos y muchas veces no todos los tramites reciben una solución efectiva, afectando a la imagen institucional de la empresa pública, causando el despido de buenos elementos, por la falta de organización y distribución de tareas y al mal manejo de los recursos tecnológicos físicos y humanos.

Lo cual hace plantearse la siguiente interrogante: ¿Qué factores están ocasionando el aumento de quejas y reclamos hechas por los clientes en la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo?

En base a toda la recopilación de datos, se expresó mediante el siguiente esquema las condiciones negativas que parten del problema principal. (Ilustración 1)



Ilustración 1. Árbol de problemas
Nota: Elaboración propia

2. JUSTIFICACIÓN

En el presente caso de estudio se pretende analizar los factores que influyen en la excelencia de la atención al cliente en Cnel-Ep Los Ríos, agencia Babahoyo, por ende se evalúa los elementos que ocasionan el aumento de quejas y reclamos, por parte de los clientes dicha agencia dentro del primer trimestre de 2022, además de la demora en solución de trámites y de ciertos tramites sin solución efectiva, por parte del mal uso de los recursos de la institución.

Dentro de este contexto, se identifican las ventajas del buen servicio al cliente y el uso adecuado de los recursos humanos, tecnológicos y materiales para obtener soluciones efectivas que potencien una buena imagen corporativa. Por las razones antes mencionadas, es importante

evaluar la satisfacción de los consumidores, debido a que la oportuna evaluación permite conocer lo que piensa el cliente del servicio recibido y con esto establecer mejoras y estándares de satisfacción que aporten al desarrollo y crecimiento institucional.

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3.1 Objetivo General

Analizar los factores que influyen en la excelencia de la atención al cliente en la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar cuáles son los factores que están ocasionando el aumento de quejas y reclamos hechas por los clientes de la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo.
- Evaluar el tiempo de demora de atención en los módulos de la empresa
- Analizar los procesos para alcanzar el índice de solución efectiva

4. LINEA DE INVESTIGACIÓN

Cabe recalcar que este tema se encuentra soportado en la línea de investigación académica, establecida por la carrera de Comercio de la Universidad Técnica de Babahoyo, denominada: Gestión Administrativa, Financiera, Tributaria, Auditoría y Control, a su vez apoyada, por medio de la sublínea: Empresas e Instituciones Públicas y Privadas, debido a que el sujeto de estudio en esta investigación, cumple con el modelo de negocio en el sector público.

5. MARCO CONCEPTUAL

Fundamentos de atención al cliente

La atención al cliente es un servicio que presta una empresa para comunicarse con sus clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Para Murillo (2018) se: “entiende como un proceso que se encarga de establecer una relación con el consumidor al poner a su disposición diferentes herramientas que procuran satisfacer las necesidades o requerimientos de las personas frente a un producto o servicio”.

Según la teoría expuesta el autor Arenal en su libro sobre la Gestión de la atención al cliente / consumidor (2019) la: “atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción” (p.7). Por ende, es considerada como un elemento clave para tener contacto con el cliente y medir el nivel de satisfacción del producto o servicio.

Los esfuerzos realizados por los empleados de una organización deben estar dirigidos hacia una misma dirección teniendo como principal objetivo el cliente, ya que el contacto con los clientes es considerado una oportunidad para generar satisfacción. Para Arenal (2019) “en el sector de servicio al cliente es el responsable de la relación, la escucha y comprensión de las consultas, dudas, quejas y reclamaciones que efectúan los destinatarios del trabajo del sector, con respecto del servicio contratado o producto recibido”.

De acuerdo, con Murillo (2018) la calidad en el servicio al cliente se define en base a tres ejes, tales como: La efectividad, la eficiencia y la eficacia para la competitividad. Por ende, según el mismo autor, se debe tener inicialmente una cultura del servicio y cuando surjan dudas de cómo llevar a cabo la situación, plantearse los beneficios o repercusiones dentro de los objetivos de la empresa.

Cientes

Tipos de clientes

En base al libro sobre el cliente de Martínez (2016) desde hace varias décadas, se hace referencia que en el interior de las empresas existen dos tipos de clientes diferenciados por clientes internos y externos. El cliente externo, son las personas que adquieren productos y servicios de una organización para satisfacer sus necesidades. El cliente interno hace referencia a los colaboradores de la empresa, quienes al igual que los clientes externos, buscan satisfacer las necesidades dentro de la compañía, mediante el servicio brindado.

Identificación de necesidades y gustos del cliente en relación al servicio

En base al estudio por la compañía Upbe expertos en el sector de atención al cliente (2022), las necesidades de los clientes se pueden clasificar en tres tipos principales, tales como:

Necesidades funcionales: Las necesidades funcionales del cliente, se centran en evaluar si la búsqueda de las posibles soluciones se ejecutó como se lo espera, lo cual hace énfasis en relación a la ayuda recibida, que responde a la necesidad.

Necesidades sociales: Es la manera en la que el cliente quiere ser percibido por los colaboradores de un servicio, aunque este factor no es una preocupación principal este puede interferir a la hora de tomar una decisión final.

Necesidades emocionales: Las necesidades emocionales se trata de como el cliente quiere sentirse.

Satisfacción del cliente

La calidad en las empresas de servicios es inherente a las mismas. No sólo por el enfoque de calidad total extendido a toda la organización, sino porque el servicio prestado a

clientes no se entiende sin calidad, ya que de éste depende directamente la satisfacción del cliente.

La satisfacción de los clientes es una necesidad para toda organización, pues esto influye en la imagen y reputación de esta, en el nivel de aceptación de mercado y por ende en el logro de la eficacia, eficiencia y efectividad. Evaluar la satisfacción de los clientes es un arma importante para todo negocio pues son ellos los únicos jueces de la calidad y la principal promoción a un producto o servicio. (Romero Fernández, Álvarez Gómez, & Álvarez Gómez, 2018)

Beneficios de la calidad en atención al cliente

En base al autor del libro Fundamentos de atención al cliente, la calidad en la atención al cliente aporta los siguientes beneficios:

1. Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios
2. Incremento de las ventas y la rentabilidad.
3. Mayor volumen de ventas con los mismos clientes y recurrencia en las compras.
4. Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
5. Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos.
6. Mayor efectividad en las acciones de marketing en las empresas e incremento de acciones de marketing relacional.
7. Reducción de quejas y reclamaciones, por tanto, mayor rentabilidad.
8. Mejora la imagen de la empresa y la reputación de la empresa tanto física como a través de las redes sociales.

9. Diferenciación de la empresa frente a sus competidores.
10. Mejora del clima laboral y el ambiente de trabajo.
11. Metas claras y definidas para todos los departamentos para poder dirigir los esfuerzos en la misma dirección.
12. Reducción de quejas y absentismo laboral de los empleados.
13. Reducción de la rotación de personal.
14. Mayor rentabilidad y mejora de la cuota de mercado. (López, 2020, pág. 15)

Gestión de quejas y reclamos dentro de una empresa

Según la teoría expresada por López en su libro sobre los fundamentos de la atención al cliente, existen los siguientes principios básicos en los que toda empresa debe apoyarse, tales como:

- **Saber escuchar.** A través de la escucha activa podemos entender cuál es la preocupación principal de nuestro cliente para resolver de la mejor manera su situación y ofrecerle una solución.
- **Saber disculparse.** La humildad es una clave que ofrece buenos resultados en la atención al cliente y ayuda a replantear la conversación en la línea de lo deseado.
- **Saber preguntar correctamente.** No es fácil preguntar para conseguir la información necesaria, por ello, mediante una pregunta abierta y sabiendo escuchar atentamente podemos llegar a un grado de conocimiento que nos sirva para entender la preocupación principal del cliente, todo ello, sirve para mostrar interés y demostrar que nos preocupamos por él.
- **Saber centrarse el cliente.** Esta parte se consigue empatizando y escuchando de forma atenta y sincera todo cuanto nos está contando, el cliente debe sentir que es

comprendido y que se le presta plan atención. Para ello, el personal deberá adoptar una postura perceptiva propia de una persona afectada.

- **Saber discriminar posibilidades.** Puede ser útil preguntar directamente al cliente cuál sería la solución que le gustaría disponer. De esta manera se le otorga la debida importancia y se centra en él la conversación.
- **Sabe ofrecer una solución justa.** En cualquier caso, siempre debe existir una solución que pueda satisfacer los deseos del cliente y así mantenerlo, bien sea con un cambio en el producto o servicio que haya adquirido o devolviéndole el importe. (López, 2020, págs. 28,29)

El sector servicios y las empresas de servicios

El servicio de atención al cliente hace énfasis al sector de una organización, en donde un personal o departamento en específico tiene la función de cuidar los intereses o satisfacer al cliente. El general, el sector servicios se puede definir como aquél que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. El sector está diversificado y abarca una amplia gama de actividades: comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, educación, salud y turismo, entre otros. También incluye empresas de todos los tamaños. Podemos decir que se distingue por su diversidad. (Peña & Garrido, 2018)

Índice de satisfacción al cliente

De acuerdo con da Silva (2021) “Los indicadores de satisfacción del cliente son métricas que se utilizan para medir cuán satisfecho está el consumidor con la relación que tiene con tu empresa”. En donde los resultados ayudan a tener claro los elementos en los que hay que trabajar para mejorar la experiencia de los clientes en relación a la fidelización.

Existen múltiples modelos desarrollados para indicar la satisfacción del cliente, de acuerdo a los KPI (indicadores clave de rendimiento) que desee conocer la empresa. En este caso explicaremos los modelos que se relacionan con el caso de estudio, tales como el Kano , el ACSI y SPS

Modelo de satisfacción del cliente de Kano

El modelo Kano es una herramienta que sirve para medir el nivel de satisfacción de sus clientes o compradores. Fue creada en la época de los 80's por el docente japonés Noriaki Kano, quien junto a demás colaboradores, explicó las bases principales de su modelo en el artículo “Calidades atractivas y calidad obligatoria” publicado en 1984. (Kano, Seraku, & Takahashi, 1984)

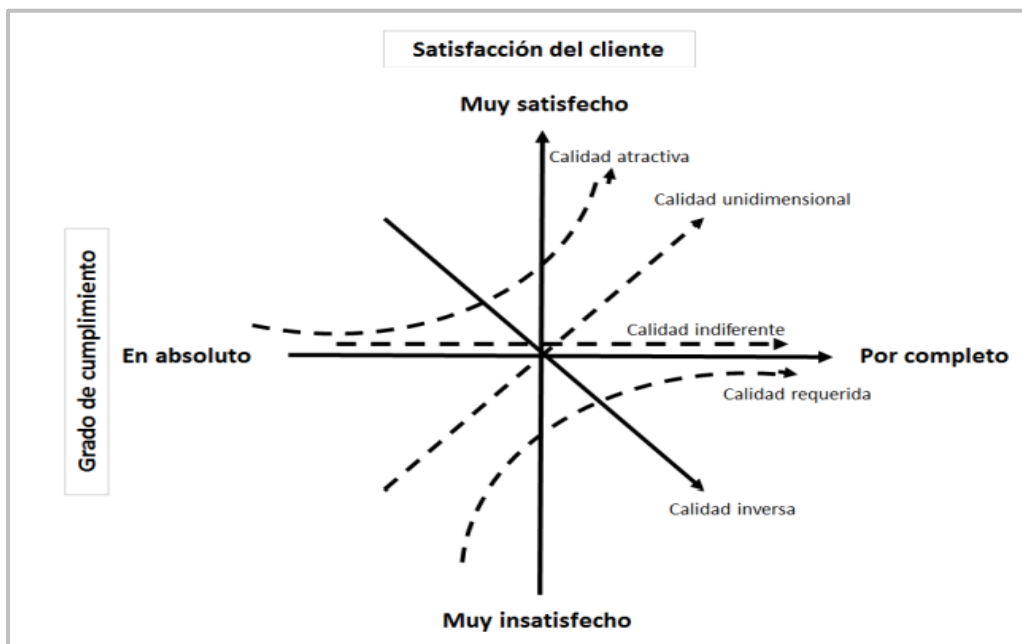


Ilustración 2. Modelo KANO
Fuente (Guerrero Alonso, 2016)

En base a la teoría de la calidad presentado por Kano los atributos de calidad en la atención al cliente se distribuyen en cinco categorías, de acuerdo a la correlación entre el grado de la suficiencia y la satisfacción del cliente, los cuales son:

Atributos de calidad unidimensional: producen satisfacción cuando se cumplen e insatisfacción cuando no se cumplen. Estos atributos están positiva y linealmente relacionados con la satisfacción del cliente, es decir, cuanto mayor es el grado de cumplimiento del atributo, mayor es el grado de satisfacción del cliente, y viceversa. (Guerrero Alonso, 2016)

Atributos de calidad requerida: Se trata de criterios de calidad básica de un producto/servicio, ya que, si faltan, el cliente estará extremadamente insatisfecho. Sin embargo, su cumplimiento no va a aumentar la satisfacción de los clientes ya que se dan por supuesto. Son un factor competitivo decisivo y, si no se cumplen, los clientes no se sentirán atraídos por el producto/servicio. (Guerrero Alonso, 2016)

Atributos de calidad atractiva: este es el que tiene la mayor influencia en el cliente. El cliente puede no expresarlos o esperarlos de manera explícita, sin embargo, su cumplimiento incrementa la satisfacción más que proporcionalmente. Por otro lado, si no se cumplen, la satisfacción no disminuye. En consecuencia, los requisitos atractivos permiten diferenciar el producto/servicio de la competencia. (Guerrero Alonso, 2016)

Atributo de calidad indiferente: Un atributo cuya presencia o ausencia no causa ninguna satisfacción o insatisfacción de los clientes. **Atributo de calidad inversa:** Un atributo cuya presencia provoca insatisfacción de los clientes, y cuya ausencia da lugar a la satisfacción del cliente. (Guerrero Alonso, 2016)

Modelo del Índice de Satisfacción del Cliente Americano (ACSI)

De acuerdo con revista científica sobre la Aproximación teórica para el diseño de un modelo integral de satisfacción de cliente, escrita por los autores (Álvarez, Jimenez, & Perry, 2014) el Índice de Satisfacción del Cliente Americano ACSI se considera como una variable dependiente de la percepción de los clientes ante la calidad del servicio o producto, en donde se hace énfasis en el valor que recibido por la marca. El elemento que denomina en esta metodología es la lealtad del cliente en relación con las expectativas y las quejas que el cliente puede llegar a tener en relación con el producto o servicio recibido. En donde en la ilustración 2 se detallan los procesos que hacen parte este modelo.

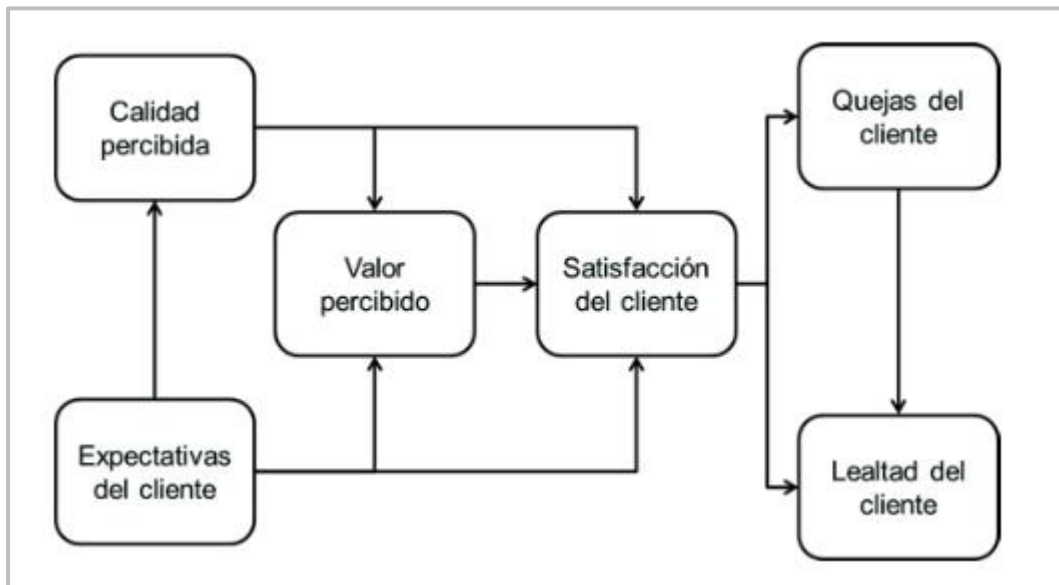


Ilustración 3. Modelo ACSI

Fuente (Álvarez, Jimenez, & Perry, 2014)

Modelo SPS (Service Partner Satisfaction)

Es un modelo que indica la satisfacción del cliente en relación con la experiencia del servicio o atención recibida por medio del personal, producto o servicio, en donde se califica de forma cuantitativamente, el grado de satisfacción del cliente. Dentro de una escala de valoración que se le entrega al cliente que oscila entre 1 y 5 puntos. Siendo 1 el nivel más bajo y 5 uno de valores más altos.

6. MARCO METODOLÓGICO

Los procesos teórico-metodológicos, considerados en el proceso investigativo de este caso de estudio, fueron gracias a la aplicación de la modalidad cualitativa y cuantitativa, a través de un enfoque deductivo e inductivo ejecutado con una aplicación transversal, por medio de la investigación exploratoria, descriptiva y explicativa; en donde para la recolección de datos se utilizaron las técnicas de encuestas y entrevistas, mediante los instrumentos cuestionario de encuesta y entrevista. Mismas acciones que permitieron recopilar información y facilitar el estudio de nuestra problemática de investigación.

6.1 Tipos de investigación

Investigación Exploratoria: Mediante la investigación exploratoria, se logró estudiar la problemática que está ocasionan el aumento de quejas y reclamos hechas por los clientes en la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo, con la finalidad de comprender los factores que parten del problema inicial.

Investigación Descriptiva: A través de la investigación descriptiva se pudo detallar los sucesos que hacen que ocurra el aumento en el índice de quejas y reclamos en la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo, lo cual implico observar y describir el comportamiento del sujeto de estudio.

Investigación Explicativa: Por medio, de la investigación explicativa se llevó a cabo la búsqueda de las causas que ocasionan que aumente el índice de quejas y reclamos en la atención al cliente de la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo, para de esta manera identificar el alcance y naturaleza de las relaciones entre la causa y el efecto de la problemática principal.

6.2 Métodos de investigación

Método inductivo: Con la aplicación del metodo inductivo, se logró observar cada uno de los problemas causados en la agencia Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo, a raíz del aumento de quejas y reclamos por parte los clientes de este servicio, para finalmente en base a estas evidencias plantear conclusiones generales.

Método deductivo: Mediante la utilización del metodo deductivo, se estudió de forma argumentativa los factores que interfieren en la excelencia de la atención al cliente en la agencia

Cnel-Ep Los Ríos, Babahoyo, para así observar las causas de la problemática y las consecuencias que produce la misma.

6.3 Técnicas de la investigación

Observación: A través de la técnica de observación directa se visualizó las condiciones y elementos que hacen parte de la atención de clientes Cnel-Ep Babahoyo, con la finalidad de recopilar hechos reales que se pueden apreciar a simple vista y que aporten al desarrollo de la investigación.

Encuesta: Gracias a esta técnica fue factible la realización de preguntas hacia los clientes de la agencia Babahoyo Cnel-Ep, en donde se recopilaron datos referentes a sus conductas y opiniones en base al servicio brindado por la empresa, a partir de la gestión de reclamos y quejas solicitadas.

Entrevista: Mediante esta técnica fue posible abordar mediante el diálogo directo a la encargada de la administración de la agencia Babahoyo Cnel-Ep, para así tratar temas referentes a la atención al cliente, problemáticas en la atención y soluciones para mejorar este servicio.

6.4 Instrumentos Investigativos.

Ficha de observación: Por medio del instrumento ficha de observación, se llevó a cabo el registro ordenado de datos visualizados dentro del servicio al cliente Cnel-Ep Babahoyo. (ver anexo 1)

Cuestionario de encuesta: Para el proceso de ejecución de las encuestas, se realizaron 8 preguntas en escala de Likert, a 30 clientes de la agencia Babahoyo Cnel-Ep, para conocer

en base a su vivencia como se han sentido con la atención brindada referente a la solución de quejas y reclamos recibida por parte de la empresa. (ver anexo 2)

Cuestionario de entrevista: Mediante un cuestionario de 6 preguntas abiertas, relacionadas con la atención al cliente y al índice de quejas y reclamos en el servicio Cnel-Ep, se abordó al gerente encargado de la agencia Babahoyo, para así recopilar información oportuna y veraz que aporte al desarrollo del estudio de caso. (ver anexo 3)

7. RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados recopilados mediante la técnica de observación, en donde el sujeto de estudio fue la Corporación Nacional de Electricidad-EP agencia Babahoyo, específicamente el departamento de Servicio al Cliente de dicha entidad.

Tabla 1.

Ficha de Observación

N°	ELEMENTOS EVALUADOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Los módulos se encuentran equipados para brindar un buen servicio al cliente	X		
2	Los empleados se encuentran capacitados	X		
3	El software funciona en buenas condiciones		X	Es inestable
4	Los equipos informáticos son modernos	X		
5	Existe ordenamiento de datos (archivadores por tipo de trámites)	X		
6	Poseen servidores en caso de pérdida de información física documentos/papeles.	X		
7	Los empleados respaldan la información física por digital	X		Pero no de forma inmediata
8	Los números de los módulos son visibles	X		
9	Existe clasificación de módulo de acuerdo al tramite			
10	El dispensador de turnos funciona sin complicaciones	X		
11	El dispensador de turnos se encuentra en una área visible		X	
12	Existen respaldos de ticket de turnos por extravió o pérdida		X	
13	Se le notifica porque medio se le dará asistencia técnica especializada al requerimiento al cliente		X	

Elaboración propia

De acuerdo, a las encuestas realizadas a los clientes del servicio Cnel-Ep Babahoyo, se detectaron los siguientes hechos:

1. ¿Cómo calificarías tu experiencia en cuanto a la asistencia técnica de quejas y reclamos en los módulos de la agencia Cnel - Ep, Babahoyo?

Tabla 2.
Nivel de experiencia en asistencia técnica Cnel-Ep

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mala	3	10%
Regular	7	23%
Buena	8	27%
Excelente	12	40%
Total	30	100%

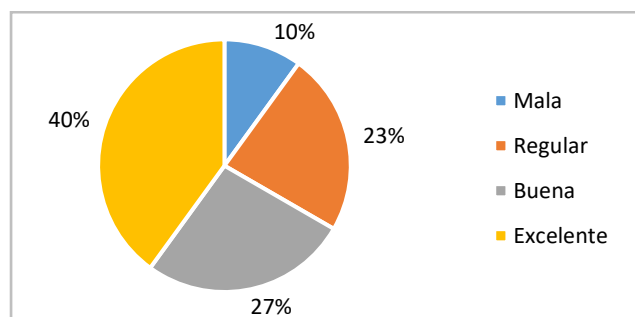


Ilustración 4. Nivel de experiencia en asistencia técnica Cnel-Ep

2. ¿Cómo consideras que se encuentran equipados los módulos para brindar el servicio al cliente de la agencia Cnel - Ep, Babahoyo?

Tabla 3.
Equipamiento en módulos atención al cliente Cnel-Ep

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mala	2	7%
Regular	8	27%
Buena	10	33%
Excelente	10	33%
Total	30	100%

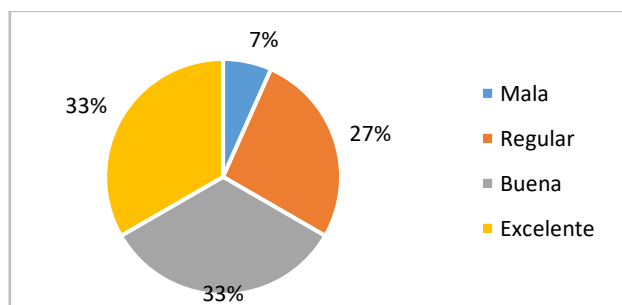


Ilustración 5. Equipamiento en módulos atención al cliente Cnel-Ep

3. ¿Cómo evalúa el tiempo de demora en la atención en los módulos de atención al cliente de la empresa?

Tabla 4.
Evaluación tiempo de atención en módulos atención al cliente Cnel-Ep

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mala	3	10%
Regular	6	20%
Buena	13	43%
Excelente	8	27%
Total	30	100%

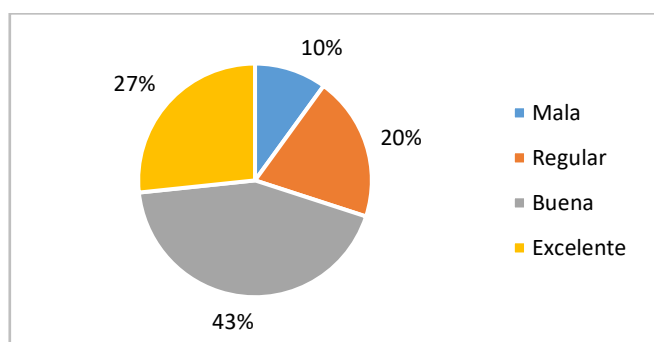


Ilustración 6. Evaluación tiempo de atención en módulos atención al cliente Cnel-Ep

4. ¿Cómo califica las capacidades y compromiso de los servidores que atienden en los módulos de atención al cliente?

Tabla 5.
Evaluación personal de atención en módulos atención al cliente Cnel-Ep

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mala	1	3%
Regular	8	27%
Buena	12	40%
Excelente	9	30%
Total	30	100%

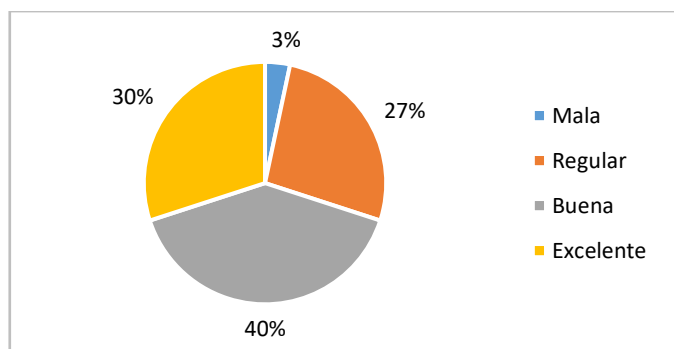


Ilustración 7. Evaluación personal de atención en módulos atención al cliente Cnel-Ep

5. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta hacia su problemática manifestada?

Tabla 6.
Evaluación tiempo de solución

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Mala	4	13%
Regular	6	20%
Buena	11	37%
Excelente	9	30%
Total	30	100%

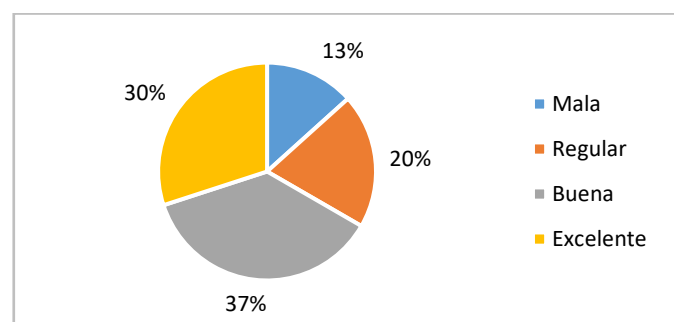


Ilustración 8. Evaluación tiempo de solución

6. En general. ¿Estás de acuerdo con la calidad de los servicios brindado por parte de Cnel - Ep, Babahoyo?

Tabla 7.
Evaluación calidad de servicio

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	27%
De acuerdo	14	47%
En desacuerdo	6	20%
Muy en desacuerdo	2	7%
Total	30	100%

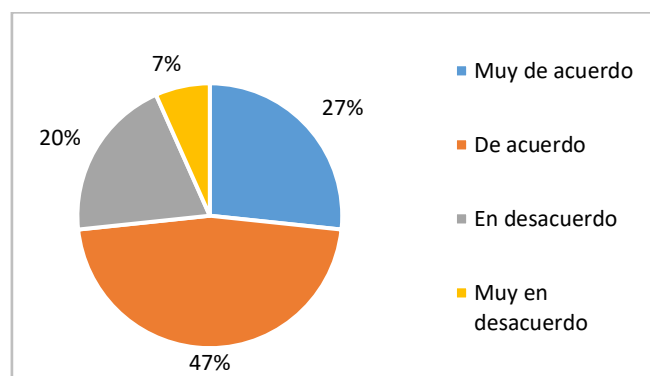


Ilustración 9. Evaluación calidad de servicio

7. ¿Estás de acuerdo con que se debería monitorear el grado de satisfacción de los clientes en la agencia Cnel - Ep Los Ríos, Babahoyo?

Tabla 8.
Opinión sobre monitoreo de nivel de satisfacción

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	53%
De acuerdo	11	37%
En desacuerdo	1	3%
Muy en desacuerdo	2	7%
Total	30	100%

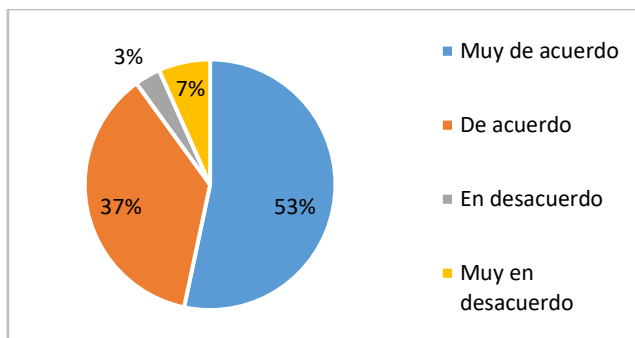


Ilustración 10. Opinión sobre monitoreo de nivel de satisfacción

8. ¿Qué tan importante considera usted que la agencia brinde soluciones efectivas y rápidas cuando surge algún inconveniente en el servicio?

Tabla 9.
Opinión sobre solución efectiva y rápida

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	73%
De acuerdo	7	23%
En desacuerdo	1	3%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

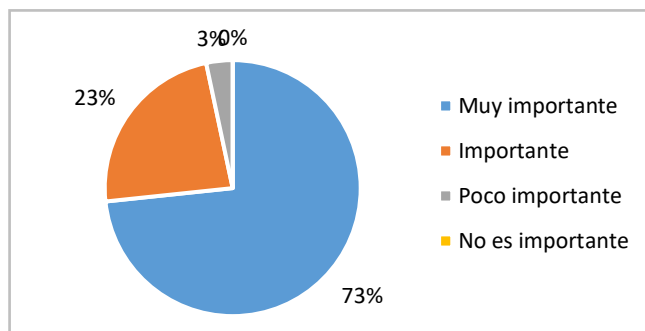


Ilustración 11. Opinión sobre solución efectiva y rápida

Mediante la entrevista realizada al gerente encargado de la agencia Cnel - Ep Babahoyo, se detectaron los siguientes hallazgos:

- En base a la capacitación anual el entrevistado menciona que.....
- De acuerdo a la percepción del entrevistado señala que se debería añadir temas de capacitación comodebido a que, esto permitirá un mejor desenvolvimiento en el área de servicio al cliente.
- Por otro lado, el Sr.... Añade que es importante establecer canales para proporcionar el conocimiento a clientes, específicamente en el servicio de atención al cliente en línea.
- Asimismo, afirma que los factores que interfieren en el compromiso y conciencia laboral son.....

- Debido a que los temas más habituales en donde se desarrolla las quejas y reclamos de los clientes son por:
 - **Reclamos comerciales:** Demora en atención de solicitudes, Reclamo de facturación, Mala aplicación de tarifa, Demoras en reconexión de servicio, No recibir la planilla /factura, Pago no reflejado, Fallas en el medidor.
 - **Reclamos técnicos:** Sin luz en domicilio o sector, reconexión de servicio, poste en mal estado, luminaria prendida en el día

8. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

9. CONCLUSIONES

Hoy en día, las empresas se encuentran con clientes cada vez más informados y exigentes, quienes a la hora de satisfacer sus necesidades, ni siquiera se molestan en quejarse del producto o servicio, simplemente recurren a la competencia, afectando las ganancias corporativas. Por ende, la calidad en el servicio es un punto clave para mantener la preferencia del cliente, ya que es un factor diferenciador de la competencia, siendo este un punto crucial para que los clientes fomenten una opinión positiva o negativa de la empresa. De modo que es fundamental gestionar una buena atención al cliente, en donde la propuesta de valor esté vinculada con la satisfacción y fidelización del cliente, para así generar efectos positivos dentro de la imagen y rentabilidad la empresa.

10. RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados detectados y para mejorar la gestión en la atención al cliente en CNEL-EP agencia Babahoyo, se recomienda a la administración de la empresa,

establecer canales adecuados para proporcionar la comunicación y el conocimiento a empleados y clientes, sobre la filosofía organizacional (misión, visión, políticas y normas) para garantizar el buen servicio.

Asimismo, informar a los clientes sobre los canales digitales disponibles para la atención de clientes que solicitan los requerimientos comerciales y técnicos del servicio de energía eléctrica, principalmente la red de Balcón de Servicios de CNEL EP, ya que dentro de esta red se logra atender solicitudes muy habituales que generan diariamente que un numeroso grupo de personas se encuentren esperando turnos para ser atendidos en los módulos de atención de la agencia, tales como: la instalación de medidor, suspensión del servicio o medidor, solicitud de aplicación de descuento por tercera edad o discapacidad, cambio de medidor y la reposición de sellos de medidor.

Con la gestión informativa de los canales digitales lo que se busca es que el cliente este informado de los servicios digitales que la empresa Cnel-Ep dispone para atender a sus clientes, para así incitar a la ciudadanía a que utilice las plataformas de servicios digitales y que goce de los beneficios como el ahorro de tiempo, la flexibilidad de horarios y el seguimiento trámite. Con la finalidad de que en los módulos no se acumulen las personas y para erradicar la dependencia de los ciudadanos del tradicional horario de atención o de oficina, que hace que paren sus actividades cotidianas y hagan largas colas dentro de la agencia, que en definitiva generan retrasos y problemas; en atención y tramitación de información.

Al mismo tiempo, fomentar el uso de la tecnología a los clientes, trae múltiples ventajas para la agencia, debido que se mejora la accesibilidad del servicio, la eficacia de la gestión de trámites, aumenta la seguridad de los datos, se reduce costos y tiempos en actividades internas de atención al cliente, y por ende hace que se reduzca el nivel de quejas y reclamos dentro del servicio.

Por otro lado, se recomienda establecer capacitaciones al personal al frente de la atención al cliente del CNEL-EP, con respecto a la optimización en el proceso de atención al cliente, de forma que se mejore y posicione la imagen institucional de la empresa, asimismo se sugiere la utilización de herramientas estratégicas que orienten el mejoramiento de la calidad del servicio, para así satisfacer al cliente.

REFERENCIAS

- Álvarez, J., Jimenez, M., & Perry, C. (2014). Aproximación teórica para el diseño de un modelo integral de satisfacción de cliente. *Ingeniare*(16), 129-144.
- Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036*. Tutor Formación.
- da Silva, D. (8 de Febrero de 2021). *¿Qué son los indicadores de satisfacción del cliente?* Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente-que-son/#:~:text=Los%20indicadores%20de%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20son%20m%C3%A9tricas%20que%20se, en%20consecuencia%20a%20su%20fidelizaci%C3%B3n>.
- Guerrero Alonso, M. (2016). *Aplicación del modelo de Kano al análisis de la satisfacción de los estudiantes en los cursos de formación online*. Tesis Doctoral. Universitat Politècnica de València.
- Kano, N., Seraku, N., & Takahashi, F. (1984). Calidades atractivas y calidad obligatoria. *Quality, the Journal of Japanese Society for Quality Control*, 39-48.
- López, J. (2020). *COMT004PO-Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, SL.
- Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: Todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Murillo Moreno, L. (2018). *Fundamentos de servicio al cliente*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Peña, M., & Garrido, E. (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios* (2 ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.

Romero Fernández, A., Álvarez Gómez, G., & Álvarez Gómez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.

Upbe. (2 de febrero de 2022). *Necesidades del cliente: cómo identificarlas y satisfacerlas para mejorar tus ventas*. Obtenido de <https://www.upbe.ai/blog/necesidades-cliente/>

ANEXOS

ANEXO 1. FICHA DE OBSERVACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA PROCESO DE TITULACIÓN

Empresa observada: Corporación Nacional de Electricidad-EP agencia Babahoyo

Elemento de observación: Servicio al Cliente

Objetivo: Observar y evaluar la ejecución de las opciones presentadas.

Tabla 10.

Ficha de Observación

N°	ELEMENTOS EVALUADOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Los módulos se encuentran equipados para brindar un buen servicio al cliente			
2	Los empleados se encuentran capacitados			
3	El software funciona en buenas condiciones			
4	Los equipos informáticos son modernos			
5	Existe ordenamiento de datos (archivadores por tipo de trámites)			
6	Poseen servidores en caso de pérdida de información física documentos/papeles.			
7	Los empleados respaldan la información física por digital			
8	Los números de los módulos son visibles			
9	Existe clasificación de módulo de acuerdo al trámite			
10	El dispensador de turnos funciona sin complicaciones			
11	El dispensador de turnos se encuentra en una área visible			
12	Existen respaldos de ticket de turnos por extravió o pérdida			
13	Se le notifica porque medio se le dará asistencia técnica especializada al requerimiento al cliente			

Elaboración propia

ANEXO 2. ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA PROCESO DE TITULACIÓN

Encuestas dirigidas a clientes de la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, agencia Babahoyo, para medir el nivel de satisfacción de la asistencia técnica de quejas y reclamos dentro de los módulos de la agencia.

1. ¿Cómo calificarías tu experiencia en cuanto a la asistencia técnica de quejas y reclamos en los módulos de la agencia Cnel - Ep, Babahoyo?

- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

2. ¿Cómo consideras que se encuentran equipados los módulos para brindar el servicio al cliente de la agencia Cnel - Ep, Babahoyo?

- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

3. ¿Cómo evalúa el tiempo de demora en la atención en los módulos de atención al cliente de la empresa?

- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

4. ¿Cómo califica las capacidades y compromiso de los servidores que atienden en los módulos de atención al cliente?

- Mala
- Regular
- Buena

Excelente

5. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta hacia su problemática manifestada?

Mala

Regular

Buena

Excelente

6. En general. ¿Estás de acuerdo con la calidad de los servicios brindado por parte de Cnel - Ep, Babahoyo?

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

7. ¿Estás acuerdo con que se debería monitorear el grado de satisfacción de los clientes en la agencia Cnel - Ep Los Ríos, Babahoyo?

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

8. ¿Qué tan importante considera usted que la agencia brinde soluciones efectivas y rápidas cuando surge algún inconveniente en el servicio?

Muy importante

Importante

Poco importante

No es importante

ANEXO 3. ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA PROCESO DE TITULACIÓN

Entrevista dirigida a Colaborador del Área de Servicio al Cliente, la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, agencia Babahoyo.

1. ¿Qué opina sobre el plan de capacitación anual que realiza la empresa?

2. ¿Qué temas Ud. cree que debería recibir para mejorar su desenvolvimiento en el área de servicio al cliente?

3. ¿Considera importante trabajar para establecer canales para proporcionar el conocimiento a clientes, sobre los servicios de atención al cliente en línea?

4. ¿Cuáles son los factores que usted considera que interfieren en el compromiso y conciencia laboral?

5. ¿Cuáles son los temas habituales de las quejas y reclamos de los clientes?



Rivera Guerrero Kerly Ruby

3%
Similitudes



3% Texto entre comillas
1% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Rivera Guerrero Kerly Ruby.docx
Tamaño del documento original: 555,6 ko
Autor: []

Depositante: undefined undefined
Fecha de depósito: 11/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 11/8/2022

Número de palabras: 6552
Número de caracteres: 41.784

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	LOPEZ SANCHEZ LESSLY GARDENIA LOPEZ SANCHEZ LESSLY GARDENIA #9e9f21 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (44 palabras)
2	digitk.areandina.edu.co https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3523/93 FUNDAMENTOS DE SERVICIO AL... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (35 palabras)
3	repositorio.ug.edu.ec http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/52224/3/Gestión de la comunicación en crisis y reputación... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (29 palabras)
4	www.zendesk.com.mx ¿Qué son los indicadores de satisfacción del cliente? https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente-que-son/#:~:text=Los%20indic...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (24 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uasb.edu.ec https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6648/4/T2875-MFGR-Barrionuevo-Desarrollo.pdf.tx	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
2	www.redalyc.org Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los ... https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (23 palabras)
3	riunet.upv.es APLICACIÓN DEL MODELO DE KANO AL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN ... https://riunet.upv.es/handle/10251/5953	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (18 palabras)
4	www.upbe.ai Necesidades del cliente: cuáles son (y cómo satisfacerlas) https://www.upbe.ai/blog/necesidades-cliente/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)
5	Documento de otro usuario Presentacion y Tesis Final(3294742)_Memoria. ... #323810 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)