



PROPUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 NUMERAL 9.1.2 PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR ELECTRICO.

PROPOSAL TO MEASURE CUSTOMER SATISFACTION BASED ON THE ISO 9001: 2015 NUMERAL 9.1.2 STANDARD FOR COMPANIES IN THE ELECTRICAL SECTOR.

Andrade Condori, Maricruz¹; Minaya Saca, Rocío Pilar²; Quispe Calsin, Luz Marina²; Poma Acero, Dayssy²; Noemí, Apaza Condori, Elva².

¹Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento, Oficina desconcentrada, Puno, Perú. maricruz.anc@gmail.com

²Universidad Nacional del Altiplano, Escuela de Posgrado, Av. Floral N° 1153, Puno, Perú.

RESUMEN

Este artículo de investigación tiene como objetivo central determinar el nivel de satisfacción de usuario que brinda la empresa del sector eléctrico. Para conocer la percepción que tiene sobre su aceptación en la población. Cada vez es mayor el número de entidades que implementan un sistema de gestión de calidad en sus empresas, la mayoría de las empresas están tomando conciencia en forma creciente de la satisfacción del cliente y lo que es más importante que su supervivencia depende de esta satisfacción por ellos, se analizará las empresas monopolistas con mayor incidencia en quejas por los mismos usuarios que dependen de su servicio. Los resultados demostraron que existe un porcentaje muy alto del nivel de satisfacción del cliente así el servicio que presta la entidad. Bajos los estándares de la ISO 9001:2015 numero 9.1.2 que se enfocara la investigación, en preferencia el usuario o cliente.

Palabras claves: Sistema de Gestión de la Calidad, Satisfacción al usuario, norma ISO 9001:2015

ABSTRACT

This research article presents an increasing number of entities that implement a quality management system in their companies, most companies are becoming increasingly aware of customer satisfaction and what is more important than their survival depends on this satisfaction for them, the monopolistic companies with the highest incidence in complaints by the same users that depend on their service will be analyzed. To this end, one of the monopole companies listed in the electrification sector will be studied, its highest incidence.

Keywords: Quality Management System, User Satisfaction, ISO 9001: 2015





INTRODUCCIÓN

El interés por la calidad, es un principio que garantiza la excelencia del producto, servicio y procesos internos de una empresa. Las empresas que implementan programas de gestión de la calidad usan información de ellos para identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas. Esto les da a las empresas la capacidad de establecer normas hacer ajustes cuando sea necesario y ofrecer un mayor valor global a su base de clientes.

El presente artículo ha sido elaborado, en base a la observación de los protagonistas en el sector Eléctrico, que es un servicio básico, en el cual el cliente presenta su reclamo ante la oficina de atención al cliente, el mismo que remite a una empresa subcontratista la cual ha de resolver la queja, según (Gopal, et al., 2010). Históricamente la satisfacción del cliente. El problema planteado ¿Cómo incide la falta de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 en el servicio de atención al usuario de la Empresa del Sector Eléctrico? el Objetivo general es Determinar la incidencia que tiene la implementación de un sistema de Gestión de la calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 en el servicio de atención al usuario de la empresa del sector eléctrico, los problemas específicos son los siguientes:

- a) ¿Qué método se aplicará para la identificación, análisis y medición en el área de Atención al usuario?,
- b) ¿De qué manera se medirá la influencia de la atención al cliente en las empresas del sector eléctrico?,
- c) ¿En qué medida influye la carencia de estándares de las medidas correctivas para lograr la máxima satisfacción del Cliente? La nueva versión de ISO 9001:2015, en la se ha optimizado los procesos de diferentes rubros de las diversas instituciones, lo cual permite la mayor satisfacción del cliente que es el eje central de toda empresa por lo tanto de los involucrados, para su implementación es de suma importancia definir los riesgos para poder mitigarlos. (Fontalvo, 2000). Por lo general una organización pierde la fidelidad del cliente cuando brinda un servicio deficiente, entonces la calidad de servicio es el valor agregado que toda empresa debe buscar, porque es allí donde radica la diferencia que hace más atractiva una oferta frente a las demás. (González Sánchez & Manfredi, 2016).

Aunque el enfoque para resolver problemas varía según sea la mayor incidencia de errores, las normas ISO 9001:2015 surgieron ante las necesidades de proveer a la industria de patrones que sirvan como referencia clara y objetiva para una buena calidad en todo su ámbito organizacional. La normativa ISO 9000 es una familia de estándares que describen estructuras, modelos, especificaciones y guías relacionados con los SGC. El fin último de dicha normativa es alcanzar la satisfacción de los clientes, tanto externos como internos, empleados, proveedores, etc. Se define como certificación el proceso, mediante el cual, una empresa autorizada da conformidad del cumplimiento de las pautas definidas en las normas ISO. Por parte de la norma ISO 9001:2015 en el numeral 9.1.2 establece que la gestión de la calidad tiene sus objetivos satisfacer las necesidades de los clientes y esforzarse en superar las expectativas de los mismo. En el presente artículo se hace la propuesta de implementación basado en la norma ISO 9001:2015 numeral 9.1.2 para evaluar la satisfacción al cliente por medio de instrumentos de recolección de información. Esta evaluación tendrá como objetivo identificar las inconformidades y falencias para proponer planes de acción para el mejoramiento en la calidad del servicio a los clientes actuales y futuros.

Actualmente existen más de 640.000 empresas en el mundo que gestionan y administran sus procesos mediante un sistema de Gestión de Calidad y cuentan con la certificación ISO 9001. Un sistema de Gestión de Calidad es una forma de trabajar, mediante la cual una organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Para conseguir esto la organización, planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas (Grado, Montero, La, & Norma, 2016).



La adopción de un Sistema de Gestión de Calidad surge como una decisión estratégica de la alta dirección de la organización con la intención de dar una guía de actuación clara y definida al personal debido a que están realizando o quieren realizar un sistema de mejora continua. Las empresas invierten en asesorar en sistemas de gestión de calidad debido a los siguientes motivos:

1. Entienden que los clientes son su elemento esencial y deciden orientar su estructura y gestión a satisfacer sus requerimientos.
2. Los sistemas de gestión de calidad son la mejor herramienta para reducir los costes de no calidad.
3. La certificación de una empresa genera confianza, reconocimiento y apertura de nuevos mercados.
4. Los sistemas de gestión de calidad mejoran la aptitud competitiva de la empresa con un mejor posicionamiento frente a la competencia. (Woll, García, Rubio, & Mu, 2013).

También se ha buscado una presentación de los requisitos más coherente con el enfoque hacia la mejora continua y sus cuatro fases PDCA (Plan-Do-Check- Act), por lo que algunos contenidos están organizados de forma diferente que en la versión 2008.



Figura 1. Puntos de la norma ISO 9001, según el enfoque del ciclo

Implementar un programa ISO 9001 mejora el desempeño en las organizaciones prestadoras de servicio, mejora la calidad, disminuye el costo, mejora la satisfacción del cliente, siempre y cuando haya participación activa de los funcionarios. (Nava Carballido & Rivas Tovar, 2008). La calidad de servicio es una herramienta que nos ayuda a reflexionar sobre cómo hacemos las cosas y cómo podemos mejorarlas, al analizarlas se debe tomar acciones de mejora, resulta imprescindible el compromiso del personal que debe trabajar en equipo siempre trabajando en equipo. (Poblete García et al., 2013)



Todo usuario valora un servicio bien prestado por profesionales capacitados. Los niveles de satisfacción son considerablemente elevados cuando los prestadores de servicio tienen una actitud que les genera confianza y seguridad.(Gómez-Payo, Del Río-Moro, Manrique-García, Rodríguez-Martín, & Fernández-Pardo, 2012)

Es de vital importancia la atención de los trabajadores, hacia los clientes ya que esta se constituye una fuente primordial eficiente para la empresa. (Jaime, 2012). Actualmente en las diferentes empresas, el usuario se ha convertido en un elemento primordial “piedra angular”, mirando de esta perspectiva el rendimiento de las organizaciones según Rubén Rico (2001) citado por Vivas, G., & Econ, C. (n.d.) precisa “ La satisfacción como un estado de ánimo que crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas. El estado de ánimo de los clientes surge de relacionar las necesidades y expectativas versus el valor y los rendimientos percibido” Asi mismo grande (2000) citado por (GALVIS, 2017) afirma que “La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos. Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:

Satisfacción = Percepciones – Expectativas”. (Pontón 2009) Según

Naturaleza de la satisfacción del cliente

El tema de Satisfacción al cliente es muy diverso de acuerdo a los puntos de vista que quienes emiten su opinión y/o percepción desde los escenarios propuestos dados los diferentes tipos y giros de negocios (Johnson, Anderson y Fornell 1996)

A continuación, veremos las principales teorías

Teoría de la Equidad:

Propone que la relación del servicio o producto adquirido por cliente es proporcional al coste, esfuerzo y tiempo (Brooks 1995).

Teoría de la Atribución Causal:

Propone que el cliente evalúa su adquisición en éxito o fracaso. (Brooks 1995)

Teoría del Desempeño o Resultado:

La relación que propone esta teoría es de acuerdo a la percepción del cliente que considera que el objeto o servicio es de calidad y el precio por el cual se obtiene. (Johnson, Anderson y Fornell 1996).

Teoría de las Expectativas:

En esta teoría presenta al cliente es quien plantea los criterios de acuerdo a su formación, deseos, preferencias, etc. Al obtener el servicio o producto evaluará al criterio planteado el cual será calificado como en una escala de positivo a negativo (Liljander y Strandvik 1995).



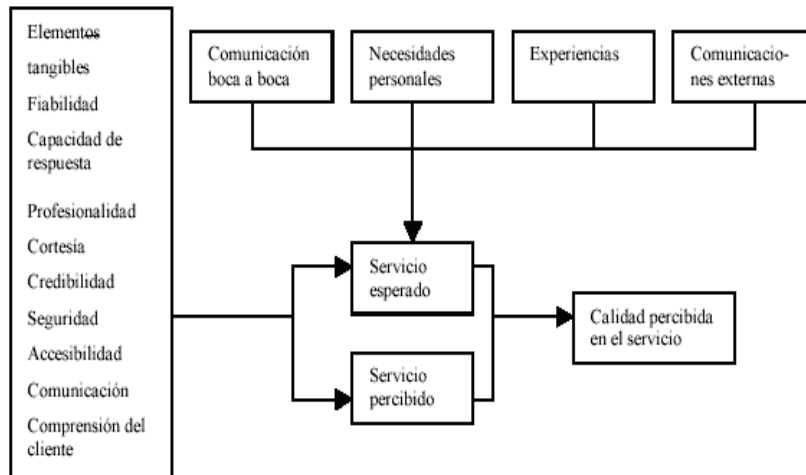


Figura 2. Elementos de la calidad

MATERIALES Y MÉTODOS

consiste en medir, evaluar o recolectar datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones, o componentes del fenómeno a investigar. Para este caso se seleccionan una serie de cuestionarios, se mide o recolecta información sobre cada una de ellas (Hernandez, 2014).

Así mismo su enfoque cuantitativo (Hernandez, 2014), define que en este enfoque se usa la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. En esta investigación se hace necesario recoger y analizar los resultados de las encuestas aplicadas a cada parte interesada (cliente externo y interno) para medir la satisfacción.

En la presente investigación se utilizaron tres tipos de diseño (Hernandez, 2014). Diseño no experimental: Consiste en los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Con ello se busca observar los factores críticos para medir la satisfacción de los diferentes clientes.

Diseño transversal: En este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único y tienen como propósito describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Diseño descriptivo: tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables de la población. Para el desarrollo de esta investigación, se consultarán diversas fuentes de información:

El desarrollo de esta investigación se llevo a cabo como se muestra en la imagen

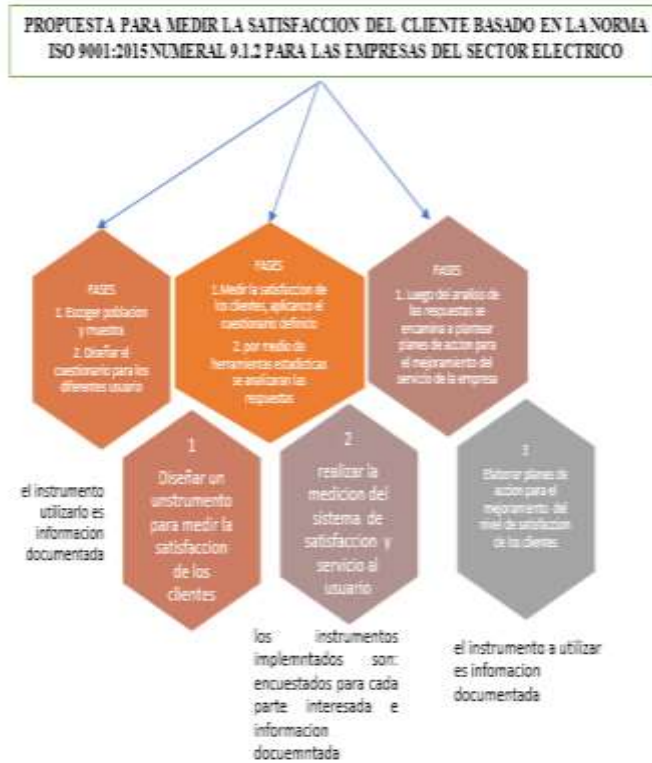


Figura 2. Propuesta para medir la satisfacción del cliente basado en la norma ISO 9001



La población objeto de estudio es la empresa de distribución y comercialización de energía eléctrica. Para los cálculos del tamaño de muestra se escogió muestreo probabilístico aleatorio simple con tamaño de población conocido. La población de los estudiantes estuvo conformada por 350 personas que fueron atendidas en la fecha programada para la encuesta. Se tomaron muestras de las dos zonas (Juliaca y Puno) más concurridas de dicha empresa.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población conocido
1- α	Nivel de confianza
Z	Coficiente de α asumiendo una distribución normal
p y q	Probabilidad de que ocurra el hecho esperado

FUENTES PRIMARIAS			
ENFOQUE DE INVESTIGACION	METODO DE CONTACTO	PLAN DE MUESTRAS	INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
ENCUESTAS	Directamente con clientes externo	Para dicha investigación la población externa se escogerá una muestra aleatoria. A cada usuario se le aplicara un cuestionario para medir su satisfacción por los diferentes servicios de dicha empresa	Se desarrollara un cuestionario con cierta cantidad de preguntas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

La recolección de datos permite la obtención de la información exacta para luego ser procesados en SPSS, la encuesta nos revelo la siguiente información: En respuesta a la pregunta N° 01, el 35% y 45% de personas encuestadas consideran que tuvieron que esperar “mucho” tiempo por una respuesta en la ciudad de Puno y Juliaca respectivamente. Para la pregunta N° 02, las encuestas muestran un 45% y 50% que los equipos de servicio al cliente escuchan “con poco cuidado” los problemas de los usuarios, en Puno y Juliaca respectivamente. El resultado de la pregunta N° 03, muestra que el 50% y 55% de las personas encuestadas recibieron “no tanta” ayuda por parte del personal de servicio al cliente en la ciudad de Puno y Juliaca. El resultado de la pregunta N° 04, muestra que el 60% de los encuestados recibieron ayuda “lentamente” tanto en Puno como en Juliaca. El resultado de la pregunta N° 05, muestra que el 60% y 50% de las personas encuestadas dicen que los personales de servicio al cliente estaban “mal informados” sobre las preguntas que tenían, en la ciudad de Puno y Juliaca, respectivamente.





El resultado de la pregunta N° 06, muestra que el 50% y 58% de las personas encuestadas dicen que la información proporcionada por el personal de servicio de atención al cliente “no es muy clara” en la ciudad de Puno y Juliaca. El resultado de la pregunta N° 07, el 60% y 70% de los encuestados considera que el servicio de atención al cliente fue “no muy útil” en Puno y Juliaca, respectivamente. El resultado de la pregunta N° 08, las encuestas muestran que el 70% de personas califican como “deficiente” al servicio de atención al cliente el Puno y Juliaca.

CONCLUSIONES

La investigación realizada permitió evidenciar que la empresa del sector eléctrico tiene deficiencia e inconformidades por parte de la población (usuarios), haciendo necesario una implementación de la ISO 9001:2015 con el fin de aumentar el grado de satisfacción en los clientes. La satisfacción de los clientes permite asegurar el buen funcionamiento de la institución y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de sus actividades, una manera de evaluar la satisfacción es por medio de las encuestas que son una herramienta muy importante a la hora de identificar las áreas de mejora

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener conflicto de intereses

BIBLIOGRAFIA

1. Galvis, s. c. r. (2017). Propuesta metodológica para medir la satisfacción del cliente basado en la norma iso 9001:2015 5.1.2 para la institución educativa trochas.
2. Giménez Manzorro, Á., Vigil, D., García, M. E. D., Fernández-Llamazares, C. M., Matilla, E. L., González, L. C., & Sanjurjo, M. (2008). Encuestas de satisfacción al personal facultativo y de enfermería como método de mejora de la calidad de los procesos del servicio de farmacia. *Revista de Calidad Asistencial*, 23(1), 3–6. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70459-7](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70459-7)
3. Gómez-Payo, S., Del Río-Moro, O., Manrique-García, A., Rodríguez-Martín, M. C., & Fernández-Pardo, M. J. (2012). Satisfacción del usuario en el Hospital Geriátrico Virgen del Valle de Toledo. *Revista de Calidad Asistencial*, 27(2), 78–84. <https://doi.org/10.1016/j.cali.2011.08.004>
4. González Sánchez, J. M., & Manfredi, L. C. (2016). EMCEL, ¿cómo ejecutar una buena recuperación del servicio? *Estudios Gerenciales*, 32(140), 290–294. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.09.001>
5. Grado, T. F. I. N. D. E., Montero, R. S.-T., La, G. D. E., & Norma, C. (2016). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001 : 2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center Director :
6. Nava Carballido, V. M., & Rivas Tovar, L. A. (2008). Desempeño De Las Organizaciones Mexicanas Certificadas En La Norma ISO 9001:2000. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70046-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70046-9)
7. Poblete García, V. M., Talavera Rubio, M. P., Palomar Muñoz, A., Pilkington Woll, J. P., Cordero García, J. M., García Vicente, A. M., ... Soriano Castrejón, A. M. (2013). Implantación de un sistema de gestión de calidad según norma UNE-UN-ISO 9001:2008 en un servicio de medicina nuclear. *Revista Española de Medicina Nuclear e Imagen Molecular*, 32(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.remn.2012.01.004>
8. ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI, C. F. C. P. B. L. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (sexta edic).
9. Woll, J. P. P., García, V. M. P., Rubio, M. P. T., & Mu, A. P. (2013). Implantación de un sistema de gestión de calidad según norma UNE-UN-ISO 9001 : 2008 en un servicio de medicina nuclear, 32(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.remn.2012.01.004>





10. GALVIS, S. C. R. (2017). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 5.1.2 PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TROCHAS.
11. Giménez Manzorro, Á., Vigil, D., García, M. E. D., Fernández-Llamazares, C. M., Matilla, E. L., González, L. C., & Sanjurjo, M. (2008). Encuestas de satisfacción al personal facultativo y de enfermería como método de mejora de la calidad de los procesos del servicio de farmacia. *Revista de Calidad Asistencial*, 23(1), 3–6. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70459-7](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70459-7)
12. Gómez-Payo, S., Del Río-Moro, O., Manrique-García, A., Rodríguez-Martín, M. C., & Fernández-Pardo, M. J. (2012). Satisfacción del usuario en el Hospital Geriátrico Virgen del Valle de Toledo. *Revista de Calidad Asistencial*, 27(2), 78–84. <https://doi.org/10.1016/j.cali.2011.08.004>
13. González Sánchez, J. M., & Manfredi, L. C. (2016). EMCEL, ¿cómo ejecutar una buena recuperación del servicio? *Estudios Gerenciales*, 32(140), 290–294. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.09.001>
14. Grado, T. F. I. N. D. E., Montero, R. S.-T., La, G. D. E., & Norma, C. (2016). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001 : 2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center Director :
15. Nava Carballido, V. M., & Rivas Tovar, L. A. (2008). Desempeño De Las Organizaciones Mexicanas Certificadas En La Norma ISO 9001:2000. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70046-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70046-9)
16. Poblete García, V. M., Talavera Rubio, M. P., Palomar Muñoz, A., Pilkington Woll, J. P., Cordero García, J. M., García Vicente, A. M., ... Soriano Castrejón, A. M. (2013). Implantación de un sistema de gestión de calidad según norma UNE-UN-ISO 9001:2008 en un servicio de medicina nuclear. *Revista Española de Medicina Nuclear e Imagen Molecular*, 32(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.remn.2012.01.004>
17. ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI, C. F. C. P. B. L. (2014). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION (sexta edic).
18. Woll, J. P. P., García, V. M. P., Rubio, M. P. T., & Mu, A. P. (2013). Implantación de un sistema de gestión de calidad según norma UNE-UN-ISO 9001 : 2008 en un servicio de medicina nuclear, 32(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.remn.2012.01.004>
19. Giménez Manzorro, Á., Vigil, D., García, M. E. D., Fernández-Llamazares, C. M., Matilla, E. L., González, L. C., & Sanjurjo, M. (2008). Encuestas de satisfacción al personal facultativo y de enfermería como método de mejora de la calidad de los procesos del servicio de farmacia. *Revista de Calidad Asistencial*, 23(1), 3–6. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70459-7](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70459-7)
20. Gómez-Payo, S., Del Río-Moro, O., Manrique-García, A., Rodríguez-Martín, M. C., & Fernández-Pardo, M. J. (2012). Satisfacción del usuario en el Hospital Geriátrico Virgen del Valle de Toledo. *Revista de Calidad Asistencial*, 27(2), 78–84. <https://doi.org/10.1016/j.cali.2011.08.004>
21. González Sánchez, J. M., & Manfredi, L. C. (2016). EMCEL, ¿cómo ejecutar una buena recuperación del servicio?
22. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 290–294. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 290–294. 16.09.001 <https://doi.org/10.1016/j.estger>.
23. Fornell, C.; Johnson, M. D.; Anderson, E. W.; Cha, J.; and Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60 (4), 7-18
24. Liljander, V. y Strandvik, T. (1995): The Nature of Customer Relationships in Services, *Advances in Service Marketing and Management* 4, 141-167.
25. Nava Carballido, V. M., & Rivas Tovar, L. A. (2008). Desempeño De Las Organizaciones Mexicanas Certificadas En La Norma ISO 9001:2000. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70046-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70046-9)
26. Poblete García, V. M., Talavera Rubio, M. P., Palomar Muñoz, A., Pilkington Woll, J. P., Cordero García, J. M., García Vicente, A. M., ... Soriano Castrejón, A. M.





ANEXO 1

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
LOGO ESTABLECIMIENTO	EL OBJETIVO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO ES CONOCER LA OPINIÓN DE LOS CLIENTES PARA A PARTIR DE ESTA INFORMACIÓN IMPLEMENTAR ACCIONES QUE PERMITAN MEJORAR LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: ELECTRO PUNO S.A.A	LUGAR: JULIACA - PUNO

Gracias por realizar la encuesta de satisfacción del usuario. No tardará más de 2 minutos en completarla y nos será de gran ayuda para mejorar nuestros servicios. Los datos que en ella se consignen se tratarán de forma anónima.

Clasifique su nivel de satisfacción de acuerdo con la siguiente escala de clasificación:

FECHA: 20 - 21 de noviembre 2018

CUESTIONARIO

1 ¿Cuanto tiempo has esperado una respuesta por parte de nuestro servicio al clientes

() Muy largo () Largo () Mas o menos largo () Poco () La respuesta fue casi inmediata

2 ¿Los representantes del servicio al cliente han escuchado tu problema atentamente?

() Con mucho cuidado () Con bastante cuidado () Mas o menos () con poco cuidado () No me han escuchado atentamente

3 ¿Los representantes de nuestro servicio al cliente de han animado a ayudarlo

() Si, mucho () Bastante () No tanto () Muy poco

4 ¿ En cuanto tiempo nuestro representante de servicio al cliente fueron capaces de ayudarlo

() Muy rapidamente () Rapidamente () Mas o menos rapido () Mas bien lentame () Muy lentamente

5 ¿Hasta que punto era el representante de nuestro servicio al cliente bien informado?

() Muy informdo () Bastante () Mas o menos () Mas bien mal () Muy mal

6 ¿ Ha quedado clara la informacion que proporciona servicio al cliente?

() Mucho () Bastante () Mas o menos () No es muy clara () Nada

7 ¿ Que parte de tus preguntas ha sido resultad por nuestro servicio al cliente

() Todas () La mayoría () La mitad () Menos de lamitad () Ninguna

8 ¿Fue nuestro servicio al cliente util?

() Si, Muy util () Si bastante Util () No muy Util () No, Nada util

9 En general ¿ como era tu experiencia de la cooperacion con nuestro servicio al cliente

() Mucho mejor de lo que esperaba () Algo de lo que esperaba () Algo de lo que esp () Mucho peor de lo que esperaba

FECHA DE ELABORACIÓN: 19 DE NOV. 2018	RESPONSABLE: ROCIO MINAYA SACA - MARICRUZ ANDRADE	FECHA DE REVISIÓN: 23 DE NOV. 2018
------------------------------------------	------------------------------------------------------	---------------------------------------

