

**DIAGNÓSTICO Y MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA
EMPRESA SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS GIRARDOT.**

**ELIZABETH MAHECHA PEREZ
HELIANA PAOLA TAFUR GOMEZ**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT.
2.017**

**DIAGNÓSTICO Y MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA
EMPRESA SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS GIRARDOT.**

ELIZABETH MAHECHA PEREZ

Cód. 310212

HELIANA PAOLA TAFUR GOMEZ

Cód. 310212137

“Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de
Administrador de Empresas”.

Director

GERMAN HOYOS LEON

Administrador de Empresas.

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT**

2.017

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del jurado.

Jurado

Jurado

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestros agradecimientos principalmente a DIOS por estar junto a nosotras acompañándonos en cada día de nuestras vidas: a mis padres Otoniel Tafur Rodríguez y Esperanza Gómez, a mi madre Rosalba Pérez porque durante este tiempo han sido nuestro apoyo constante e incondicional.

A mi amado esposo Miguel Arturo Silva Jaique, gracias te doy por todo el apoyo brindado durante el inicio de mi carrera, por creer y confiar en mí siempre.

Agradezco especialmente a Juan Gabriel Jiménez mi esposo, quien estuvo a mi lado en todo este proceso, por la paciencia, el apoyo y sobre todo por la confianza depositada.

A nuestro director de trabajo de grado el Dr. German Hoyos León por su constante apoyo y en general a todos nuestros docentes de la UDEC, por el aporte valioso a nuestra formación profesional a través de los conocimientos transmitidos en pro de nuestra formación y rendimiento académico.

En general a cada uno de nuestros allegados que confiaron en nosotras, en nuestras ganas de salir adelante y cumplir con nuestro objetivo a pesar de los obstáculos.

DEDICATORIA

Primeramente, dedicamos este trabajo a Dios por permitirnos la bendición de ver realizado este logro el cual nos llena de fortaleza y motivación para seguir adelante con nuestros propósitos.

A mi esposo Arturo, quien a lo largo de mi carrera siempre estuvo apoyándome en cada paso y decisión, por ser ese hombre maravilloso que a pesar de los tropiezos nos hemos sabido levantar, hoy te quiero dedicar este logro por ser mi compañero de vida, quien siempre ha velado por mi bienestar y educación.

A mi madre Rosalba Pérez, ya que ha sido mi más grande motor en la vida para conseguir mis logros, porque me enseñó que lo más grande en este mundo es creer en uno mismo, y ella creyó en mi hoy este maravilloso logro es para ella.

CONTENIDO

	PÁG
INTRODUCCIÓN	11
1. TITULO. DIAGNOSTICO DEL SERVICIO AL CLIENTE, DE LA EMPRESA SINGULAR COMUNICACIONES S.A. - CPS GIRARDOT.....	12
2. AREA, LINEA Y PROGRAMA DE INVESTIGACION.....	13
2.1 AREA: DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL.....	13
2.2 LINEA: DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL.....	13
2.3 PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS.....	13
3.JUSTIFICACIÓN.....	14
4.OBJETIVOS.....	15
4.1.OBJETIVO GENERAL.....	15
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
5.MARCO REFERENCIAL.....	16
5.1 MARCO CONCEPTUAL.....	16
5.2 MARCO TEORICO.....	19
5.3 MARCO LEGAL.....	20
5.4MARCO GEOGRAFICO.....	21
5.4.1 MACRO-LOCALIZACIÓN.....	21
5.4.2 MICRO-LOCALIZACIÓN.....	22
6.PROCESO DE PLANEACION.....	22
6.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	22
6.2 ANALISIS DEL SECTOR.....	23
7. DISEÑO METODOLOGICO.....	25
7.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	25
7.2 UNIVERSO Y MUESTRA.....	26
7.2.1 UNIVERSO.....	26
7.2.2 MUESTRA.....	26
8. INSTRUMENTO.....	28
9. RESULTADO Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS.....	28
9.1 DIRIGIDAS AL PERSONAL DE LA EMPRESA.....	28
9.2 DIRIGIDAS A LOS CLIENTES.....	37

10. DIAGNOSTICO Y ANALISIS INTERNO	40
10.1 INVESTIGACION.....	40
10.1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA.....	42
10.1.2 METODOS DE HERRAMINETAS.....	42
11. MATRIZ DOFA	42
11.1 MATRIZ DE EVALUACION INTERNA MEFI.....	43
11.1.1 MATRIZ DE EVALUACION EXTERNA MEFE.....	45
12. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.....	46
13. PRESUPUESTO	47
14. MANUAL DE PROCESOS.....	48
15. FICHAS DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS.....	57
16. DIAGRAMA DE FLUJO.....	68
17. TIEMPOS DE RESPUESTA DE SINGULARCOM A CADA TIPO DE SOLICITUD DE LOS USUARIOS.....	69
18. ESTABLECIMIENTO DE PROTOCOLOS COMERCIALES Y CÓDIGO DE VESTIMENTA.....	73
19. PLAN DE MEJORAMIENTO: PROPUESTA DE REORGANIZACION Y ESTRATEGIAS.....	86
20. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	88
21. CONCLUSIONES.....	89
22. RECOMENDACIONES.....	90
23. BIBLIOGRAFIA.....	91
24. ANEXOS.....	92

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Planta de personal.....	21
Tabla 2. Grado de conformidad con la empresa.....	23
Tabla 3. Áreas de la empresa que se debe mejorar.....	24
Tabla 4. Herramientas Vs. Necesidades para el servicio.....	25
Tabla 5. Procesos y/o procedimientos.....	26
Tabla 6. Uso de protocolos de atención al cliente.....	27
Tabla 7. Manejo de situaciones especiales.....	28
Tabla 8. Nivel de compromiso de los empleados.....	28
Tabla 9. Percepción de la situación de la empresa – Empleados.....	29
Tabla 10. Percepción calidad en servicio – Clientes.....	31
Tabla 11. Percepción instalaciones – Cliente.....	32
Tabla 12 Percepción diferencial-clientes.....	33
Tabla 13 Percepción tiempos de respuesta – clientes.....	34
Tabla 14. Percepción de idoneidad del personal – clientes.....	35
Tabla 15. Matriz DOFA.....	36
Tabla 16. Matriz MEFI.....	38
Tabla 17. Matriz MEFE.....	39
Tabla 18 Presupuesto.....	41

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Grafica 1. Planta de personal.....	21
Grafica 2. Grado de conformidad con la empresa.....	23
Gráfica. 3 Áreas de la empresa que se debe mejorar.....	24
Grafica 4. Herramientas Vs. Necesidades para el servicio.....	25
Grafica 5 Procesos y/o procedimientos.....	26
Grafica 6. Uso de protocolos de atención al cliente.....	27
Grafica7 Manejo de situaciones especiales.....	28
Grafica 8. Nivel de compromiso de los empleados.....	28
Grafica 9. Percepción de la situación de la empresa – Empleados.....	29
Grafica 10. Percepción calidad en servicio – Clientes.....	31
Grafica 11. Percepción instalaciones – Cliente.....	32
Grafica 12 Percepción diferencial-clientes.....	33
Grafica 13 Percepción tiempos de respuesta – clientes.....	34
Grafica 14. Percepción de idoneidad del personal – clientes.....	35

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa de Macro-localización.....	16
Figura 2. Mapa de Micro-localización.....	17
Figura 3. Logo de SINGULARCOM S.A.	40

INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los tiempos la cultura va cambiando y se van inculcando nuevas tradiciones y tratos en las personas, por tal razón es muy importante tener en cuenta que debemos colocarnos en los zapatos de los demás a la hora de prestar un servicio, evaluar cómo me gustaría que me atendieran, con qué exactitud, asertividad y en qué tiempo me dan la solución a mi petición realizada.

La empresa SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS. Necesita diseñar un diagnóstico de mejoramiento al servicio al cliente, el cual permita que siga siendo uno de los puntos de atención más importante en Girardot; donde los usuarios puedan obtener todas las respuestas a sus necesidades en cuanto a los tramites en servicio de telefonía móvil, cuando soliciten este servicio se sientan cómodos en las instalaciones, que los colaboradores le trasmitan claramente la información pertinente y necesaria al usuario.

Tener en cuenta que la tecnología va cambiando y consigo nacen nuevas innovaciones, las cuales se deben ir implementado en singular comunicaciones tanto para prestarle un mejor servicio al cliente y que el colaborador este mejor preparado.

Con este diagnóstico se busca que la empresa tenga una excelente mejora organizacional, en cuanto a servicio y que éstas sean implementadas para que los objetivos propuestos se logren.

1. TITULO: DIAGNOSTICO DEL SERVICIO AL CLIENTE, DE LA EMPRESA SINGULAR COMUNICACIONES S.A. - CPS GIRARDOT.

2. ÁREA, LÍNEA Y PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN.

2.1 ÁREA: DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL.

2.2 LÍNEA: DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL.

2.3 PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

3. JUSTIFICACIÓN

La implementación de las nuevas TICS en las empresas es lo que hace más atractivos los servicios al público por lo que hace crecer más la curiosidad para obtenerlos.

Los nuevos administradores de empresas deben aplicar los conocimientos adquiridos en el campo de la tecnología, para fortalecer a sus regiones, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población generando nuevas ideas con un toque de emprendimiento.

Por lo que se justifica este mejoramiento para esta empresa mediante un diagnóstico en el cual se obtenga excelentes resultados y dar mayor claridad a la problemática evidenciada y plantear nuevas soluciones.

SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS. Es una empresa dedicada a prestar servicio de telecomunicaciones, pero según estudio se observa que esta no cuenta con la suficiente capacitación en el servicio al cliente y se evidencia la falta de dirección por parte de la empresa, por lo tanto, se hace necesario que esta organización implemente nuevas estrategias para la consecución de sus objetivos.

4. OBJETIVOS.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio para la modernización con las nuevas tendencias de las TICS en los procesos del área de atención al cliente en la empresa singular comunicaciones S.A. - CPS Girardot.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios actuales que acuden a la tienda SINGULARCOM Girardot para sus trámites ante CLARO y compras de equipos Celulares
- Plasmar cuantitativamente los tiempos de respuesta de la tienda a cada tipo de solicitud de los usuarios en las áreas de atención al cliente y caja.
- Diseñar un manual de procesos que permita una mejora considerable en los tiempos de respuesta a los usuarios de las áreas de atención al cliente y a su vez mejore la experiencia del mismo.
- Proponer acciones de mejoramiento para el servicio de atención al cliente de SINGULAR COM.

5. MARCOS DE REFERENCIA.

5.1 MARCO CONCEPTUAL.

- **ÁREAS FUNCIONALES.** Las áreas funcionales están definidas en la empresa de tal manera que hay personas responsables por cada área y delegación de funciones en otras que logran constituir un equipo de trabajo, que buscando la sincronización y armonía en el desempeño se logran alcanzar los objetivos y metas propuestas en el plan.
- **CONTROL.** Es quizás uno de los elementos más importantes del proceso administrativo, ya que nos permite estar pendiente e informado de todos los pasos que se dieron, se están dando y se van a dar, dentro de la estructura interna y externa de la empresa, hasta el punto de ser tomado como modelo japonés, llamado control de calidad total y que posteriormente fue implementado en el resto del mundo; Es ejercido en cada espacio que fue planeado y al compararse con los resultados obtenidos, permite evaluar los resultados y así de esta manera, encontrar las posibles soluciones a los ajustes de las metas preestablecidas en el plan.
- **ESTRUCTURA.** Son las diversas formas en las cuales puede estar dividido un trabajo dentro de la organización para alcanzar sus objetivos.
- **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.** Es definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.
- **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.** Toda empresa cuenta, en forma explícita o implícita, con un cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que

la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de la misma.

- **DIRECCIÓN.** El liderazgo asumido por una persona, que mediante la coordinación y guía delega en otras personas: tareas, funciones y en particular, el trabajo para desarrollarlo con responsabilidad y cumplimiento motivados, por alcanzar los objetivos como un equipo organizado. Para tener el reconocimiento como un líder dirigente.
- **ESTRATEGIAS.** La administración; asumirá un conjunto de disposiciones que le permitirán tomar las decisiones más acertadas para que los procesos productivos alcancen un alto grado de productividad y competitividad en los mercados, que en últimas son los objetivos que persigue la empresa.
- **MISIÓN.** Compromiso asumido por el ente o empresa ya creada, para satisfacer las necesidades económicas, sociales, políticas, culturales y laborales de todos sus cliente potenciales y así cumplir con las metas propuestas, asegurando los mercados nacionales e internacionales.
- **OBJETIVOS.** Establecer principios claros de la administración y Gerencia organizada para dar una óptima utilización de todos los recursos humanos, financieros, técnicos y otros que conlleven a la materialización de los sueños.
- **ORGANIZACIÓN.** Son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Las Organizaciones son el objeto de estudio de la Ciencia de la Administración, a su vez de otras disciplinas como la Sociología, la Economía y la Psicología.

- **TÁCTICAS.** El grupo directivo en cabeza de su Gerente implementará una serie de técnicas, las cuales la empresa obtendrá los mejores beneficios económicos, sociales, políticos, morales culturales y de gestión.

- **VISIÓN.** Expectativa o focalización; de las posiciones, que se esperan se van a lograr por la organización empresarial, dentro del marco de tendencias de futuro y acorde con los cambios del entorno.

- **MARCA.** Identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

- **PROCESOS.** Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

- **PROCEDIMIENTO.** Conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias.

- **SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES.** Acorde con la Recomendación UIT-F500 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones UIT, "Servicios de Telecomunicación son la utilidad o provecho que resulta de la prestación, uso y aplicación del conjunto de capacidades y facilidades de la telecomunicación, destinados a satisfacer intereses y necesidades de los usuarios y al mejoramiento de la calidad de vida de la población."

- **ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES.** En Colombia, el artículo 33 de la Ley 80 de 1993 entiende por actividad de telecomunicaciones: "el establecimiento de una red de telecomunicaciones, para uso particular y exclusivo, a fin de satisfacer necesidades privadas de telecomunicaciones, y sin conexión a las redes conmutadas del Estado o a otras redes privadas de telecomunicaciones."

- **TELEFONÍA MÓVIL CELULAR (TMC).** Servicio público de telecomunicaciones no domiciliario, de ámbito y cubrimiento nacional, que proporciona en sí mismo capacidad completa para la comunicación telefónica entre usuarios móviles y, a través de la interconexión con la red telefónica público conmutada (RTPC), entre aquellos, y usuarios fijos, haciendo uso de una red de telefonía móvil celular, en la que la parte del espectro radioeléctrico asignado constituye su elemento principal.

5.2 MARCO TEORICO.

SINGULARCOM S.A, es distribuidor autorizado COMCEL S.A., desde 2001, contando con el respaldo y las mismas garantías que ofrece COMCEL S.A. (CLARO) buscando desde sus inicios poner a disposición de las personas un equipo de trabajo altamente capacitado para atender sus necesidades y requerimientos en telecomunicaciones móviles y fijas.

Desde el 18 de marzo de 2005, fecha en la que se dio apertura a la tienda SINGULARCOM S.A. A la fecha se ha presentado un incremento en la planta del personal superior al 100%, en busca de satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva y oportuna.

Sumado a esto SINGULARCOM SA autoriza sub distribuidores para que oferten la venta de servicios de telefonía móvil y venta directa de equipos celulares, en la región y en especial en poblaciones donde no hay tiendas de la empresa; haciéndose responsable por la garantía de los equipos vendidos por los sub distribuidores y atendiendo directamente los requerimientos de las clientes de los puntos autorizados.

5.3 MARCO LEGAL.

A continuación, se nombrarán cada uno de los apartes que conforman el marco de la referencia y se transcribirá solo el texto inicial de los mismos.

- **DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA COLOMBIANA DE 1991. TITULO XII** “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”; Capítulo I, De las Disposiciones Generales (Art. 333 a 334)

- **DECRETO 410 DE 1971(Marzo 27), *Por el cual se expide el Código de Comercio.* TÍTULO PRELIMINAR;**
 - Disposiciones generales (Art. 1 al 3);
 - Libro Primero - de los comerciantes y de los asuntos de comercio.
 - Título I “De los comerciantes”; (Art. 10 al 13; art.15 al 19).
 - Título III “Del registro mercantil”; (Art. 26 al 47)
 - Decreto 2153 de 1992 el cual modifica el artículo 11 parágrafo 5 del código de comercio.
 - Título IV “De los libros de comercio”; (Art. 48 al 57; art 59 al 74).

- **DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES.** Referente a los servicios de telecomunicaciones en Colombia hay una extensa reglamentación; a continuación, relacionaremos algunos de los apartes más importantes al respecto.
 - Artículo 33 de la Ley 80 de 1993
 - Decreto-Ley 1900 de 1990
 - Leyes 37 de 1993 y 555 de 2000.
 - Ley 142 de 1994.

- Artículo 5 del Decreto 2870 de 2007. “Los requisitos que deben cumplirse para la obtención del Título Habilitante Convergente”.
- Decreto 2870 de 2007.
- Decreto 447 de 2003 "por medio del cual se expiden normas sobre los servicios Portadores..."
- Capítulo II de la Ley 142 de 1994.
- El Servicio de Telefonía Móvil Celular se encuentra contemplado en la Ley 37 de 1993 y en las siguientes normas: Ley 442 de 1998; Decreto 741 de 1993; Decreto 2061 de 1993 y Decreto 990 de 1998.
- Ley 555 de 2000; Decreto 575 de 2002; Resolución 1512 de 2001.
- Ley 555 de 2000; Decreto 575 de 2002; Resolución 1512 de 2001.

5.4 MARCO GEOGRÁFICO.

La tienda SINGULARCOM S.A. Girardot, se encuentre en el centro de la ciudad de Girardot.

5.4.1 MACROLOCALIZACION.

La tienda SINGULARCOM S.A., se encuentra ubicada en el municipio de Girardot, el cual hace parte del departamento de Cundinamarca y a su vez de la provincia del Alto Magdalena, contando con un área aproximadamente de 129 km².

6. PROCESOS DE PLANEACIÓN.

6.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

SINGULARCOM S.A, es distribuidor autorizado COMCEL S.A., desde 2001, contando con el respaldo y las mismas garantías que ofrece COMCEL S.A. (CLARO) buscando desde sus inicios poner a disposición de las personas un equipo de trabajo altamente capacitado para atender sus necesidades y requerimientos en telecomunicaciones móviles y fijas.

Desde el 18 de marzo de 2005, fecha en la que se dio apertura a la tienda SINGULARCOM S.A. A la fecha se ha presentado un incremento en la planta del personal superior al 100%, en busca de satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva y oportuna.

Sumado a esto SINGULARCOM SA autoriza sub distribuidores para que oferten la venta de servicios de telefonía móvil y venta directa de equipos celulares, en la región y en especial en poblaciones donde no hay tiendas de la empresa; haciéndose responsable por la garantía de los equipos vendidos por los sub distribuidores y atendiendo directamente los requerimientos de las clientes de los puntos autorizados.

6.2 ANÁLISIS DEL SECTOR.

De acuerdo con el modelo de negocio que maneja SINGULARCOM y teniendo en cuenta el análisis **Porte**, desarrollado por Michael Porte (Porte Michael E. en 1979). De las cinco fuerzas competitivas en los mercados como son: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de productos sustitutos y rivalidad

competitiva; se analiza el posicionamiento actual de la empresa en el micro entorno.

Actualmente en la ciudad de Girardot se encuentran ubicadas diferentes prestadores de servicios móviles en el cual buscan satisfacer las necesidades de los ciudadanos; SINGULARCOM S.A. además de proporcionar un servicios Móvil y Fijo en el punto cuenta con sub distribuidores autorizados donde estos tiene el apoyo en los equipos para la venta de telefonía móvil tanto en la región como en sectores donde no cuentan con tiendas que ofrezcan estos productos, haciéndose responsables por los equipos vendidos, esto con el fin de obtener mayor compradores y posicionar su marca.

- **Poder de negociación con los clientes:** El cliente en esta industria tiene gran poder de negociación, teniendo en cuenta que en gran porcentaje es el mismo consumidor final; además tiene acceso a información a la mano que le permite tomar decisiones más acertadas de acuerdo con sus necesidades, bien sea de precio, calidad o servicio.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Para el caso de SINGULARCOM existe un solo y único proveedor de productos y servicios que es CLARO S.A; sin embargo, Por medio de CLARO S.A se adquieren dispositivos móviles a diferentes marcas conocidas en el mercado como son: iPhone, Samsung, Motorola, Huawei, LG... entre otras.

Aunque el posicionamiento de las marcas en el mercado es considerable, este no afecta de manera directa el modelo de negocio de SINGULARCOM, por el contrario, lo beneficia y juega a su favor el hecho de que CLARO sea el prestador de servicios de telecomunicaciones número uno en Colombia. Dando de esta manera un poder de negociación sobre los proveedores que deben ajustarse en cierta medida a las necesidades y directrices de Claro S.A.

- **Amenaza de nuevos entrantes:** A nivel **MACRO** hablando de la industria hay gran variedad de factores que dificultan la participación de nuevos

competidores como son: gastos en publicidad, imagen de la marca (CLARO S.A), redes de comunicación y la más complicada sería la regulación en materia de telecomunicaciones en Colombia.

Sin embargo a nivel local si hay una fuerte amenaza de nuevos entrantes, debido a que CLARO S.A. en su estrategia de expansión a otorgado en los últimos años permisos de distribución a diferentes empresas que ofrecen el mismo servicio que SINGULARCOM, creando una competencia entre los mismos distribuidores autorizados de CLARO S.A. que en ocasiones es más fuerte que en las pequeñas localidades que le generada con diferentes prestadores de servicios de telecomunicaciones como son Movistar y Tigo, entre otros.

- **Amenaza de productos sustitutos:** Para el caso de las Telecomunicaciones en el campo de cobertura que tiene CLARO S.A. sobre la misma. no se evidencian productos sustitutos; debido a que es a través de los distribuidores de las empresas de telecomunicaciones que se adquieren los servicios y los equipos móviles que están a la vanguardia en el mercado.

- **Rivalidad competitiva dentro de la industria:** A nivel global se conocen pocas marcas posicionadas en el mercado, como son: CLARO S.A., MOVISTAR, TIGO, UNE... entre otras; sin embargo, aunque son pocas las marcas reconocidas por el consumidor en general, la competencia es constante, al establecer alianzas con los proveedores de dispositivos móviles que atraen la atención del usuario; Además el uso constante de publicidad de las marcas ya citadas al punto de saturar al consumidor de información.

Aplicando esta fuerza a SINGULARCOM se hace un poco más complicado, debido a que además de competir contra las demás marcas, debe asegurarse de mantener una importante cuota de mercado de su única marca (Claro S.A.);

teniendo en cuenta que solo en Girardot y la región hay un aproximado de 8 distribuidores autorizados por CLARO S.A. para vender sus servicios.

7. DISEÑO METODOLÓGICO.

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo este estudio se realizó investigación de tipo analítica y propositiva. En aras de identificar la situación actual del servicio al cliente en la empresa y así tener las herramientas para proponer un plan estratégico que mejore notablemente la percepción del cliente.

7.2 UNIVERSO Y MUESTRA.

7.2.1. Universo:

El universo interno lo compone el personal que allí laboran y tiene contacto directo con el cliente y el universo externo es la competencia, los clientes, la municipalidad.

7.2.2. Muestra.

Para la cuantificación de información recolectada a las muestras se desarrollarán dos fichas técnicas; las cuales se dirigirán a los funcionarios que tengan contacto con el cliente en la tienda y la segunda a los clientes de la tienda.

- **Muestra No. 1:** Se desarrolla con base a la opinión de los empleados de CPS que tienen contacto a diario con el cliente.
- **Muestra No. 2:** Se tomará una muestra de 250 clientes que acudan al CPS sin diferenciar el tipo de trámite a realizar.
- **Procedimiento Muestra No. 1** teniendo en cuenta el bajo número de empleados del CPS, se toma como muestra el mismo universo de los funcionarios que tienen contacto directo con el cliente.

Se aclara que no se tienen en cuenta las personas que laboran el área administrativa del CPS y a su vez no tienen contacto directo con el cliente; como es el caso de Coordinadoras, activadoras, almacenista, servicios generales y cajera interna; esta última solo tiene contacto directo con los asesores; además de las representantes de las diferentes marcas de celulares.

Tabla 1. Planta de personal - contacto directo clientes.

Area	No. Personas	Hi	Ni	HI
Area Administrativa (atención al cliente)	7	33%	7	33%
Asesores	14	67%	21	100%
Total	21	100%		

Fuente: Presente estudio de investigación.

Grafica 1. Planta de personal - contacto directo clientes.



En la presente grafica se puede observar que dos terceras partes de los funcionarios que tienen contacto directo con el cliente son asesores y la otra tercera parte corresponden al área administrativa.

- **Procedimiento Muestra 2** La encuesta dirigida a los 250 clientes que acudan a la tienda en el periodo de la investigación sin diferenciar el tipo de trámite a realizar.

8. INSTRUMENTOS.

En la recolección de datos utilizados se hizo a través de encuesta y la observación, el instrumento utilizado para la recolección de los mismos se hizo a través de cuestionario, diseñado con preguntas, cerradas, abiertas y categorizadas.

9. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

9.1 DIRIGIDAS AL PERSONAL DE LA EMPRESA – CONTACTO CON EL CLIENTE.

Pregunta 1. Indique Grado de conformidad en el que se encuentra usted al laborar en la empresa asignando una puntuación de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 el muy satisfecho.

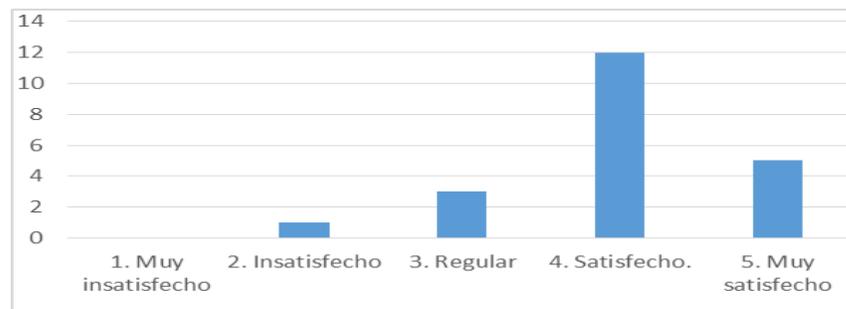
Objetivo: conocer el grado de satisfacción del personal que tiene contacto directo con el cliente, respecto a la empresa.

Tabla 2. Grado de conformidad del personal con la empresa.

Grado de satisfacción	cantidad	Hi	Ni	HI
1. Muy insatisfecho	0	0	0	
2. Insatisfecho	1	5%	1	5%
3. Regular	3	14%	4	19%
4. Satisfecho.	12	57%	16	76%
5. Muy satisfecho	5	24%	21	100%
total	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 2. Grado de conformidad del personal con la empresa.



Análisis: En cuanto al grado de satisfacción podemos evidenciar que un 81% se encuentra por entre satisfecho y muy satisfecho, sin embargo, se evidencia que un porcentaje considerable del 19% no se encuentra satisfecho al laborar en el CPS

Pregunta 2. De las siguientes áreas de la empresa, ¿en cuál considera usted que es necesario la realización de mejora?

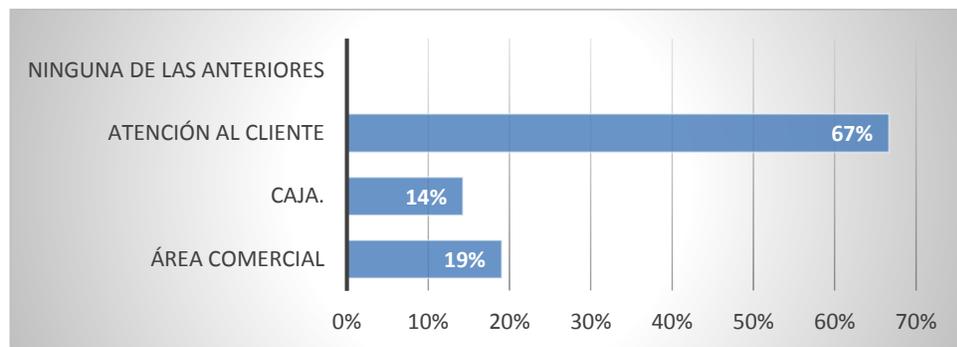
Objetivo: Establecer el punto de vista de los colaboradores respecto al área que presente mayores falencias y requiera una mayor atención.

Tabla 3. Áreas de la empresa a mejorar.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
Área comercial	4	19%	4	19%
Caja.	3	14%	7	33%
Atención al cliente	14	67%	21	100%
Ninguna de las anteriores	0	0%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Grafica 3. Áreas de la empresa a mejorar.



Análisis: Según la percepción de los funcionarios, el área más susceptible a mejoras en atención al cliente con un 67%, seguida por el área comercial con un 19% y caja por con un 14%.

Pregunta 3. ¿Considera usted que la empresa le proporciona de manera adecuada y oportuna las herramientas necesarias para la realización de sus funciones?

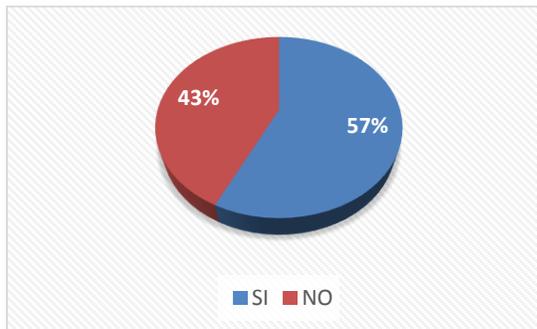
Objetivo: Indagar a los colaboradores sobre la oportunidad de respuesta a sus solicitudes en materia de herramientas de trabajo.

Tabla 4. Herramientas Vs. Necesidades para el servicio.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	12	57%	12	57%
NO	9	43%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Grafica 4. Herramientas Vs. Necesidades para el servicio.



Análisis: Se evidencia una inconformidad considerable de un 43% de empleados con respecto a las herramientas necesarias para la realización de sus labores, que, aunque no es mayoría, dada la importancia del tema es de cuidado para las directivas de la empresa.

Pregunta 4. ¿Considera usted que hay procedimientos establecidos en la empresa para la realización de las funciones?

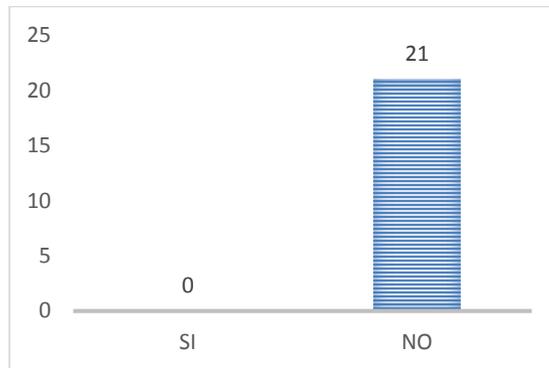
Objetivo: Identificar el grado de conocimiento del personal acerca de los procesos y/o procedimientos a su cargo.

Tabla 5. Procesos y/o procedimientos.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	0	0%	0	0%
NO	21	100%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 5. Procesos y/o procedimientos.



Análisis: Ningún funcionario lleva a cabo los procedimientos de una manera sistémica, esto coincide con la labor de observación preliminar en donde se evidencia que la empresa no cuenta con manual de procesos.

Pregunta 5. ¿Maneja usted en su cargo algún tipo de protocolos de atención al cliente?

Objetivo: Validar el uso de protocolos de atención al cliente en la empresa.

Tabla 6. Uso de protocolos de atención al cliente.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	0	0%	0	0%
NO	21	100%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 6. Uso de protocolos de atención al cliente.



Análisis: Al igual que en la pregunta anterior ningún funcionario conoce protocolos de atención al cliente y también coincide con la labor de observación preliminar en donde se evidencia que la empresa no cuenta con protocolos de atención establecidos

Pregunta 6. ¿Se siente usted en la capacidad de recibir un cliente con alto grado de malestar y que llegue alterado al CPS?

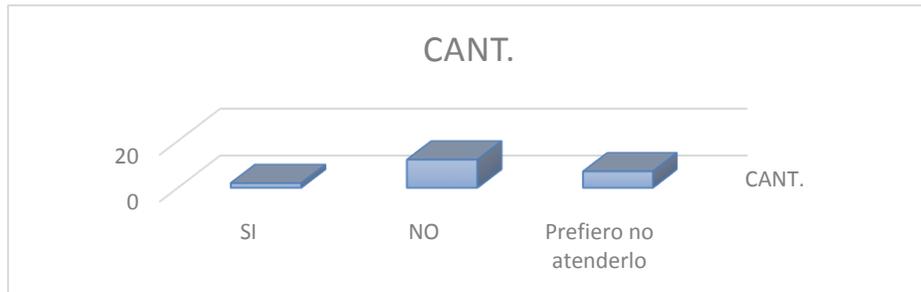
Objetivo: Conocer **Percepción de idoneidad del personal – clientes.** El nivel de confianza que se tienen los funcionarios en casos de clientes difíciles que se acerquen al CPS.

Tabla 7. Manejo de situaciones especiales.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	2	10%	2	10%
NO	12	57%	14	67%
Prefiero no atenderlo	7	33%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 7. Manejo de situaciones especiales.



Análisis: Se evidencia que solo el 10% del personal se siente en la capacidad de atender situaciones especiales, esto hace que a las directivas del CPS se atribuyan funciones que deben resolverse en el salón de atención al cliente; se debe trabajar en el nivel de confianza de los funcionarios.

Pregunta 7. ¿Participa usted activamente en pro de una mejora para la empresa?

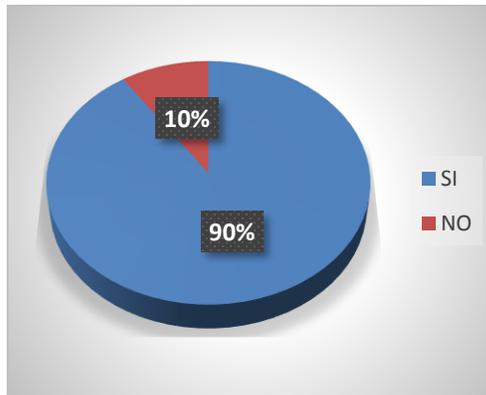
Objetivo: Validar el nivel de compromiso que tiene el personal en la empresa.

Tabla 8. Nivel de compromiso de los empleados.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	19	90%	19	90%
NO	2	10%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 8. Nivel de compromiso de los empleados



Análisis: Se evidencia un compromiso por parte de los funcionarios para con la empresa de un 90%.

Pregunta 8. Desde su punto de vista: ¿cómo ve usted la situación de la empresa frente a la competencia?

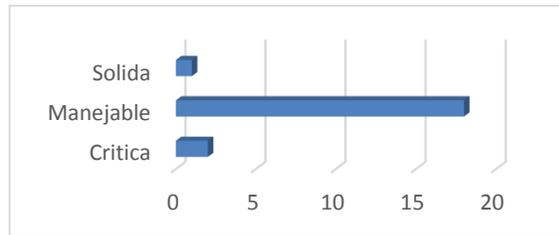
Objetivo: Establecer el nivel de conocimiento de la situación externa de la empresa por parte del personal en general.

Tabla 9. Percepción de la situación de la empresa – Empleados.

ALTERNATIVAS	CANT.	hi	NI	HI
Critica	2	10%	2	10%
Manejable	18	86%	20	95%
Solida	1	5%	21	100%
TOTAL	21	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Grafica 9. Percepción de la situación de la empresa – Empleados



Análisis: El 86% de los funcionarios considera que la empresa se encuentra en una situación manejable frente a la competencia, el 5% sólida y el 10% la percibe en una situación crítica.

Pregunta 9. Opine de manera breve sobre lo que piensa usted que hace falta para mejorar la percepción que el cliente tiene sobre el servicio brindado en el CPS.

Objetivo: Percibir diferentes puntos de vista acerca de oportunidades de mejora del servicio al cliente.

Nota: Teniendo en cuenta el tipo de pregunta y la infinidad de respuestas de la misma, esta no es cuantificable, sin embargo, de manera resumida se analizarán al punto de vista de las investigadoras las respuestas.

Análisis: Se percibe que en la mayoría de las ocasiones los empleados no ven un modelo de pasos a seguir en determinadas situaciones y esto genera inconformidad por parte de los mismos y según ellos trasciende en la calidad del servicio.

9.2 DIRIGIDAS A LOS CLIENTES

Pregunta 1. Califique el servicio ofrecido por el personal de SINGULASCOM CPS Girardot, de acuerdo con las alternativas dadas a continuación.

Objetivo: Establecer la percepción del cliente en cuanto al servicio brindado por el CPS.

Tabla 10. Percepción calidad en servicio - Clientes

ALTERNATIVAS	CANT.	hi	NI	HI
Muy malo	9	4%	9	4%
Malo	59	24%	68	27%
regular	133	53%	201	80%
Bueno	37	15%	238	95%
Excelente	12	5%	250	100%
TOTAL	250	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Grafica 10. Percepción calidad en servicio - Clientes



Análisis: Tan solo el 20% de los clientes encuestados consideraron entre bueno y excelente el servicio del CPS, mientras el 80% responde entre regular y muy

malo; bastante preocupante estas respuestas, teniendo en cuenta la importancia de la pregunta.

Pregunta 2. Califique las condiciones de las instalaciones de SINGULARCOM CPS Girardot, de acuerdo con las alternativas dadas a continuación

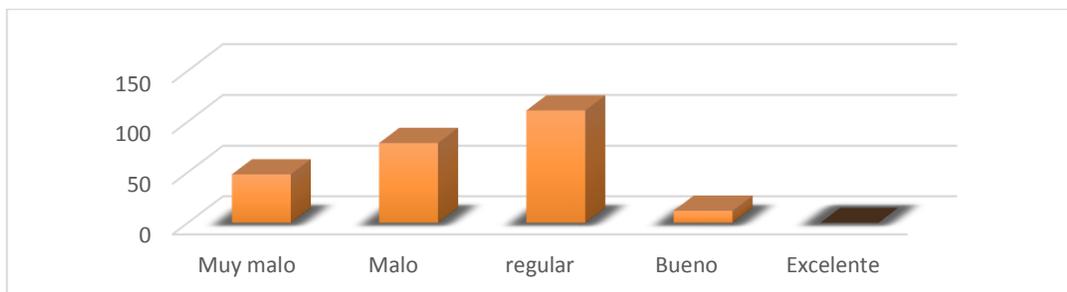
Objetivo: Analizar la impresión que causa en el cliente a nivel visual la infraestructura, organización y adecuación del salón de ventas.

Tabla 11. Percepción instalaciones – Cliente.

ALTERNATIVAS	CANT.	hi	NI	HI
Muy malo	48	19%	48	19%
Malo	79	32%	127	51%
regular	111	44%	238	95%
Bueno	12	5%	250	100%
Excelente	0	0%	250	100%
TOTAL	250	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Gráfica 11. Percepción instalaciones – Cliente.



Análisis: Según la percepción de los clientes las instalaciones no están en óptimas condiciones; esto teniendo en cuenta que solo el 5% considero que las instalaciones estaban en buen estado.

Pregunta 3. ¿Que considera usted que le brinda SINGULARCOM-CPS Girardot, que no encuentra en los diferentes puntos de venta autorizados de CLARO SA en la ciudad?

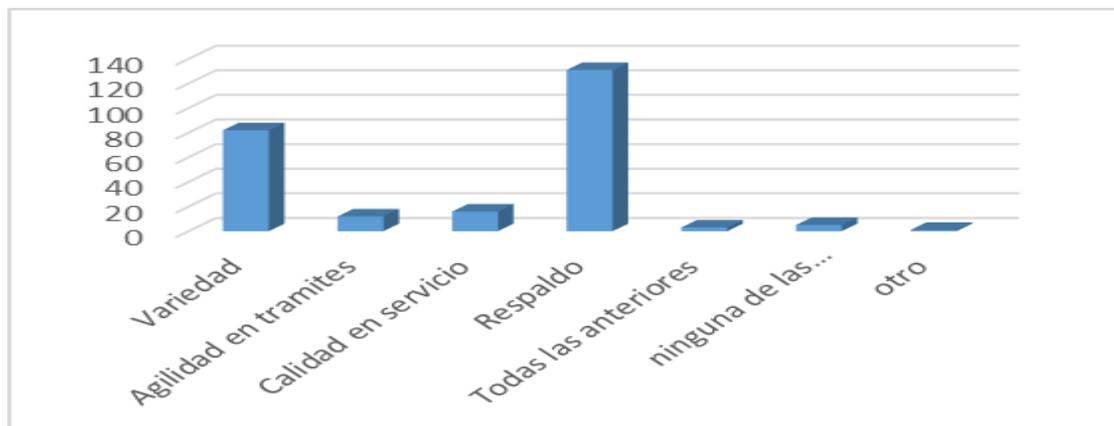
Objetivo: Establecer el diferencial que percibe el cliente del CPS sobre la competencia

Tabla 12. Percepción diferencial-clientes

ALTERNATIVAS	CANT.	hi	NI	HI
Variedad	82	32,80%	82	33%
Agilidad en tramites	12	4,80%	94	38%
Calidad en servicio	16	6,40%	110	44%
Respaldo	131	52,40%	241	96%
Todas las anteriores	3	1,20%	244	98%
ninguna de las anteriores	5	2,00%	249	100%
otro	1	0,40%	250	100%
TOTAL	250	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación.

Grafica 12. Percepción diferencial-clientes



Análisis: Aquí se evidencia que el cliente percibe que al llegar al CPS encontrara respaldo en un 52.4%, seguido de variedad con 32.8%. El resto de los factores no son relevantes para el cliente.

Pregunta 4. ¿Califique la agilidad en cuanto a tiempo de respuesta de las solicitudes en el CPS; de acuerdo con las opciones dadas a continuación:

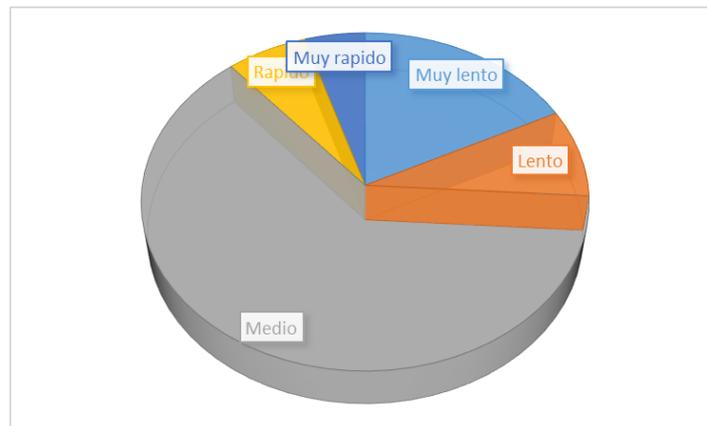
Objetivo: Conocer la percepción del cliente en cuanto al tiempo de respuesta.

Tabla 13. Percepción tiempos de respuesta - clientes

ALTERNATIVAS	CANT.	hi	NI	HI
Muy lento	44	17,60%	44	18%
Lento	21	8,40%	65	26%
Medio	157	62,80%	222	89%
Rapido	16	6,40%	238	95%
Muy rapido	12	4,80%	250	100%
TOTAL	250	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Grafica 13. Percepción tiempos de respuesta - clientes



Análisis: Se evidencia que un 89% de los clientes encuestados perciben entre medio lento y muy lento los tiempos de respuesta; frente a tan solo un 11% que lo percibe entre rápido y muy rápido. Evidenciando muchas posibilidades de mejora al respecto.

Pregunta. ¿Usted considera que el personal de servicio al Cliente se encuentra capacitado para brindar una asesoría y acompañamiento en sus inquietudes

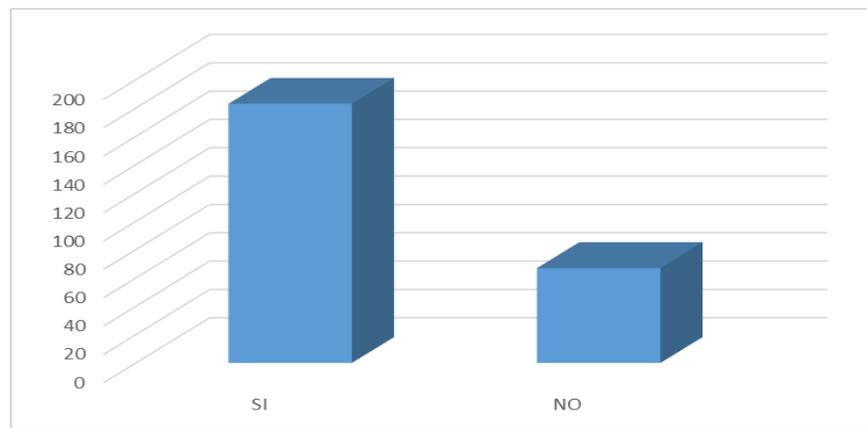
Objetivo: Determinar la percepción del cliente respecto a la idoneidad del personal.

Tabla 14. Percepción de idoneidad del personal – clientes.

ALTERNATIVAS	CANT.	Hi	NI	HI
SI	183	73%	183	73%
NO	67	27%	250	100%
TOTAL	250	100%		

Fuente. Presente estudio de investigación

Gráfica 14. Percepción de idoneidad del personal – clientes.



Análisis: El 73% de los clientes encuestados perciben que el personal es idóneo para brindar asesoría y acompañamiento a sus inquietudes.

10. Diagnóstico y análisis interno.

10.1 Investigación. Para realizar el presente diagnósticos tendremos en cuenta las encuestas que se le realizaron al personal de Atención al cliente y las respuestas de los usuarios del punto de venta, además del análisis de las

investigadoras del presente estudio donde se realizaron visitas y conversación con el área de trabajo.

10.1.1 Ubicación del problema. Se llevará a cabo un análisis interno y externo del punto de venta de SINGULARCOM S.A, mediante la utilización de la matriz DOFA, MEFE, MEFI.

10.1.2 Métodos y Herramientas.

Matriz DOFA: La matriz DOFA es una herramienta administrativa que permite analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Fortalezas y debilidades son factores internos a la empresa, que crean o destruyen valor. Incluyen los recursos, activos, habilidades, etc.

11.MATRIZ DOFA

Oportunidades y amenazas son factores externos, y como tales están fuera del control de la empresa. Se incluyen en estos la competencia, la demografía, economía, política, factores sociales, legales o culturales.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis interno	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el mercado por más de 15 años. • Asesoría según las necesidades de cada cliente. • Manejo en distintos estándares de calidad y garantía en los productos. • Lanzamiento constante de productos nuevos al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con la infraestructura más apropiada para la atención al cliente. • Falta de contratación fija de personal para mejorar el servicio. • Falta de publicidad lo que impide que se dé a conocer mejor el punto de atención y servicio.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Análisis externo	<ul style="list-style-type: none"> • Las implementaciones de las TICS representan un progreso competitivo y de rentabilidad para la empresa. • Brindar a los municipios aledaños donde no hay ventas de este producto por medio de los distribuidores autorizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores en el mercado. • Falta de capacitación de
------------------	--	---

ANALISIS

Fortalezas: Aprovechar la experiencia en el mercado para seguir posicionado como el punto de venta principal.

Debilidades: Fortalecer más el servicio al cliente, contratar más personal y mejorar la infraestructura del establecimiento.

Oportunidades: Implementar las nuevas TICS para mejorar la calidad de nuestro servicio al cliente.

Amenazas: Utilizar las mejores estrategias de venta y servicio para que los productos sean más asequibles para el usuario.

11.1 MATRIZ DE EVALUACION INTERNA MEFI

Aquí se formulan las estrategias, se evalúa las fuerzas y debilidades de una empresa, con la información que ofrece una base para evaluar las relaciones entre dichas áreas.

FACTOR INTERNO CLAVE	VARIABLES	PONDERACIONES	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
1. La espera del usuario a la hora de solicitar asesoría o servicio.	Debilidad	0.18	1	0.18
2. Servicio Garantizado hacia el usuario.	Debilidad	0.22	4	0.60
3. Ubicación estratégica de la empresa.	Fortaleza	0.15	3	0.45
4. Falta de capacitación y entrenamiento para el personal de servicio al cliente.	Debilidad	0.10	3	0.30
5. Falta de personal para prestar un mejor servicio.	Debilidad	0.30	2	0.60
6. Las instalaciones son poco modernas.	Debilidad	0.05	2	0.10
Total		1.0		2.23

Análisis: Según la calificación obtenida de 2.2 muestra que la empresa tiende a estar en un rango de debilidad muy bajo lo cual indica que debe convertir las debilidades en fortalezas para obtener más crecimiento.

11.1.1 MATRIZ DE EVALUACION EXTERNA MEFE

Esta matriz nos permite utilizar unas estrategias para resumir y evaluar información tanto económica, social, cultural, ambiental, política, gubernamental, tecnológica y competitiva.

FACTOR EXTERNO CLAVE	VARIABLES	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
1. Un centro de atención y ventas (CAV).	Amenaza	0.20	1	0.20
2. Nuevas tecnologías que ofrece el mercado en este sector.	Oportunidad	0.20	3	0.60
3. Incremento en los precios de los productos.	Amenaza	0.15	2	0.30
4. El presupuesto de los usuarios es cada vez más ajustado.	Amenaza	0.10	2	0.20
5. Innovación con nuevos productos en el mercado.	Oportunidad	0.20	4	0.80
6. Aprovechamiento del crecimiento de la población de Girardot.	Oportunidad	0.15	4	0.60
Total		1.0		1.7

Teniendo en cuenta que el resultado promedio es 2.5 (referencia), no se podría catalogar a la empresa fuerte o débil internamente ya que solo supera un punto por encima. Se encuentra en un punto medio el cual es importante fortalecer el ambiente interno de la empresa. Haciendo un cálculo ponderado entre debilidades y fortalezas, cabe resaltar que tan solo un 0.88 hace referencia a las debilidades, contra un 1.63 correspondiente a las fortalezas. Esto se convierte en un importante punto de análisis para la puesta en marcha de estrategias que permitan la mejora de la situación interna de la empresa.

12. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.

- Razón social: SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS Girardot
- Fecha de Fundación: 18 de marzo de 2015.
- Nombre de los Fundadores: HENRY MOYA
- Número de identificación tributaria NIT.: 900276764-8
- Tipo de contribuyente: PERSONA JURÍDICA.
- Tipo de sociedad: Sociedad Anónima
- Sector económico: Servicio – telecomunicaciones.

- Logo:



- Dirección: calle 16 No. 11-73 Barrio centro Girardot (Cund)

13.PRESUPUESTO

Presupuesto para la investigacion							
Tipo	Categoria	Recurso	Descripcion	Fuente financiadora	Unid	Vlr/Unit	Vlr/Total
Recursos disponibles	Infraestructura	Equipo	Computador.	Propio	0	\$ 0	\$ 0
		Equipo	Grabadora digital.	Propio	0	\$ 0	\$ 0
		Vehiculo	Para traslado al establecimiento donde se realizara las encuestas.	Propio	0	\$ 0	\$ 0
Recurso Humano	Recoleccion de informacion	Humano	conversaciones y visitas constantes con la Gerente y coordinadora se tuvo adceso a la informacion.	Singular Comunicaciones S.A	0	\$ 0	\$ 0
Recursos Necesarios	Gasto de trabajo de Campo	Fotocopias	250 Fotocopias de las encuestas y los informes entregados	Propio	450	\$ 50	\$ 22.500
		Gasolina	Para los traslados.	Propio	4	\$ 9.000	\$ 36.000
	Materiales	USB	Para guardar la informacion obtenida.	Propio	2	\$ 22.000	\$ 44.000
		Lapiceros	Para tomar apuntes durante la un vestigacion y para que los usuarios respondan las encuestas.	Propio	8	\$ 1.000	\$ 8.000
		Papel	Resma de Papel para la impresion de las encuestas y demas informacion.	Propio	1	\$ 14.900	\$ 14.900
		CDS	Para la entrega de la investigacion realizada	Propio	5	\$ 2.500	\$ 12.500
		Carpetas	Para entrega de informes de Anteproyecto.	Propio	6	\$ 400	\$ 2.400
		Tiempo	Se trabajaron 3 meses en la investigacion, equivalente a 75 hrs laboradas en la investigacion.	Propio	75	\$ 3.000	\$ 225.000
Total recurso financiero invertido en la investigacion							\$ 380.200

14. MANUAL DE PROCESOS

14.1 MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS GIRAROT.

El manual de proceso se elaboró para el personal del Área de Servicio al cliente de SINGULAR COMUNICACIONES S.A con el fin de plasmar todos los casos que se pueden presentar en el día a día y poder brindar una mejor experiencia en cuento a las inconformidades presentadas.

1. ACTIVACIONES DE SIMCARD

- El usuario debe acercarse al área de atención con dos copias de cedula tamaño normal.
- Se verifica por el aplicativo POLIEDRO que este número se encuentre con el operador.
- Validación de titularidad.
- Se valida el cambio de la simcard, si es por daño debe entregar la actual y la nueva se le activa de inmediato, si es por perdida se debe esperar un plazo de tres horas para poderse activar.
- Se debe diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, numero del ICCID y firma y huella del usuario.

2. LIBERACIONES

2.1. LIBERACION DE EQUIPOS ROBO / PERDIDA

- Titular se debe de acercar al área de atención al cliente con el equipo, cedula de ciudadanía y factura de compra.
- Validación de los IMEI tanto interno (se refleja marcando *#06#) y externos (se encuentran en las tapas o en los portasimcrad), sea iguales
- Se ingresa a la página de IMEI COLOMBIA <https://www.imeicolombia.com.co/ConsultaPublicaIMEI/>
- Se comunica al *611 para tramitar la liberación.

2.2. LIBERACION DE EQUIPOS POR IMEI DUPLICADOS

- Titular se debe de acercar al área de atención al cliente con el equipo, cedula de ciudadanía y factura de compra.
- Validación de los IMEI tanto interno (se refleja marcando *#06#) y externos (se encuentran en las tapas o en los porta simcrad), sea iguales
- Se ingresa a la página de IMEI COLOMBIA <https://www.imeicolombia.com.co/ConsultaPublicaIMEI/>
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, IMEI de equipo y firma y huella del usuario.
- Se diligencia formato 2.6, firmado por el usuario.
- Se escanea con sello del distribuidor, cambio de servicio, cedula, factura de compra, anexo 2.6 además se adjunta fotos de IMEI interno y externo, se envía al correo de soporteclientemasivo@claro.com.co
- Equipo quedara desbloqueado en el transcurso de tres días hábiles.

2.3. LIBERACION DE EQUIPOS POR IMEI POR NO REGISTRO

- Titular se debe de acercar al área de atención al cliente con el equipo, cedula de ciudadanía y factura de compra.
- Validación de los IMEI tanto interno (se refleja marcando *#06#) y externos (se encuentran en las tapas o en la porta simcrad), sea iguales
- Se ingresa a la página de IMEI COLOMBIA <https://www.imeicolombia.com.co/ConsultaPublicaIMEI/>
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, IMEI de equipo y firma y huella del usuario.
- Se diligencia formato Único de liberación y formato ley 1581, estos formatos deben estar firmados y con huella del titular.
- Se escanea con sello del distribuidor, cambio de servicio, cedula, factura de compra, formatos, además se adjunta fotos de IMEI interno y externo, se envía al correo de soporteclientemasivo@claro.com.co
- Equipo quedara desbloqueado en el transcurso de 24 horas.

3. INGRESO A SERVICIO TECNICO

3.1. EQUIPO CON GARANTIA

- Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.
- Validar en la factura que el equipo no haiga cumplido el año de compra,
- Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.
- Observar que el equipo no tenga golpes ni humedad.
- Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos personales del cliente y como se va el equipo.
- Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado, una copia para el usuario y la otra para él envió.
- Se solicita el certificado de garantía, enviado al correo de soportegarantias@claro.com.co adjuntándole el formato diligenciado.
- Equipo se envía a la ciudad de Bogotá y regresa en diez días hábiles.

3.2 EQUIPO SIN GARANTIA

3.2.1. NO MAYOR A 12 MESES CON MALTRATO FISICO

- Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.
- Validar en la factura que el equipo no haiga cumplido el año de compra,
- Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.
- Observar el estado del equipo (pantalla, display, tapas y carcasa.)
- Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos personales del cliente, aclarando que el equipo ingresa por cotización para un posible arreglo.
- Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado, una copia para el usuario y la otra para él envió.
- Equipo se envía a la ciudad de Bogotá y regresa en quince días hábiles.

3.2.2. MAYOR A 12 MESES

- Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.
- Debe consignar el valor de \$ 30.000 en alguna de las cuentas de CELULAR SUN
- Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.
- Observar el estado del equipo (pantalla, display, tapas y carcasa.)
- Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos personales del cliente, aclarando que el equipo ingresa por cotización para un posible arreglo.
- Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado y consignación, una copia para el usuario y la otra para él envió.
- Equipo se envía a la ciudad de Bogotá y regresa en quince días hábiles.

4. CAMBIO DE PLANES

4.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Solo se pueden cambiar por los planes actuales.
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, plan actual y plan que solicita, firma y huella del usuario.
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- El cambio de plan quedara a fecha de corte del usuario.

4.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.
- Si el cambio de planes es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde estipule plan actual y plan que solicita.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Solo se pueden cambiar por los planes actuales.

- Se escanea carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El cambio de plan quedara a fecha de corte del usuario.

5. CAMBIO DE CICLO DE FACTURACION

5.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Solo se pueden cambiar a fechas estipuladas por zonas
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, ciclo actual y ciclo nuevo, firma y huella del usuario.
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- El cambio de ciclo quedara efectivo al tercer día hábil del siguiente mes.

5.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.
- Si el cambio de ciclo es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, se debe especificar el ciclo actual y ciclo nuevo.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Solo se pueden cambiar a fechas estipuladas por zonas
- Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El cambio de ciclo quedara efectivo al tercer día hábil del siguiente mes.

6. BLOQUEOS DE SUSCRIPCIONES

6.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, bloqueo de

suscripciones y contenidos, ms, mensajes promocionales y comerciales, video llamadas, pasatiempos, llamadas ldi, firma y huella del usuario.

- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- El bloqueo de suscripciones quedara efectivo en seis horas después de enviar el correo.

6.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.
- Si el bloqueo es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde solicita el bloqueo de suscripciones y contenidos, ms, mensajes promocionales y comerciales, video llamadas, pasatiempos, llamadas ldi.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El bloqueo de suscripciones quedara efectivo en seis horas después de enviar el correo.

7. INGRESO DE ELEGIDOS

7.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, los números de los elegidos a cualquier operador dependiendo del plan, firma y huella del usuario.
- Se le debe informar al usuario que cada cambio de elegido tendrá un costo de \$ 20.141 impuestos incluidos
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- Los elegidos quedaran 24 horas después de la aceptación del correo.

7.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.

- Si el ingreso de elegidos es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde relacione los números de los elegidos a cualquier operador.
- Se le debe informar al usuario que cada cambio de elegido tendrá un costo de \$ 20.141 impuestos incluidos
- Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El elegido quedara efectivo en 24 horas después de la aceptación del correo.

8. CAMBIO DE NUMEROS

8.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, especificar que el usuario solicita cambio de MIN sin costo \$0, y no requiere servicio de recordación de línea, firma y huella del usuario.
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- El cambio de número quedara efectivo en el transcurso máximo de 24 horas.

8.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.
- Si el cambio de número es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde solicita el cambio de MIN sin costo \$0, y no requiere servicio de recordación de línea.
- Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El cambio de número quedara efectivo en el transcurso máximo de 24 horas.

9. ID PRIVADO (NUMERO PRIVADO)

9.1. PERSONA NATURAL

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.

- El usuario debe de encontrarse al día en pagos.
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, especificar que el usuario solicita el ID privado y acepta el cobro de \$ 10. 181 impuestos incluidos mensuales
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- El cambio de número quedara efectivo en el trascurso máximo de 24 horas.

9.2. PERSONA JURIDICA

- Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.
- Si el ID privado es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde se especifique que el usuario solicita el ID privado y acepta el cobro de \$ 10. 181 impuestos incluidos mensuales por cada línea.
- Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co
- El cambio de número quedara efectivo en el trascurso máximo de 24 horas

10. ELIMINACION DE CUOTAS

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- validar que no presente factura ya generada.
- Se valida por la línea de atención* 611 el saldo y referencia de equipo
- Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, donde se estipula el valor cancelado, cantidad de cuotas.
- Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co
- Una vez ya contestado el correo de manera satisfactoria el usuario podrá adquirir nuevamente reposición si desea.

11. INCREMENTO DE FACTURA

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- Validar en POLIEDRO con número de línea y cedula si el plan se encuentra abierto.

- Si la línea se encuentra se valida la factura por la página MI CLARO, donde se evidencia el incremento de la factura.
- Si la línea se encuentra suspendida por pago se debe llamar al *611 para solicitar información.
- Al validar la información y el incremento es porque el plan está abierto se debe tramitar el cambio de plan a fecha de corte, si es por suscripciones se tramita los bloqueos pertinentes.
- si el incremento es por un consumo o un procedimiento realizado por el usuario se debe informar con fecha y hora.
- Teniendo la información y usuario no se encuentra satisfecho con ese incremento debe de solicita ajuste en la factura (solo lo puede realizar el usuario)

12. BIOMETRICO

- Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.
- Ingresar a la aplicación de POLIEDRO
- Se toma huella del índice, pulgar o cualquier dedo de la mano izquierdo y derecha.
- Una vez se validad la titularidad se imprimen dos copias
- Esta validación es para activación postpago y reposiciones de equipos.

13. ACTUALIZACION DE CARTELERA

- Se valida en la página de DISTRIBUIDORES CLARO los primeros cinco días las ofertas o cambios que se realizan ese mes.
- Se imprimen las circulares tanto de prepago como de postpago

15 FICHAS DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PRS01 se refleja la ficha de procedimiento para la activaciones de simcard en servicio prepago y postpago. En la ficha.			
Codigo	PRS01.1		
Título	ACTIVACION		
Procesos	Activaciones de Simcard Prepago y Pospago		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para el cambio de simcard por daño o or perdida.		
Productos / entregables	Cambios de servicio		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PRS01.01	El usuario debe acercarse al área de atención con dos copias de cedula tamaño normal	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PRS01.02	Se verifica por el aplicativo POLIEDRO que este número se encuentre con el operador.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PRS01.03	Validación de titularidad	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PRS01.04	Se valida el cambio de la simcard, si es por daño debe entregar la actual y la nueva se le activa de inmediato, si es por perdida se debe esperar un plazo de tres horas para poderse activar	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PRS01.05	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, numero del ICCID y firma y huella del	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PLE01 se refleja la ficha de procedimiento para las liberacion de equipo con cusal de Robo o perdida.			
Codigo	PLE01.1		
Título	LIBERACION		
Procesos	Liberacion de equipo por Robo / Perdida		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza los equipos que se encuentran reportados por robo o perdidas		
Productos / entregables	Cambios de servicio		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PLE01.01	Titular se debe de acercar al área de atención al cliente con el equipo, cedula de ciudadanía y factura de compra	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLE01.02	Validación de los IMEI tanto interno (se refleja marcando *#06#) y externos (se encuentran en las tapas o en los portasimrad), sea iguales	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLE01.03	Se ingresa a la página de IMEI COLOMBIA https://www.imeicolombia.com.co/ConsultaPublicaIMEI/	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLE01.04	Se comunica al *611 para tramitar la liberación.	*611	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PLER01 se refleja la ficha de procedimiento para la liberación de equipo por causal de IMEI bloqueado por No registro			
Codigo	PLER01.1		
Titulo	LIBERACION		
Procesos	Liberacion de equipos que fueron reportados por IMEI No registro		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza liberación de los equipo que fueron reportados con la cusal de No registro con Claro.		
Productos / entregables	Cambios de servicio		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PLER01.01	Titular se debe de acercarse al área de atención al cliente con el equipo, cedula de ciudadanía y factura de compra.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.02	Validación de los IMEI tanto interno (se refleja marcando *#06#) y externos (se encuentran en las tapas o en los porta simcrad), sea iguales	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.03	Se ingresa a la página de IMEI COLOMBIA https://www.imeicolombia.com.co/ConsultaPublicaIMEI/	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.04	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, IMEI de equipo y firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.05	Se diligencia formato Unico de liberación y formato ley 1581, estos formatos deben estar firmados y con huella del titular.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.06	Se escanea con sello del distribuidor, cambio de servicio, cedula, factura de compra, formatos, además se adjunta fotos de IMEI interno y externo, se envía al correo de soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PLER01.07	Equipo quedara desbloqueado en el trascurso de 24 horas.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PEC01 se refleja el procedimiento de Eliminacion de cuotas			
Codigo	PEC01.1		
Titulo	ELIMINACION DE CUOTAS		
Procesos	PAZ Y SALVO EN CUOTAS DE EQUIPO		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para cancelar toda deuda que el usuario tenga con equipo y así pueda llevar otro financiado si lo requiere		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PEC01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEC01.02	validar que no presente factura ya generada.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEC01.03	Se valida por a línea de atención* 611 el saldo y referencia de equipo	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEC01.04	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, donde se estipula el valor cancelado, cantidad de cuotas .	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEC01.05	Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEC01.06	Una vez ya contestado el correo de manera satisfactoria el usuario podrá adquirir	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCG01 se refleja la ficha de procedimiento para la liberacion de equipo por causal de IMEI bloqueado por No registro			
Codigo	PCG01.1		
Titulo	GARANTIA		
Procesos	Equipo con Garantia		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para los equipos que se encuentran con garantia con CLARO.		
Productos / entregables	FORMATO INGRESO A SERVICIO TECNICO - CELULAR SUN		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCG01.01	Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.02	Debe consignar el valor de \$ 30.000 en alguna de las cuentas de CELULAR SUN	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.03	Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.04	Observar el estado del equipo (pantalla, display, tapas y carcasa.)	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.05	Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.06	Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado y consignacion, una copia para el usuario y la otra para él envió.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCG01.07	Equipo se envía a la ciudad de Bogotá y regresa en quince días hábiles.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PESG01 se refleja la ficha de procedimiento para la liberacion de equipo por causal de IMEI bloqueado por No registro			
Codigo	PESG1		
Titulo	GARANTIA		
Procesos	Equipo fuera de garantia		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para los equipos que se encuentran sin garantia por maltrato fisico con fecha de compra menor a 12 meses		
Productos / entregables	FORMATO INGRESO A SERVICIO TECNICO - CELULAR SUN		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PESG01.01	Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PESG01.02	Validar en la factura que el equipo no haiga cumplido el año de compra,	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PESG01.03	Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PESG01.04	Observar el estado del equipo (pantalla, display,tapas y carcasa.)	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PESG01.05	Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos personales del cliente, aclarando que el equipo ingresa por cotización para un posible arreglo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PESG01.06	Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado, una copia para el usuario y	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PEMD01 se refleja el procedimiento para los equipos que fueron comprados con claro pero ya no tiene garantía			
Codigo	PEMD01.1		
Titulo	GARANTIA		
Procesos	Equipo con fecha de compra mayor a 12 meses con CLARO		
Descripción	Este procedimiento se realiza para los equipos que no cuentan con garantía		
Productos / entregables	FORMATO INGRESO A SERVICIO TECNICO - CELULAR SUN		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboración:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobación:	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PEMD01.01	Titular o persona mayor de edad debe acercarse con cedula de ciudadanía, factura de compra y equipo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.02	Validar en la factura que el equipo no haiga cumplido el año de compra,	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.03	Identificar que el IMEI tanto interno y externos sean iguales.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.04	Observar que el equipo no tenga golpes ni humedad.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.05	Diligenciar formato de INGRESO DE SERVICIO TECNICO CELULAR SUN, con datos personales del cliente y como se va el equipo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.06	Se debe de sacar dos copias de este formato ya diligenciado, una copia para el usuario y la otra para él envió.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.07	Se solicita el certificado de garantía, enviado al correo de	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PEMD01.08	Equipo se envía a la ciudad de Bogotá y regresa en diez días hábiles.	CELULAR SUN	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCPN01 se refleja el procedimiento para cambio de planes a persona natural			
Codigo	PCPN01.1		
Titulo	CAMBIO DE PLAN		
Procesos	CAMBIO DE PLAN A PERSONA NATURAL		
Descripción	Este procedimiento se realiza para cambio de plan a fecha de corte		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboración:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobación:	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCPN01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPN01.02	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPN01.03	Solo se pueden cambiar por los planes actuales.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPN01.04	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, plan actual y plan que solicita, firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPN01.05	correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPN01.06	El cambio de plan quedara a fecha de corte del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCPJ01 se refleja el porcedimieto para cambio de planes a persona jurídica			
Codigo	PCPN01.1		
Título	CAMBIO DE PLAN		
Procesos	CAMBIO DE PLAN A PERSONA JURIDICA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para cambio de plan a fecha de corte		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCPJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPJ01.02	Si el cambio de planes es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde estipule plan actual y plan que solicita.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPJ01.03	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPJ01.04	Solo se pueden cambiar por los planes actuales.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPJ01.05	Se escanea carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCPJ01.06	El cambio de plan quedara a fecha de corte del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCCN01 se refleja el porcedimieto para cambio de planes a persona jurídica			
Codigo	PCCN01.1		
Título	CAMBIO DE CICLO		
Procesos	CAMBIO DE CICLO A PERSONA NATURAL		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para cambio de ciclo al tercer dia habil de cada mes		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCCN01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCN01.02	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCN01.03	Solo se pueden cambiar a fechas estipuladas por zonas	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCN01.04	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, ciclo actual y ciclo nuevo, firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCN01.05	Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCN01.06	El cambio de ciclo quedara efectivo al tercer día hábil del siguiente mes.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCCJ01 se refleja el porcedimieto para cambio de planes a persona jurídica			
Codigo	PCCJ01.1		
Título	CAMBIO DE CICLO		
Procesos	CAMBIO DE CICLO A PERSONA JURIDICA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para cambio de ciclo al tercer día hábil de cada mes		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCCJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCJ01.02	Si el cambio de ciclo es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, se debe especificar el ciclo actual y ciclo nuevo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCJ01.03	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCJ01.04	Solo se pueden cambiar a fechas estipuladas por zonas	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCJ01.05	Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCCJ01.06	El cambio de ciclo quedara efectivo al tercer día hábil del siguiente mes.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PBSN01 se refleja el procedimiento de bloqueo de suscripciones a persona natural			
Codigo	PBSN01.1		
Título	BLOQUEO DE SSCRIPCIONES		
Procesos	BLOQUEO DE SUSCRIPCIONES A PERSONA NATURAL		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin de bloquear suscripciones y contenidos y asi prevenir el incremento de la factura por estos mensajes		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PBSN01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSN01.02	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSN01.03	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, bloqueo de suscripciones y contenidos, mms, mensajes promocionales y comerciales, video llamadas, pasatiempos, llamadas ldi, firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSN01.04	Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSN01.05	El bloqueo de suscripciones quedara efectivo en seis horas después de enviar el correo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PIDN01 se refleja el procedimiento de la activación del número privado			
Código	PIDN01.1		
Título	ID PRIVADO		
Procesos	NUMERO PRIVADO PARA PERSONA NATURAL		
Descripción	Este procedimiento se realiza para que la línea del usuario al llamar indique Número Privado		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboración:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobación:	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PIDN01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDN01.02	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDN01.03	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, especificar que el usuario solicita el ID privado y acepta el cobro de \$ 10. 181 impuestos incluidos mensuales	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDN01.04	Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDN01.05	El cambio de número quedara efectivo en el transcurso máximo de 24 horas .	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PIDJ01 se refleja el procedimiento de la activación del número privado			
Código	PIDJ01.1		
Título	ID PRIVADO		
Procesos	NUMERO PRIVADO PARA PERSONA JURIDICA		
Descripción	Este procedimiento se realiza para que la línea del usuario al llamar indique Número Privado		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboración:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobación:	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PIDJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDJ01.02	Si el ID privado es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde se especifique que el usuario solicita el ID privado y acepta el cobro de \$ 10. 181 impuestos incluidos mensuales por cada línea.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDJ01.03	Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIDJ01.04	El cambio de número quedara efectivo en el transcurso máximo de 24 horas	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PBSJ01 se refleja el procedimiento de bloqueo de suscripciones a persona jurídica			
Codigo	PBSJ01.1		
Título	BLOQUEO DE SSCRIPCIONES		
Procesos	BLOQUEO DE SUSCRIPCIONES A PERSONA JURIDICA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin de bloquear suscripciones y contenidos y asi prevenir el incremento de la factura por estos mensajes		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PBSJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSJ01.02	Si el bloqueo es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde solicita el bloqueo de suscripciones y contenidos, mms, mensajes promocionales y comerciales, video llamadas, pasatiempos, llamadas ldi.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSJ01.03	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSJ01.04	Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PBSJ01.05	El bloqueo de suscripciones quedara efectivo en seis horas después de enviar el correo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PIEN01 se refleja el procedimiento al ingreso de elegidos a persona natural			
Codigo	PIEN01.1		
Título	INGRESO DE ELEGIDOD		
Procesos	INGRESO DE ELEGIDOS A PERSONA NATURAL		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin que el usuario pueda contar con elegidos ilimitados a todo operador		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PIEN01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEN01.02	El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEN01.03	Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico, nombre del distribuidor, los números de los elegidos a cualquier operador dependiendo del plan, firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEN01.04	Se le debe informar al usuario que cada cambio de elegido tendrá un costo de \$ 20.141 impuestos incluidos	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEN01.05	Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEN01.06	Los elegidos quedaran 24 horas después de la aceptación del correo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PIEJ01 se refleja el procedimiento al ingreso de elegidos a persona jurídica			
Codigo	PIEJ01.1		
Titulo	INGRESO DE ELEGIDOS		
Procesos	INGRESO DE ELEGIDOS A PERSONA JURIDICA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin que el usuario pueda contar con elegidos ilimitados a todo operador		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PIEJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEJ01.02	Si el ingreso de elegidos es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde relacione los números de los elegidos a cualquier operador.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEJ01.03	Se le debe informar al usuario que cada cambio de elegido tendrá un costo de \$ 20.141 impuestos incluidos	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEJ01.04	Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientepyme@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIEJ01.05	Los elegidos quedara efectivo en 24 horas después de la aceptación del correo.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCMN01 se refleja el procedimiento con para cambio de numero para persona natural			
Codigo	PCMN01.1		
Titulo	CAMBIO DE MIN		
Procesos	CAMBIO DE MIN A PERSONA NATURAL		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin de que el usuario pueda cambiar el numero cuando lo requiera por valor a \$0.		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCMN01.01	• Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMN01.02	• El usuario debe de encontrarse al día en pagos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMN01.03	• Se debe de diligenciar un cambio de servicio donde se estipula datos del usuario, número telefónico actual, nombre del distribuidor, especificar que el usuario solicita cambio de MIN sin costo \$0, y no requiere servicio de recordación de línea, firma y huella del usuario.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMN01.04	• Se escanea el cambio de servicio y fotocopia de cedula y se envía por correo a soporteclientemasivo@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMN01.05	• El cambio de número quedara efectivo en el trascurso máximo de 24 horas	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

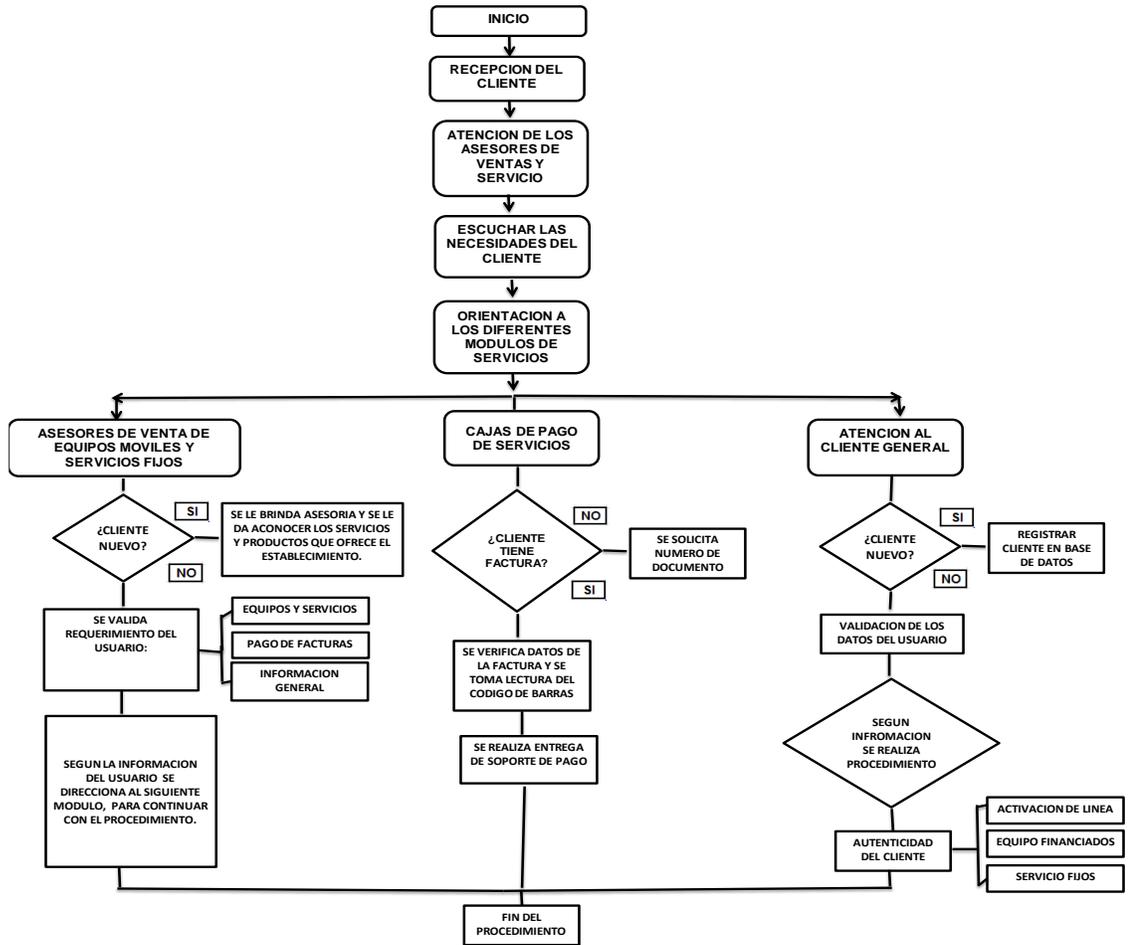
FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCMJ01 se refleja el procedimiento con para cambio de numero para persona juridica			
Codigo	PCMJ01.1		
Titulo	CAMBIO DE MIN		
Procesos	CAMBIO DE MIN A PERSONA JURIDICA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza con el fin de que el usuario pueda cambiar el numero cuando lo requiera por valor a \$0.		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCMJ01.01	Se debe presentar el representante legal o gerente con cedula de ciudadanía física, cámara y comercio no mayor a treinta días y RUT.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMJ01.02	Si el cambio de número es para más de dos líneas el titular debe traer carta de solicitud firmada y huella del gerente o representante legal, donde solicita el cambio de MIN sin costo \$0, y no requiere servicio de recordación de línea.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMJ01.03	Se escanea la carta, cámara y comercio, fotocopia de cedula y se envía por correo a soportecliente@claro.com.co	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCMJ01.04	El cambio de número quedara efectivo en el traspaso máximo de 24 horas .	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PIFG01 se refleja el procedimiento para validacion de los incrementos en la factura			
Codigo	PIFG01.1		
Titulo	INCREMENTO DE FACTURA		
Procesos	VALIDACION DE INCREMENTO		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza aclarar el incremento que se ha generado al usuario en la factura		
Productos / entregables	CAMBIO DE SERVICIO		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PIFG01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.02	Validar en POLIEDRO con número de línea y cedula si el plan se encuentra abierto.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.03	Si la línea se encuentra se valida la factura por la pagina MI CLARO, donde se evidencia el incremento de la factura.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.04	Si la línea se encuentra suspendida por pago se debe llamar al *611 para solicitar información.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.05	Al validar la información y el incremento es porque el plan está abierto se debe tramitar el cambio de plan a fecha de corte, si es por suscripciones se tramita los bloqueos pertinentes.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.06	si el incremento es por un consumo o un procedimiento realizado por el usuario se debe informar con fecha y hora.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PIFG01.07	Teniendo la información y usuario no se encuentra satisfecho con ese incremento debe de solicitar ajuste en la factura (solo lo puede realizar el usuario)	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PAUC01 se refleja el procedimiento para validar la titularidad del usuario			
Codigo	PAUC01.1		
Titulo	BIOMETRICO		
Procesos	VALIDACION DE HUELLAS		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza para verificar la autenticidad del cliente mediante las huellas digitales y prevenir fraudes		
Productos / entregables	FORMATO DE AUTORIZACION		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PAUC01.01	Se debe presentar el titular con cedula de ciudadanía física.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PAUC01.02	Ingresar a la aplicación de POLIEDRO	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PAUC01.03	Se toma huella del índice, pulgar o cualquier dedo de la mano izquierdo y derecha.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PAUC01.04	Una vez se valida la titularidad se imprimen dos copias	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PAUC01.05	Esta validación es para activación postpago y reposiciones de equipos.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

FICHA DE PROCEDIMIENTO			
En la siguiente tabla PCAR01 se refleja el procedimiento de cartelera			
Codigo	PAUC01.1		
Titulo	CARTELERA		
Procesos	ACTUALIZACION DE CARTELERA		
Descrpcion	Este procedimiento se realiza los primeros cinco días de cada mes con el fin de que el usuario se encuentra actualizado con los planes y promociones		
Productos / entregables	CIRCULARES		
Elaborado por:	Equipo de Trabajo		
Aprobado por:		Fecha de Elaboracion:	15/11/2017
Modificado por:		Fecha de Aprobacion.	
PASO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	PLAZOS
PCAR01.01	Se valida en la página de DISTRIBUIDORES CLARO los primeros cinco días las ofertas o cambios que se realizan ese mes.	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio
PCAR01.02	Se imprimen las circulares tanto de prepago como de postpago	Servicio al cliente	Cada vez que requiera el servicio

16. DIAGRAMA DE FLUJO



17. TIEMPOS DE RESPUESTA DE SINGULARCOM A CADA TIPO DE SOLICITUD DE LOS USUARIOS EN LAS AREAS DE ATENCION AL CLIENTE Y CAJA.

TEMA	SUBTEMA	TIEMPO (Min)	TIEMPO (MAX)
Aclaración Mensajes de Texto y Mensajes Multimedia	RECLAMO	00:01:48	00:03:00
Cambio De numero Celular	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Cambio de Plan	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Aclaración y/o Descripción de Plan	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Cambio Sim Card	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Entrega Copia de Factura	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Entrega Equipo De Servicio Técnico	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Entrega Servicio Técnico	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información de Instalación o Retiro de Elegidos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Ingreso Servicio Técnico	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Instalación Y Retiro De Servicios Adicionales	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Liberación IMEI	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Reclamo Por Incremento En La Factura	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Reposición Voluntaria sim card	SERVICIO	00:12:00	00:20:00

TEMA	SUBTEMA	TIEMPO (Min)	TIEMPO (MAX)
Aclaración Abono Incorrecto	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Aclaración Cobro Jurídico o Cartera Castigada	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Aclaración De Factura Diferente a La Primera	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Aclaración descargas de Ring Tone, Imágenes, Contenido	RECLAMO	00:01:48	00:03:00
Aclaración Mensajes de Texto y Mensajes Multimedia	RECLAMO	00:01:48	00:03:00
Aclaración Primera Factura	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Aclaración y/o Descripción de Plan	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Activación y/o C/Servicio no tramitado	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Activación y/o Cambio de Servicio no tramitado	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Actualización de Datos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Ajustes Generales	RECLAMO	00:09:00	00:15:00
Autorizaciones Cartera	SERVICIO	00:09:00	00:15:00
Cambio de equipo	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Cambio de equipo y sim card	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Cambio De numero Celular	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Cambio de Plan	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Cambio de sim card	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Cambio de sim card por garantia	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Cambio de Tecnologia Datos a Voz	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Cambio de Tecnologia Voz a Datos	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Cambio Sim Card	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Cambio Sim Card / Por Garantía	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Características y programación de equipos celulares	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Cesión de contrato	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Cheques Devueltos - Información	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Cobertura Red GSM	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Constancia De Cuenta al Día	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Consulta de imei (si se encuentra libre)	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Demora entrega equipo Servicio Técnico.	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Entrega Copia de Factura	SERVICIO	00:01:48	00:03:00

Entrega Equipo De Servicio Técnico	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Entrega Servicio Técnico	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Gestion de Fidelizacion	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Horarios de Atención/ Teléfonos/ Direcciones/ Faxes	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Inclusión a Cuenta Maestra	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Inf Cobertura / Roaming / Indicativos / Manejo o prog de equipos	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Información Blackberry	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Información Círculo Azul	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Informacion de horarios y direcciones de puntos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información de Instalación o Retiro de Elegidos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información de Requisitos y Documentos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información desconexión y/o reconexión identificador llamadas / No carga	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Información Elegidos	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Informacion estrategia prepago	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Información General Port In	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información General Port Out	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información Juegos de Entretenimiento	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información oficina movil	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información plan Único	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información Promoción Del Mes	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Informacion servicio LDI	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Información servicios 3G - UMTS	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Información y/o inscripción CAC Virtual	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Ingreso Servicio Técnico	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Instalación Y Retiro De Servicios Adicionales	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Legalización Pendiente	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Liberación de sim card	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Liberación IMEI	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Liberación IMEI y Sim Card	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Migración a GSM	SERVICIO	00:06:00	00:10:00

Negación De Línea / Investigación (CPS Autorizados)	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
No recibió factura o llega tarde / Solicitud copia / Dirección incorrecta	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
No tiene servicio / No recibe / No origina llamadas donde hay cobertura	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Recepcion de Oficios Judiciales	RECLAMO	00:09:00	00:15:00
Pago no abonado y/o enrutamiento cuenta al día	RECLAMO	00:09:00	00:15:00
Planes / Promociones / Productos / Servicios / Tarifas / Valor tarjetas	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Radicación de PQRs (CPSs Autorizados)	RECLAMO	00:12:00	00:20:00
Recarga Plan Telemic	RECLAMO	00:01:48	00:03:00
Reclamacion servicio LDI	RECLAMO	00:09:00	00:15:00
Reclamo Calidad Distribuidor	RECLAMO	00:09:00	00:15:00
Reclamo Por Incremento En La Factura	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Reclamo Recarga en Línea	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Reclamo Reporte Datacrédito	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Reconexión a líneas suspendidas por robo o voluntario	SERVICIO	00:03:00	00:05:00
Red Fija / Reclamación	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Reinstalación	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Reposición Evento Círculo Azul	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Reposición Tramitada - Información	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Reposición Voluntaria	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Requisitos, Procedimientos Y Trámites	SERVICIO	00:06:00	00:10:00
Servicio y recarga pasatiempo	SERVICIO	00:01:48	00:03:00
Solicitud Activación Port In	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Solicitud Cambio a Prepago	RECLAMO	00:12:00	00:20:00
Solicitud Desactivación	RECLAMO	00:06:00	00:10:00
Tarjeta Amigo / Bloqueos / Clave Borrada.	RECLAMO	00:03:00	00:05:00
Recepcion de Tutelas	RECLAMO	00:12:00	00:20:00
Venta Estrategia Prepago	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Ventas Kit prepago	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Ventas pospago equipo propio - Wellcome Back	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Ventas pospago GSM	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Ventas pospago Up grade- estrategia prepago	SERVICIO	00:12:00	00:20:00
Ventas Wellcome Back	SERVICIO	00:12:00	00:20:00

- **ANALISIS**

De acuerdo con la investigación realizada para el diagnóstico y mejoramiento del servicio al cliente de la empresa singular comunicaciones, se estima que existen variables las cuales determinan la calidad del servicio al cliente, como por ejemplo tenemos el tiempo, en el cual tarda un colaborador en prestarle un servicio al usuario, desde que ingresa al establecimiento hasta la hora de obtener como tal la atención requerida.

Podemos observar que los servicios más solicitados por los usuarios son:

- Reposición voluntaria de Sim card (Servicio)
- Incremento de factura (Reclamo)
- Pago de Factura (Servicio)

Estos tres servicios son los más frecuentes en SINGULAR COMUNICACIONES S.A, se estima para cada uno de estos servicios una duración de atención mayor a 10 minutos, lo que hace que el usuario pierda la paciencia y quede insatisfecho con el servicio.

18. ESTABLECIMIENTO DE PROTOCOLOS COMERCIALES Y CÓDIGO DE VESTIMENTA

En SINGULAR COMUNICACIONES S.A., ser amables, cercanos y accesibles: hablar de una forma neutral y personal, utilizando lenguaje cotidiano e inspirar a las personas con una visión positiva de la vida y con todas las formas con las que se puede hacerla más fácil.

- **Bienvenida:** Lo primero que se vende es la personalidad agradable u dinámica, para esto utilizar un saludo cordial y respetuoso.
 - a) Mostrar interés por el cliente y entusiasmo por atenderlo.
 - b) Identificarse, informe su nombre y ofrecer ayuda.
 - c) Aprender el nombre del cliente, identificarlo por su nombre.

d) Al saludar, procurar formarse una idea global de la situación, haciéndole preguntas abiertas de carácter general (se pueden utilizar: como, Cuando y Donde)

e) Mantener contacto visual con el cliente.

- **Actitudes que se deben evitar.**

a) Ser indiferente o mostrar apatía con el cliente.

b) Cruzar los brazos.

- **Conocer sus necesidades:** en cualquier interacción con el cliente, hacer preguntas aumenta las posibilidades de detectar una oportunidad y convertirla en venta.

a) Preguntar al cliente en que le puede ayudar.

b) El objetivo de preguntar es conocer muy bien sus necesidades.

c) Formular las preguntas en un tono amigable.

- **Actitudes que se deben evitar.**

a) Hacer repetir al cliente la misma información.

b) Nunca decir ¡no se!, ¡no está la persona encargada!, ¡no tengo los datos!, ¡haz lo que pueda!, ¡no tengo que ver con el asunto!, ¡no sé a qué hora llega!, ¡no hay!

- **Escuchar:** no es suficiente con preguntar, lo que cuenta es la información que se busca con la pregunta.

a) Evitar interrumpir y contestar apresuradamente.

- b) Comprender lo que está diciendo el cliente, con gestos y palabras transmitirle que entiende la situación y ofrecer las soluciones que están dentro del compromiso de la venta.

Uno de los aspectos más relevantes para el cliente es sentir que se pone en su lugar para entender bien y ofrecerle productos acordes a sus necesidades.

- **Solucionar:** Hacer más de lo que el cliente espera de nosotros.
 - a) Ofrecer disculpas, comprender al cliente y entender lo que solicita o requiere.
 - b) Ser ágil en la atención.
 - c) Generar cercanía con el cliente.
 - d) Brindar productos alternativos al cliente.
 - e) Que el cliente experimente la calidad en el servicio cuando satisface sus expectativas, solucionar sus problemas y le aporta beneficios.
 - f) Entregar la información y/o asesoría que requiere, de forma ágil, completa y veraz.
 - g) Ser siempre responsable, sincero y realista: nunca generar falsas expectativas ni confundir al cliente.
 - h) Ser transparente en los planteamientos y opciones que se propone al cliente.
 - i) Cumplir con los compromisos que se adquieren con el cliente.

- **Identificar oportunidades:** Hacer la pregunta adecuada en el momento preciso, permite determinar las verdaderas necesidades del cliente.
 - a) Puede suceder que las necesidades surjan espontáneamente y el cliente las comunique. Si no, indagar para identificarlas, analizarlas y realizar una oferta que permita satisfacerlas y generar una relación a largo plazo con el cliente.
 - b) ¿Cómo?: formula pregunta ABIERTAS (generales) o CERRADAS (específicas).

c) Para estimular el dialogo con el cliente y poder identificar sus necesidades, hacer preguntas sencillas ¿Qué proyecto tiene en mente? ¿el proyecto es propio o trabaja para alguien?

a) amable y cordial.

- **Tips durante la atención al cliente.**

En cada contacto con el cliente:

a) Tomar los datos y actualizar la base de datos de clientes.

b) Identificar las nuevas necesidades.

c) En todos los casos (cliente o potencial cliente), tomar los datos para posteriormente contactarlo y reforzar la oferta que haya efectuado.

Durante el saludo y despedida:

a) Siempre sonreír

b) Extender la mano al cliente.

c) Utilizar un saludo amable y cordial.

d) Utilizar una despedida amable y cordial.

Cuando se direcciona al cliente para ser atendido por otro funcionario.

a) Informarle quien lo atenderá.

b) Acompañarlo hasta el puesto de trabajo del compañero.

c) Informa al compañero el nombre del cliente y su interés o necesidad.

- **Retención de clientes ¿Qué hacer para evitar la pérdida de un cliente?**

- a) Ser amable, cálido y cercano al cliente.
 - b) Preguntarle e identificar el motivo de su cancelación de relaciones comerciales.
 - c) Formular preguntas concretas, de forma amable.
 - d) Escuchar y manifestar al cliente que se comprende sus razones.
 - e) No culpar al cliente, ser comprensivo y según sea al caso, ofrecer disculpas.
 - f) Ofrecer alternativas comerciales que se ajusten a lo esperado por el cliente.
 - g) Si obedece a temas operativos, informarle como se le dará solución.
 - h) Resuelto, tramitar personalmente la solución o canalizarla a otra instancia.
 - i) Realizar el seguimiento hasta dar solución para cumplir los compromisos al cliente.
 - j) Asegurarse de que el cliente tiene claras las condiciones del negocio.
 - k) Informar sobre los atributos y beneficios de los productos ofertados en tiene
- SINGULAR COMUNICACIONES

- **Evitar.**

- a) Mostrarse temeroso o nervioso.
- b) Ser evasivo o indiferente.
- c) Prometer lo que no se puede cumplir.

- **Manejo de objeciones.**

El conocimiento que tenga de la empresa, del portafolio de productos y del cliente, serán de gran ayuda para contrarrestar las objeciones que se presenten durante la oferta del producto.

- a) Conservar una actitud tranquila, positiva y utilizar lenguaje adecuado.
- b) Escuchar cuidadosamente, genera confianza, demostrando interés en el cliente.

- c) Recibir bien las objeciones, son oportunidades para conocer que desea el cliente.
- d) Manifestar al cliente que entiende su preocupación, duda, inquietud o posición.
- e) Mantener una actitud segura en los planteamientos, negociar una solución y ofrecer opciones.
- f) Permitir que el cliente elija una opción o alternativa de las propuestas.
- g) Ampliar la información, brindar las explicaciones necesarias, hacer énfasis en los beneficios que obtendrá el cliente.
- h) Agradecer al cliente la oportunidad de atenderlo.

- **Evitar.**

- a) Interrumpir al cliente mientras exponga sus objeciones, inquietudes o puntos de vista.
- b) Mostrarse superior puede resultar antipático.
- c) Discutir o crear controversia.
- d) Alejarse del objetivo de la conversación.

10.1.1 Protocolo de gestión telefónica

Gestión, atención y recepción de llamadas.

- **Importancia de la atención telefónica:** La recepción y emisión de llamadas, es uno de los principales medios de comunicación con nuestros clientes actuales y potenciales, porque nos permite:
 - a) Brindar asesoría y soluciones.
 - b) Afianzar las relaciones con nuestros clientes.
 - c) Gestión de clientes actuales y potenciales.

- d) Venta del portafolio de productos.
- e) Actualizar información.
- f) Ofrecer alternativas (promociones, campañas etc.).

- **Principios generales de atención.**

Atender el teléfono: Es abrir la puerta de SINGULAR COMUNICACIONES. A los clientes actuales y potenciales. “se debe contestar el teléfono fijo o celular dentro de los tres primeros timbrazos”.

Saludo y Bienvenida. Se establecerá un saludo corporativo que se utilizará en todos los casos y será el siguiente. “**Bienvenido habla -----nombre del funcionario----** ¿en qué le puedo ayudar?”, tenga en cuenta que su voz proyecta su personalidad y la imagen de la empresa.

Escuchar activamente: Los primeros instantes de toda conversación son esenciales y para lograr una comunicación exitosa, se debe potenciar: **Actitud, Entusiasmo y Cortesía.**

- a) No interrumpir al interlocutor.
- b) Concentrarse hasta que haya terminado de hablar.
- c) Evitar que el interlocutor tenga que repetir más de una vez, el motivo de su llamada.

Hablar claro: Utilice un tono de voz adecuado y vocalizando bien, proyecte confianza mediante una voz (agradable, caliza, neutral y clara) y luego pregúntele al cliente por su nombre y utilícelo con frecuencia.

- **Al transferir la llamada o dejar al cliente en espera:**

- a) Pregunte a la persona si le es posible esperar en la línea para proporcionarle una propuesta o transferir la llamada. Infórmele sobre el tiempo de espera estimado.
- b) Infórmele que va a transferir la llamada y el nombra del funcionario que lo atenderá.
- c) Espere que su compañero conteste e infórmele los datos del cliente y la solicitud que presente o el motivo de la llamada.
- d) Si el cliente solicita ser comunicado con un funcionario en especial y este no se encuentra. Ofrezca ayuda al cliente, tome el mensaje para su compañero.

Al recibir una llamada mientras se atiende personalmente a un cliente:

- a) Priorizar la atención del cliente presencial.
- b) Informar a la persona que está atendiendo que contestara el teléfono.
- c) Al recibir la llamada, disculparse con su interlocutor por no poderlo atender en el momento, tomar sus datos y hacer compromiso de devolver la llamada en el menor tiempo posible.

- **Solucionar/gestionar:**

- a) Atender con prontitud y agilidad, sin descuidar la calidad de la atención.
- b) Ser concreto y de acuerdo con el caso, plantear o brindar alternativas de solución.
- c) Evitar lenguaje técnico o términos internos.
- d) Si se compromete a contactar al cliente para brindarle la información que quiere o solucionar su solicitud, tome nota de sus datos, Preguntar si ha

logrado responder adecuadamente su solicitud o consulta, y si puede ayudarlo en algo más.

- **Al despedirse:**

- a) Agradezca al cliente por su llamada.
- b) Terminar la conversación con una nota agradable y utilizando la despedida corporativa planteada a continuación “Señor(a) XXXXX fue un gusto atenderlo, gracias por contar con nosotros.
- c) Dejar que la otra persona cuelgue el teléfono primero y colgar el teléfono con suavidad.

- **Lenguaje de la atención telefónica.**

Frases o expresiones recomendadas.

- a) En todas las conversaciones utilizar lenguaje profesional.
- b) “¿en qué le puedo ayudar? O “¿Cómo le puedo colaborar?”.
- c) “Con mucho gusto ya lo comunico”.
- d) Llamar al interlocutor por su nombre, utilizando siempre Señor, Señora, Señorita o por el título (si lo conoce) Doctor, Ingeniero etc.
- e) “La persona que usted solicita no se encuentra, ¿le puede colaborar alguien más?”. “Si prefiere puedo tomar su mensaje para que le devuelvan la llamada”.
- f) **Al cliente que espero en la línea:** “Gracias por su espera” o “Le ofrezco disculpas por la demora”.
- g) “señor XXXX voy a comunicarlo con XXXX, quien le puede asesorar y ayudar con su consulta”.
- h) “Gracias por su llamada”, “Gracias por contar con nosotros”, o “Fue un gusto atenderlo”.

- **Acciones y frases que evitar.**

Acciones.

- a) Tapar el auricular con la mano. Se nos oye igualmente.
- b) Llevar una conversación simultanea mientras está hablando por teléfono.
- c) Utilizar distintivos o términos cariñosos para referirse al cliente.

Frases.

- a) Mire señor, vuelva cuando tenga todo listo.
- b) No tengo idea, pregúntele mejor a...
- c) Estoy muy ocupado en este momento.
- d) ¿entiende?
- e) Ya le informé que...
- f) Explíquese bien porque no le entiendo.
- g) Eso era entes, ahora funciona así...
- h) Yo no me encargo de eso, lo siento.
- i) El (ella) está ocupado resolviendo algo importante.

10.1.2 PROTOCOLO DE ATENCIÓN QUEJAS Y RECLAMOS:

Es un modelo que permite cumplir con el compromiso de prestar un servicio proactivo y personalizado, atendiendo a cada cliente en función de sus necesidades. Con el objetivo de brindar un excelente servicio, que transforme la inconformidad o reclamación en una experiencia positiva para el cliente.

Protocolo de atención de solicitudes.

¿Qué es una solicitud?: son los diferentes requerimientos que nos puede presentar un cliente u que pueden ser atendidos oportunamente por la oficina. Ejemplo: certificaciones, paz y salvos etc.

- **Agilidad:** se refiere a la atención inmediata y demostrar interés por el cliente y su solicitud.

Efectividad:

- a) Entregar la información solicitada por el cliente en forma completa y veraz.
- b) Dar las explicaciones requeridas o informar el proceso a seguir.
- c) Si el cliente manifiesta inconformidad y tiene la razón, ofrecer disculpas.

Seguimiento:

- a) Si se requiere intervención de otras áreas hacer el seguimiento hasta garantizar la solución oportuna de la solicitud.
- b) Cumplir el compromiso con el cliente.

Asegurar satisfacción:

- a) Confirmar con el cliente su total satisfacción.
- b) Identificar oportunidades de fidelización y nuevas ventas.

Protocolo de atención de reclamos.

¿Qué es un reclamo?: es la manifestación de insatisfacción de un cliente, respecto del servicio o una situación en particular.

- **Validación:** se debe confirmar los datos del cliente para luego establecer si corresponde a solicitud o reclamo.
- **Radicación:** se procede a radicar el reclamo en el libro de radicados.

- **Direccionamiento:** se direcciona el reclamo a la persona encargada según sea el caso, informando al cliente sobre el tratamiento que se dará al mismo.

En el protocolo de atención y servicio está prohibido.

- a) Discutir con el cliente o provocar situaciones irritantes.
- b) Culpar al cliente, a terceros o a compañeros.
- c) Asumir actitud defensiva.
- d) Distraerse o no concentrarse ante la situación del cliente.
- e) Gestos o expresiones de desinterés o disgusto.
- f) Hacer promesas que no se puedan cumplir.
- g) Tratar los clientes con apatía o con aires de superioridad.
- h) Interpretar que la queja o reclamo es un asunto personal.
- i) Comprometerse con descuentos no autorizados.

10.1.3 CÓDIGO DE VESTIMENTA CORPORATIVA.

Objetivo: Se establece el siguiente código de vestimenta corporativa aplicable a todos los colaboradores de SINGULAR COMUNICACIONES S.A., con el fin de unificar criterios corporativos, fortalecer la identidad, favorecer un ambiente adecuado para los colaboradores y mantener una imagen de profesionalismo, respeto y confianza hacia los clientes.

Alcance: El presente código está dirigido a todos los colaboradores de SINGULAR COMUNICACIONES S.A

Imagen personal y cultura Corporativa: La cultura se evidencia en varios aspectos del actuar diario tanto dentro como fuera del ámbito laboral. Uno de esos aspectos es la imagen personal, la cual es de gran importancia no solo en el momento de generar negocios con clientes externos, sino en la relación y convivencia diaria con los compañeros de trabajo.

Como empleados de SINGULAR COMUNICACIONES S.A., el compromiso es de mantener y fortalecer una imagen profesional, sólida y consistente con los principios corporativos.

- **Reglas generales del código de vestimenta:**

- a) Es vital cuidar la imagen personal, esta es la carta de presentación.
- b) Cuando se está en la oficina o representando la organización ser elegantes, esto no significa vestir ropa de marca.
- c) Al vestir es fundamental la elección de colores, para pasar desapercibido cuando hace la mejor elección y combinación de colores.
- d) Se debe portar siempre el carné institucional en un lugar visible. Procurar que la foto demuestre nuestra esencia (aparezcamos sonrientes)

- **Recomendaciones para las mujeres:**

- a) No es recomendable usar ropa transparente, grandes escotes, camisas sin mangas o algo que pueda distraer la atención de clientes y compañeros.
- b) Se debe tener precaución de no utilizar demasiados complementos o joyas. El maquillaje, debe ser discreto, sin perder la naturalidad del rostro.
- c) En el perfume se recomienda usar fragancias frescas, que complementen el estilo, pero sin molestar a las personas que nos rodean.
- d) Es recomendable lucir un peinado de manera natural pero siempre bien arreglado. Por ninguna circunstancia se debe lucir el cabello mojado.

- **Recomendaciones para los hombres:**

a) Se debe usar siempre ropa informal acorde a las funciones que desempeñe dentro de la organización, pero luciendo siempre una imagen seria y corporativa.

19. PLAN DE MEJORAMIENTO: PROPUESTA DE REORGANIZACION Y ESTRATEGIAS.

La empresa SINGULAR COMUNICACIONES S.A. - CPS GIRARDOT. Cuenta con el principal punto de atención al cliente en la ciudad, tiene una excelente posición en el mercado, lo cual ha hecho que sea muy reconocida por todos los girándotenos y vecinos aledaños. La empresa cuenta con una gran acogida por parte de los usuarios, pero a su vez se debe realizar un plan de mejoramiento para cambiar inconsistencias las cuales desmejoran la calidad del servicio ofrecido por esta empresa.

- Estrategias de productos: Satisfacer la necesidad manifestada por el usuario darle una oportuna respuesta y solución a su servicio adquirido.
- Mejorar el portafolio de servicio donde el usuario pueda decidir que opción tomar y que tiempo de respuesta requiere para satisfacer su necesidad.
- Se realizarán encuestas tanto a los colaboradores como a los usuarios para evaluar la calidad del servicio de la empresa, lo cual nos permitirá sacar un porcentaje favorable para mejora y cambio del servicio de la compañía.
- Contrataciones, instalaciones y permisos.

- Se le realizara una mejora a la infraestructura de la empresa, para que el usuario se sienta más cómodo a la hora de esperar que sea atendido.
- Esta mejora estará gestionada por el gerente de la empresa, quien realizará los trámites pertinentes para los permisos de remodelación e implementación de nuevos productos, servicios y mejoras para la compañía.

20 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	AGOSTO				SEPTIEMB				OCTUBRE				NOVIEMBR			
	SEMANAS															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Solicitud de autorización a la empresa.	X															
2. Solicitud de autorización director de trabajo de grado	X															
3.Recoleccion de información para anteproyecto		X	X													
4. Radicación de anteproyecto dirección de programa				X												
5. Respuesta de aprobación anteproyecto				X												
6. Análisis de la estructura actual de la empresa.					X	X										
7. Recolección de información.							X	X	X							
8.Analisis de la información										X	X					
9. Realización de informe.												X				
10. Entrega de informe final.													X			
11Entrega Correcciones trabajo de grado.														X		
12. Sustentación de Trabajo de Grado.																X

CONCLUSIONES

SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS Girardot, cuenta con un volumen de clientes considerables y recurrentes que perciben la tienda como la oficina principal de CLARO soluciones fijas y móviles en Girardot y la región, lo cual juega a favor de la empresa.

Sin embargo, se puede evidenciar que estos mismos clientes perciben que las instalaciones no son las adecuadas y que el servicio no es óptimo. Por otra parte, el personal que tiene contacto directo con el cliente muestra vacías al momento de sortear diferentes tipos de situaciones y clientes especiales que pueden presentarse en el día a día.

Por tal razón es importante que se implemente un manual de procesos y los respectivos protocolos para que no haya errores operativos por dejar algo que debe ser preciso.

Teniendo en cuenta el constante crecimiento de la competencia se debe trabajar en una propuesta de valor que marque la diferencia entre la tienda y los demás puntos autorizados por CLARO.

19. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los directivos de SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS Girardot que se compartan con el personal en general el manual de procedimientos diseñados en esta investigación y se realice un acompañamiento que permita a los empleados que llegar del lugar donde están en cuento a conocimiento Atención al cliente hasta donde las directivas quieran que lleguen.

También es importante que se tenga en cuenta los protocolos diseñados compartiendo a los colaboradores y logrando de esta manera que el cliente perciba que todos hablan el mismo idioma, al tener el saludo corporativo adecuado e evitar respuestas que puedan ser mal interpretadas.

Si bien se enmarco al principio del trabajo que la población interna sería los empleados al tener contacto con el cliente, es importante también que sean todos los colaboradores en general quienes conozcan el manual de protocolos y estrategias de la tienda para lograr un mejor posicionamiento de mercado.

En cuento a la infraestructura de la tienda, de acuerdo con los resultados de la muestra recopilada de los clientes se hace evidente la necesidad de invertir en una remodelación que le permita a los usuarios tener un lugar para descansar esperan el turno para ser atendidos; además de invertir constantemente en capacitar a su personal en la importancia del servicio al cliente.

20. BIBLIOGRAFIA.

ANDREW S. GROVE, Como aumentar el rendimiento de los directivos 1983. 254p.

KEN BLANCHARD Y SHELDON BOWLES. ¡A la carga! (Gun Ho!), 188p.

GUÍA DE OPCIONES DE GRADO. Facultad de Ciencias Administrativas económicas y Contables UDEC, 2011, 44p.

ACUERDO 009 UDEC. Agosto 2010.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Norma técnica colombiana para la presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. Sexta actualización. Santafé de Bogotá D.C. ICONTEC 2008, 36p. NTC 1486.

Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio.

Constitución política de 1991. TITULO XII DEL REGIMEN ECONOMICO Y DE LA HACIENDA PÚBLICA.

LEY 232 DE 1995. Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-5237.html>

<https://definicion.mx/proceso/>

<https://definicion.de/procedimiento/>

<https://psicologiaymente.net/miscelanea/tipos-de-investigacion#>

ANEXOS



FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN.

Pregunta 1. Indique Grado de conformidad en el que se encuentra usted al laborar en la empresa asignando una puntuación de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 el muy satisfecho.

Muy insatisfecho : _____
Insatisfecho : _____
Regular : _____
Satisfecho : _____
Muy satisfecho : _____

Pregunta 2. De las siguientes áreas de la empresa, ¿en cuál considera usted que es necesario la realización de mejora?

Área comercial : _____
Caja : _____
Atención al cliente : _____
Ninguna de las anteriores : _____

Pregunta 3. ¿Considera usted que la empresa le proporciona de manera adecuada y oportuna las herramientas necesarias para la realización de sus funciones?

Si : _____
No : _____

Pregunta 4. ¿Considera usted que hay procedimientos establecidos en la empresa para la realización de las funciones?

Si : _____
No : _____

Pregunta 5. ¿Maneja usted en su cargo algún tipo de protocolos de atención al cliente?

Si : _____
No : _____

Pregunta 6. ¿Se siente usted en la capacidad de recibir un cliente con alto grado de malestar y que llegue alterado al CPS?

Si : _____
No : _____
Prefiero no atenderlo : _____

Pregunta 7. ¿Participa usted activamente en pro de una mejora para la empresa?

Si : _____
No : _____

Pregunta 8. Desde su punto de vista: ¿cómo ve usted la situación de la empresa frente a la competencia?

Critica : _____
Manejable : _____
Solida : _____

Pregunta 9. Opine de manera breve sobre lo que piensa usted que hace falta para mejorar la percepción que el cliente tiene sobre el servicio brindado en el CPS.



Universidad de Cundinamarca seccional Girardot.
Programa de Administración de Empresas.
Agosto de 2017.

Dirigida a los usuarios de SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS de Girardot

Realizado por:

Elizabeth Mahecha
Heliana Paola Tafur

Pregunta 1. Califique el servicio ofrecido por el personal de SINGULASCOM CPS Girardot, de acuerdo con las alternativas dadas a continuación.

Muy malo : _____
Malo : _____
Regular : _____
Bueno : _____
Excelente : _____

Pregunta 2. Califique las condiciones de las instalaciones de SINGULARCOM CPS Girardot, de acuerdo con las alternativas dadas a continuación

Muy malo : _____
Malo : _____
Regular : _____
Bueno : _____
Excelente : _____

Pregunta 3. ¿Que considera usted que le brinda SINGULARCOM-CPS Girardot, que no encuentra en los diferentes puntos de venta autorizados de CLARO S.A en la ciudad?

Variedad : _____
Agilidad en trámites : _____
Calidad de servicios : _____
Respaldo : _____
Todas las anteriores : _____
Ninguna de las anteriores : _____
Otro : _____

Pregunta 4. ¿Califique la agilidad en cuanto a tiempo de respuesta de las solicitudes en el CPS; de acuerdo con las opciones dadas a continuación:

Muy lento : _____
Lento : _____
Medio : _____
Rápido : _____
Muy rápido : _____

Pregunta 5. ¿Usted considera que el personal de servicio al Cliente se encuentra capacitado para brindar una asesoría y acompañamiento en sus inquietudes

Si : _____
No : _____

FECHA viernes, 1 de diciembre de 2017

Señores

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

BIBLIOTECA

Ciudad

UNIDAD REGIONAL Seccional Girardot

TIPO DE DOCUMENTO Trabajo De Grado

FACULTAD Ciencias Administrativas
Económicas y Contables

**NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN
O PROCESO** Pregrado

PROGRAMA ACADÉMICO Administración de
Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
TAFUR GOMEZ	HELIANA PAOLA	1.070.592.230
MAHECHA PEREZ	ELIZABETH	1.111.198.520

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
HOYOS LEON	GERMAN

TÍTULO DEL DOCUMENTO
DIAGNÓSTICO Y MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS GIRARDOT.

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía ADMINISTRADORES DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
29/11/2017	96

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Servicio	Service
2. Diagnostico	Diagnosis
3. Cliente	Client
4. Estrategia	strategy
5. Procedimiento	process
6. Telefonía	telephony

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
 (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

SINGULAR COMUNICACIONES S.A. – CPS., es un distribuidor autorizado de CLARO el cual presta los servicios de telefonía móvil y servicios fijos (Hogar) desde el 8 de marzo del año 2005 cuando decide abrir sus puertas en el municipio de Girardot, desde entonces cuenta con Sub distribuidores que son autorizados por Singular para la venta de equipos y servicios postpagos en municipios aledaños donde no hay puntos de ventas. SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS de Girardot es conocida como la principal de CLARO a su vez tiene gran cantidad de usuarios donde a diario acuden a distintitos tramites; es por eso que hemos realizado un diagnóstico y mejoramiento enfocándonos en los clientes que a diario acuden al punto, en las constantes visitas y charlas con la Gerente y Coordinadora para Singular Comunicaciones S.A el servicio al clientes es algo primordial, el buen trato y atención que se les brinda a los usuarios es algo en que trabajan a diario, validando esta información se evidencia que la empresa no cuenta con un manual de procesos y procedimientos donde se puedan evidenciar todos los tramites que se realizan en el punto, no cuentan con tiempos determinados para cada tramite, las estructuras no son confortables es ahí donde nosotras implementamos un mejoramiento con el fin mejorar la imagen ante clientes, recomendamos implementar el manual de procedimientos que hemos realizado en esta investigación con todo el personal que allí trabaja, invertir a la infraestructura con sillas adecuadas, volantes con las promociones del mes, cabinas telefónicas para los reportes de simcard o teléfonos todo esto con el fin que el cliente tenga experiencias agradables y la empresa siga creciendo como hasta ahora.

SINGULAR COMMUNICATIONS S.A. - CPS., Is an authorized distributor of CLARO which provides the services of mobile telephony and fixed services (Home) since March 8, 2005 when it decides to open its doors in the municipality of Girardot, since then it has Sub distributors who they are authorized by Singular for the sale of equipment and postpaid services in neighboring municipalities where there are no points of sale. SINGULAR COMUNICACIONES S.A CPS de Girardot is known as the main one of CLARO, in turn, it has a large number of users where they go to different procedures every day; that is why we have made a diagnosis and improvement focusing on costumers who come to the point daily,

in the constant visits and talks with the Manager and Coordinator for Singular Communications SA customer service is paramount, the good treatment and care that is provided to users is something they work on a daily basis, validating this information shows that the company does not have a manual of processes and procedures where they can show all the paperwork that are made at the point, do not have certain times for each procedure, the structures are not comfortable, that's where we implemented an improvement in order to improve the image before clients, we recommend to implement the procedures manual that we have done in this investigation with all the staff that works there, investing in the infrastructure with suitable chairs, flyers with promotions of the month, telephone booths for reports of simcard or telephones all this in order that the client has pleasant experiences and the company continues to grow as before

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.		
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.		

3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.		
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS

RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** ___ **NO** X.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron

expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

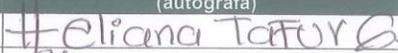
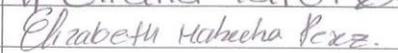
Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 8 de 8

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Diagnóstico y mejoramiento del servicio al cliente de la empresa singular comunicaciones s.a. – cps Girardot.PDF	Texto.
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
TAFUR GOMEZ HELIANA PAOLA	
MAHECHA PEREZ ELIZABETH	

12.1.50

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

