



26.

FECHA miércoles, 30 de mayo de 2018

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
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
CALDERON BELTRAN	JUAN SEBASTIAN	1.070.977.383



MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 2 de 7

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
ZIPASUCA QUEMBA	FRANCISCO JAVIER

TÍTULO DEL DOCUMENTO

DIAGNOSTICO Y APOYO DEL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE DEL AREA DE
MERCADERO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA EAF SAS ESP

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
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

30/05/2018

NÚMERO DE PÁGINAS

74 p

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Atención al cliente	Customer Service
2. Diagnostico	Diagnosis
3.	
4.	
5.	
6.	

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



RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

RESUMEN: El presente informe de pasantías desarrolla todo un estudio al proceso de la atención al cliente del área de mercadeo y plantear una propuesta de mejora a la empresa Aguas de Facatativá, debido a que este es un tema de gran relevancia e interés en las compañías alrededor del mundo no obstante la gran mayoría de empresas se enfocan más en la consecución de objetivos económicos y materiales; dejando a un lado el servicio al cliente.

ABSTRACT: The present report of internships develops a study process of the customer in the area of marketing and put forward a proposal for improvement to the company Aguas de Facatativá, because this is a topic of great relevance and interest in companies around the world, however the vast majority of companies are more focused on the achievement of economic objectives and materials; leaving to one side the customer service.



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.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
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.	X	
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;

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL	VIGENCIA: 2017-11-16
	REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 5 de 7

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

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



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 6 de 7**

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.



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*



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).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. DIAGNOSTICO Y APOYO DEL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA EAF SAS ESP.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
CALDERON BELTRAN JUAN SEBASTIAN	

12.1.50

**PASANTIA: DIAGNOSTICO Y APOYO DEL SERVICIO DE ATENCION AL
CLIENTE DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE
FACATATIVA EAF SAS ESP**

JUAN SEBASTIAN CALDERON BELTRAN

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVA
2018**

**PASANTIA: DIAGNOSTICO Y APOYO DEL SERVICIO DE ATENCION AL
CLIENTE DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE
FACATATIVA EAF SAS ESP**

JUAN SEBASTIAN CALDERON BELTRAN

**Informe presentado para optar al título de
Administrador de Empresas**

Docente Asesor

Francisco Javier Zipasuca Quemba

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVA
2018**

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, hermano, familiares y amigos que hicieron de mí la persona más integra posible para alcanzar mis metas en las diferentes facetas de mi vida.

SEBASTIÁN

AGRADECIMIENTOS

Especial agradecimiento al docente Francisco Javier Zipasuca y al subgerente de mercadeo y ventas Oscar Sastoque por su inmejorable su dedicación y disposición para la realización del presente trabajo como también a la empresa Aguas de Facatativá y sus empleados.

También a la Universidad de Cundinamarca junto con todos sus docentes y compañeros de estudio por todo lo otorgado y recibido en conocimientos y enseñanzas por todos estos años de formación académica y personal.

CONTENIDO

INTRODUCCION	13
1. OBJETIVO GENERAL	14
2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
3. JUSTIFICACION	16
4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1 MARCO TEÓRICO	17
4.1.1 Servicio al cliente	17
4.1.2 Características del servicio al cliente	17
4.1.3 La importancia de la satisfacción al cliente	18
4.1.4 Administración de las relaciones con el cliente	19
4.1.5 Valor y satisfacción para el consumidor	19
4.1.6 Experiencia de cliente	20
4.2 MARCO CONCEPTUAL	21
4.2.1 Cliente interno	21
4.2.2 Cliente externo	21
4.2.3 Consumidor final	21
4.2.4 Clientes intermedios	22
4.2.5 Sistema de peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS)	22
4.3 MARCO INSTITUCIONAL	23
4.3.1 Reseña Histórica	23
4.3.2 Misión	23
4.3.3 Visión	24

4.4	MARCO LEGAL	25
4.4.1	Ley 142 de 1994	25
4.4.2	Norma ISO 9001: 2015	25
4.4.3	Resolución CRA 375 de 2006	26
4.4.4	Ley 1755 de 2015	27
4.4.5	Ley 472 de 1998	27
8.	PLAN DE TRABAJO	28
8.1	CAPÍTULO I	28
8.2	CAPÍTULO II	28
8.3	CAPITULO III	29
9.	COMPETENCIAS DESARROLLADAS	30
9.1	CAPÍTULO I	30
9.2	CAPÍTULO II	30
9.3	CAPITULO III	30
10.	DESARROLLO DE PASANTIA	31
10.1	CAPÍTULO I	31
10.1.1	Participantes	31
10.1.2	Descripción y desarrollo de las actividades	31
10.1.3	Aportes a la organización	33
10.2	CAPÍTULO II	34
10.2.1	Participantes	34
10.2.2	Descripción y desarrollo de las actividades	34
10.2.3	Aportes a la organización	47

10.3	CAPÍTULO III	48
10.3.1	Participantes	48
10.3.2	Descripción y desarrollo de las actividades	48
10.3.3	Aportes a la organización	52
11.	CONCLUSIONES	53
12.	RECOMENDACIONES	54
13.	BIBLIOGRAFIA	55
	ANEXOS	57

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Resultados pregunta # 1	35
Tabla 2. Resultados pregunta # 2	36
Tabla 3. Resultados pregunta # 3	37
Tabla 4. Resultados pregunta # 4	38
Tabla 5. Resultados pregunta # 5	39
Tabla 6. Resultados pregunta # 6	40
Tabla 7. Resultados pregunta # 7	41
Tabla 8. Resultados pregunta # 8	42
Tabla 9. Resultados pregunta # 9	43
Tabla 10. Resultados pregunta # 10	44
Tabla 11. Resultados pregunta # 11	45
Tabla 12. Resultados pregunta # 12	46
Tabla 13. Resultados pregunta # 13	47

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Formato Evaluación	32
Figura 2. Encuesta Funcionarios	33
Figura 3. Diagrama circular pregunta # 1	35
Figura 4. Diagrama circular pregunta # 2	36
Figura 5. Diagrama circular pregunta # 3	37
Figura 6. Diagrama circular pregunta # 4	38
Figura 7. Diagrama circular pregunta # 5	39
Figura 8. Diagrama circular pregunta # 6	40
Figura 9. Diagrama circular pregunta # 7	41
Figura 10. Diagrama circular pregunta # 8	42
Figura 11. Diagrama circular pregunta # 9	43
Figura 12. Diagrama circular pregunta # 10	44
Figura 13. Diagrama circular pregunta # 11	45
Figura 14. Diagrama circular pregunta # 12	46
Figura 15. Capacitaciones	49
Figura 16. Capacitaciones	49

Figura 17. Capacitaciones	49
Figura 18. Capacitaciones	50
Figura 19. Capacitaciones	50
Figura 20. Capacitaciones	50
Figura 21. Capacitaciones	51
Figura 22. Capacitaciones	51
Figura 23. Capacitaciones	51

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Manuales de Funciones del área de mercadeo y ventas.

Anexo B. Formato PQR's del proceso de atención al cliente.

Anexo C. Encuestas diligenciadas por los funcionarios del área de mercadeo y ventas.

Anexo D. Formatos de asistencia a capacitaciones de retroalimentación.

Anexo E. Planes de acción recomendados a la empresa aguas de Facatativá.

INTRODUCCION

El presente informe de pasantías desarrolla todo un estudio al proceso de la atención al cliente del área de mercadeo y plantear una propuesta de mejora a la empresa Aguas de Facatativá, debido a que este es un tema de gran relevancia e interés en las compañías alrededor del mundo no obstante la gran mayoría de empresas se enfocan más en la consecución de objetivos económicos y materiales; dejando a un lado el servicio al cliente.

Debido a que los clientes son la razón de ser de toda empresa, es realmente importante brindarles un buen e íntegro servicio para obtener su plena satisfacción, por esta razón se ha considerado importante evaluar la calidad del servicio al cliente de la empresa Aguas de Facatativá, para que una vez evaluado este servicio se determinen las debilidades y con ello se puedan proponer soluciones y planes de mejora para optimizar el rendimiento con respecto al cliente en esta área buscando así la total satisfacción de los clientes actuales mejorando la imagen empresarial frente a estos y así atraer futuros clientes.

1. OBJETIVO GENERAL

Identificar las fortalezas y debilidades del servicio de atención al cliente de la Empresa Aguas de Facatativá a través de un diagnóstico para el mejoramiento del servicio ofrecido al usuario.

2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar un acompañamiento y evaluación del área de mercadeo para conocer el estado y desempeño del departamento en cuanto al proceso de servicio al cliente.

Conocer la perspectiva interna a través de una encuesta a cada uno los funcionarios del área, como punto de partida para el mejoramiento del proceso de servicio al cliente.

Apoyar con capacitaciones de retroalimentación en temas esenciales en el proceso de atención al cliente a partir de los resultados del diagnóstico y encuestas al área de mercadeo en pro del mejoramiento del servicio al cliente.

3. JUSTIFICACION

Según el teórico administrativo Humberto Serna el concepto del servicio al cliente en la actualidad es “Una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.”¹

A partir de la anterior definición se concluye que el servicio al cliente es parte fundamental de cualquier empresa o negocio interesado en prevalecer y crecer en un mercado que cada vez es más competitivo y globalizado; Por esta razón la empresa Aguas de Facatativá desea conocer el estado del área de servicio al cliente a través de un acompañamiento en las actividades además de la aplicación de una encuesta para los funcionarios del área y así realizar un dictamen con el propósito mejorar y satisfacer las necesidades del mismo con el objetivo de lograr relaciones de largo plazo con el usuario.

Es así como se propone realizar una evaluación de la calidad del servicio al cliente, donde se identifiquen los diferentes factores que inciden en la atención al usuario desde diferentes puntos de vista con los funcionarios del área de mercadeo; Esto implica que como estudiante de la facultad de administración de empresas y autor del estudio, es de suma importancia para mi desarrollo personal y formativo que se puedan aplicar conocimientos fundamentales sobre mercadotecnia, planeación, diagnóstico organizacional y estrategia gerencial que conlleven al logro de los objetivos planteados de la presente propuesta.

¹ SERNA, Humberto. Servicio al cliente una nueva visión. Colombia: Panamericana editorial Ltda. 2006. p.31.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEÓRICO

4.1.1 Servicio al cliente.

"El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos".²

4.1.2 Características del servicio al cliente

Humberto Serna Gómez afirma que entre las características del servicio al cliente se encuentran las siguientes:

- “1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.”³

Con las anteriores características se puede concluir que el servicio al cliente es un proceso integro el cual es fundamental para la sostenibilidad de toda compañía debido a que el éxito en un mercado radica en la plena satisfacción de las necesidades del cliente.

² SERNA, op. cit, p.19.

³ SERNA, op. cit, p.19

4.1.3 La importancia de la satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente tiene como definición que es "el número de clientes, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus experiencia con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) superan los niveles de satisfacción establecida".⁴

También es visto como un indicador para determinar el desempeño por ello la satisfacción de los clientes está vista como un diferenciador clave y convirtiéndose cada vez más en un elemento esencial de estrategia empresarial.

"Dentro de las organizaciones, los índices de satisfacción de los clientes pueden tener efectos de gran alcance. Enfocando a los empleados sobre la importancia del cumplimiento de las expectativas de los clientes. Además, cuándo estos indicadores son decrecientes, advierten a la empresa sobre los problemas que puede afectar las ventas y la rentabilidad".⁵

Por tanto, es esencial para las empresas gestionar eficazmente la satisfacción del consumidor así que para de lograr esto, las empresas necesitan medidas fiables y representativas de satisfacción.

⁴ Paul W.; Neil T. Bendle; Phillip E. Pfeifer; David J. Reibstein. Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance. Estados Unidos: Pearson Education. 2011. p.57.

⁵ Paul W.; Neil T. Bendle; Phillip E. Pfeifer; David J. Reibstein, op. cit, p.56

4.1.4 Administración de las relaciones con el cliente

Es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente y según Peppers y Rogers tiene como definición que:

"Una empresa que se vuelca a sus clientes es una empresa que utiliza la información para obtener una ventaja competitiva y alcanzar el crecimiento y la rentabilidad. En su forma más generalizada, CRM puede ser considerado un conjunto de prácticas diseñadas, simplemente, para poner a una empresa en un contacto mucho más cercano con sus clientes. De este modo, aprender más acerca de cada uno, con el objetivo más amplio de que cada uno sea más valioso incrementando el valor de la empresa".⁶

Así que este modelo se ha vuelto fundamental para que toda organización fortalezca la relación con el cliente buscando el beneficio mutuo.

4.1.5 Valor y satisfacción para el consumidor

"El valor total para el consumidor es el conjunto de beneficios que los consumidores esperan obtener de un producto o servicio en particular".⁷

El productor identifica estas necesidades y expectativas traduciéndolas en los beneficios para el cliente para productos o servicios y la calidad real es el resultado del proceso de producción y lo que realmente se entrega al cliente y puede diferir considerablemente de la calidad esperada.

"Satisfacción es el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas. El nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre rendimiento percibido y las expectativas".⁸

La satisfacción del cliente resulta de proporcionar bienes y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas reales del cliente, suponiendo que recibirá esto por parte del producto o servicio adquirido.

⁶ PEPPERS, Don; ROGERS, Martha, Managing Customer Relationships: A Strategic Framework. Estados Unidos: Wiley. 2011, Capítulo 1.

⁷ KOTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Estados Unidos: Pearson Educación. 1996. Capítulo 2.

⁸ KOTLER, Philip. 1996, op. cit, Capítulo 2.

4.1.6 Experiencia de cliente

"La experiencia de cliente (en inglés, customer experience) es el producto de las percepciones de un cliente después de interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con cualquier parte de una empresa. Esta percepción afecta los comportamientos del cliente y genera recuerdos que impulsan la lealtad y afectan el valor económico que genera una organización".⁹

"Para ello, es necesario definir una estrategia de experiencia de cliente, definiendo valores y creando cultura organizacional focalizada en pensar como el cliente en vez de pensar en el cliente".¹⁰

En conclusión con la anterior definición es esencial para toda compañía u organización plantear estrategias para brindar al cliente la mejor atención posible durante la venta y post-venta para que este tenga la mejor percepción de la compañía por el producto o servicio comprado además se debe trabajar en gran proporción acerca de la percepción del cliente externo porque este es la razón de la existencia de toda empresa.

Recientemente, la gestión de la experiencia de cliente se ha constituido en una estrategia de diferenciación competitiva, una disciplina trasciende sobre la satisfacción del cliente y la calidad de servicio y comprende el entender, diseñar y gestionar las interacciones con clientes para influir sobre las percepciones que éstos tienen, buscando incrementar su satisfacción, lealtad y apoyo con la compañía.

⁹ CEDEÑO, Daniel « ¿Qué es experiencia de cliente? » 2016, <https://www.wowcx.com/que-es-experiencia-de-cliente/>

¹⁰ CEDEÑO, Daniel, 2016, op. cit

4.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se realiza un listado de los conceptos involucrados en las áreas de atención al cliente y sus correspondientes definiciones en el mundo empresarial y de gestión de las empresas:

4.2.1 Cliente interno

“El cliente interno es la persona dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después, entregará su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a venta, y lo adquiere el cliente externo. Por lo que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa.”¹¹

4.2.2 Cliente externo

“El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad adquiriendo un bien o servicio.”¹²

4.2.3 Consumidor final

“Persona u organización que hace uso efectivo de un determinado producto o servicio suministrado por una empresa.”¹³

¹¹ José Ameca, «Cliente interno y externo en una organización», 2014, <https://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>

¹² José Ameca, 2014, op. cit

¹³ Marketing Directo, «Consumidor Final», 2012, <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/consumidor-final>

4.2.4 Clientes intermedios

“Ayudan a la empresa a promover, vender y distribuir sus productos a los compradores finales; incluyen distribuidores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing e intermediarios financieros.”¹⁴

4.2.5 Sistema de peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS)

“Es una herramienta que nos permite conocer las inquietudes y manifestaciones que tienen nuestros grupos de interés para que tengamos la oportunidad de fortalecer nuestro servicio y seguir en el camino hacia la excelencia operativa.

Todo usuario tiene derecho a presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, tal como lo señala la Constitución Política de Colombia, el Código Contencioso Administrativo y la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, para lo cual debe tener en cuenta los siguientes conceptos:

SUGERENCIA: Es una propuesta presentada por un usuario para incidir en el mejoramiento de un proceso de la empresa cuyo objeto está relacionado con la prestación del servicio.

PETICIÓN: Es una actuación por medio de la cual el usuario, de manera respetuosa, solicita a la empresa cualquier información relacionada con la prestación del servicio.

QUEJA: Es la expresión o manifestación que le hace el usuario a la empresa por la inconformidad que le generó la prestación de nuestros servicios.

RECLAMO: Es la oposición o contrariedad presentada por el usuario, con el objeto de que la empresa revise y evalúe una actuación relacionada con la prestación del servicio en términos económicos.”¹⁵

¹⁴ KOTLER, Philip. Fundamentos del Marketing Estados Unidos: Pearson Educación. 1990. Parte 2.

¹⁵ Intertek, «Sistema PQRS (Peticiones Quejas, Reclamos y sugerencias)», 2016, <http://www.intertek.com.co/pqr/>

4.3 MARCO INSTITUCIONAL

4.3.1 Reseña Histórica

“En el año 2012 el acueducto de Facatativá toma el nombre de EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y servicios complementarios E.A.F S.A.S. E.S.P, del honorable concejo municipal de Facatativá.

La E.A.F inicia la ejecución de un plan maestro de alcantarillado, decidiendo mantener el sistema de renovación y prolongación de las redes de distribución y adecuación de los sistemas de re-bombeo.

También trabaja en la optimización de la Planta de tratamiento central y de la Guapucha, realizando día a día con apoyo de todo su equipo de trabajo la construcción y reparación de las redes de alcantarillado del municipio, velando continuamente por la descontaminación de nuestras fuentes hídricas como el río Botello, también trabajando en la actualización y automatización del sistema de filtración y estaciones de bombeo, sin dejar a un lado uno de los proyectos más grandes y ambiciosos de la última década los cuales son el funcionamiento total del embalse Mancilla y la Construcción del embalse Santa Marta, los cuales ayudara en gran parte al desarrollo urbano de Facatativá.”¹⁶

4.3.2 Misión

“Prestar a nuestros usuarios los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo y servicios complementarios, garantizando la continuidad, calidad y cobertura de los mismos.

Con este propósito, nuestra empresa cuenta con una administración eficiente, una estructura organizacional sólida y un calificado equipo humano con vocación social de servicio permanente en búsqueda de la excelencia.”¹⁷

¹⁶ Aguas de Facatativá, «Reseña Histórica», 2016, <http://www.acueductofacatativa.com/>

¹⁷ Aguas de Facatativá, «Misión», 2017, <http://www.acueductofacatativa.com/>

4.3.3 Visión

“Ser reconocidos en el año 2030 como la empresa líder en la prestación y cobertura de los servicios de acueducto, alcantarillado, aseo y servicios complementarios en el departamento de Cundinamarca, destacados por nuestra cultura de servicio al cliente, la adopción de tecnología adecuada, la cobertura de los servicios, el uso racional de los recursos del medio ambiente, para la generación de bienestar y progreso social con consciencia ciudadana.”¹⁸

¹⁸ Aguas de Facatativá, «Visión», 2017, <http://www.acueductofacatativa.com/>

4.4 MARCO LEGAL

4.4.1 Ley 142 de 1994

“**Artículo 1o. Ámbito de aplicación de la ley.** Esta Ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural. ”¹⁹

Esta ley postulo una nueva perspectiva acerca del sector de los servicios públicos domiciliarios con su debida prestación teniendo como foco la eficiencia incluyendo servicios de acueducto y alcantarillado, como finalidad esta ley protege y garantiza a los usuarios el acceso a los servicios públicos de calidad brindando la mayor cobertura posible.

4.4.2 Norma ISO 9001: 2015

“La norma ISO 9001 es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño y ubicación geográfica. Una de las principales fortalezas de la norma ISO 9001 es su gran atractivo para todo tipo de organizaciones. Al centrarse en los procesos y en la satisfacción del cliente en lugar de en procedimientos, es igualmente aplicable tanto a proveedores de servicios como a fabricantes. ”²⁰

Con la cual la empresa Aguas de Facatativá se encuentra re-certificada y así enfocando, desglosando lo pertinente al concepto de servicio al cliente empleado esencialmente en la organización:

Enfoque al cliente

La alta dirección como cabeza de la empresa debe percatarse de que las necesidades del cliente se estén supliendo con la mayor calidad posible con la finalidad de aumentar la satisfacción del cliente con respecto al servicio de acueducto prestado.

¹⁹ Ley 142 de 1994 Nivel Nacional, «Principios», 1994,
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2752>

²⁰ ISO 9001, «Aplicación», 2015,
<http://www.lrq.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

Determinación de los requisitos relacionados con el servicio

La empresa debe determinar los diferentes requisitos legales y reglamentarios relacionados con el servicio de acueducto y cualquier otro requisito que considere necesario involucrar al servicio.

Comunicación con el cliente

La empresa debe determinar e implementar mecanismos lo más eficaces posibles para adquirir una comunicación adecuada e ideal con los clientes teniendo en cuenta aspectos como:

Toda información acerca del servicio de acueducto y alcantarillado.

Atender toda queja o duda que tenga el cliente con respecto al servicio.

4.4.3 Resolución CRA 375 de 2006

“Por la cual se modifica el modelo de condiciones uniformes del contrato para la prestación de los servicios públicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado.”²¹

Donde se aclara toda la normatividad y aspectos a seguir en la prestación del servicio de acueducto y alcantarillado en sus diferentes capítulos que definen los lineamientos para correcta prestación del servicio tales como:

Capítulo I: El cual muestra las condiciones uniformes del contrato para la prestación de los servicios públicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado.

Capítulo II: Que muestra las obligaciones y derechos de las partes que hacen parte del contrato de prestación del servicio de acueducto y alcantarillado.

Capítulo III: El cual ilustra las diferentes condiciones y maneras correctas de llevar a cabo el proceso de facturación del servicio.

Capítulo IV: Donde se muestran los diferentes eventos donde la empresa incurrirá a la suspensión y las maneras de que se haga la reinstalación del servicio.

Capítulo V: Que abarca las diferentes garantías del servicio como también las diferentes sanciones que pueden involucrar a cualquiera de las dos partes.

²¹ RESOLUCION CRA 375, 2006,
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=20672#>

Capítulo VI: El cual muestra todo acerca sobre el proceso de peticiones, quejas y recursos (PQR's) el cual se ve empleado con frecuencia en la empresa Aguas de Facatativá.

Capítulo VII: Que muestra las diferentes causales de terminación y modificación del contrato de prestación del servicio de acueducto y alcantarillado.

Lo anteriormente resumido es lo que la Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico muestra con la expedición de la resolución 375 del año 2006 con respecto al servicio de acueducto y alcantarillado.

4.4.4 Ley 1755 de 2015

“Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición.”²²

Ley la cual muestra todo lo respectivo al derecho de petición que cualquier persona puede realizar libremente y ser presentado a las autoridades competentes del caso de manera respetuosa.

4.4.5 Ley 472 de 1998

“Tiene por objeto regular las acciones populares y las acciones de grupo de qué trata el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia. Estas acciones están orientadas a garantizar la defensa y protección de los derechos e intereses colectivos, así como los de grupo o de un número plural de personal.”²³

Ley que garantiza la defensa y protección de los derechos e intereses de las personas ya sea de carácter individual o colectivo.

²² Ley 1755, «Derecho de Petición», 2015
<http://www.suin.gov.co/viewDocument.asp?id=30019906>

²³ Ley 472, «Acción Popular», 1998
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=188>

8. PLAN DE TRABAJO

8.1 CAPÍTULO I

1. Se inició realizando un estudio a los diferentes manuales de funciones de los diferentes cargos que desempeñan los funcionarios del área de mercadeo para conocer las diferentes actividades y procesos que cada uno realiza.
2. Posteriormente se apoyó a cada uno de los funcionarios en sus actividades laborales comunes para determinar las fortalezas y debilidades de cada uno de ellos y como realizaban el proceso de atención al usuario.
3. Seguidamente se elaboró un formato de evaluación al proceso de atención al cliente para determinar el desempeño del área en cuanto a temas neurálgicos que inciden en el proceso.
4. Finalmente se elaboró una encuesta para conocer la percepción por parte de los funcionarios en temas que inciden en la plena satisfacción del cliente en cuanto a la atención al mismo.

8.2 CAPÍTULO II

1. A partir del diseño de la encuesta establecido se procedió a aplicarla con el acompañamiento del asesor externo.
2. Posteriormente se recolectaron todos los formatos encuesta diligenciados por los funcionarios del área y se tabularon los resultados además de la realización de graficas por los resultados de cada una de las preguntas que conformaban la encuesta aplicada.
3. Finalmente se analizaron y se realizaron conclusiones a partir de los resultados de las encuestas con el acompañamiento del asesor externo.

8.3 CAPITULO III

- 1.** Con los resultados de la evaluación del servicio al cliente y la encuesta aplicada se proceden a preparar una serie de capacitaciones de retroalimentación en temas que inciden directamente en el proceso de atención al cliente los cuales son; Comunicación asertiva, clima organizacional y sentido de pertenencia.
- 2.** Seguidamente se diseñaron las pertinentes presentaciones para efectuar cada una de las diferentes capacitaciones al área de mercadeo.
- 3.** Finalmente se realizaron cada una de las capacitaciones planteadas con el acompañamiento y supervisión del asesor externo integrando así a los diferentes funcionarios del área y explicándoles la importancia e incidencia de la correcta aplicación de los temas en la atención al cliente.

9. COMPETENCIAS DESARROLLADAS

9.1 CAPÍTULO I

En la realización del capítulo I se desarrollaron habilidades interpersonales a la hora de adaptarse e integrarse a un grupo de trabajo con diferentes actitudes y personalidades por cada uno de los funcionarios del área de mercadeo, como también habilidades de diagnóstico para evaluar el desempeño del área en cuanto al proceso de atención al cliente y como cada uno de los diferentes funcionarios daba solución a las inquietudes a su manera realizando una calificación integra al área en cuanto a este proceso.

9.2 CAPÍTULO II

En la realización del capítulo II se desarrollaron habilidades para diagnóstico para poder diseñar una encuesta para obtener la información y estado del área en diferentes aspectos que al final inciden en la plena satisfacción del cliente como también el desarrollo de habilidades técnicas para recopilar los resultados y tabularlos a través de un software para su respectivo análisis y conclusión de la encuesta desarrollando también las habilidades de pensamiento estratégico.

9.3 CAPITULO III

En la realización del capítulo III se desarrollaron habilidades técnicas para diseñar las diferentes presentaciones de cada una de las diferentes capacitaciones de retroalimentación a través de un software siendo estas claras y concisas para dar a entender el tema de la manera más fácil posible, además del desarrollo de habilidades comunicativas para realizar cada una de las diferentes capacitaciones integrando y haciendo participes a todos los funcionarios del área de mercadeo.

10. DESARROLLO DE PASANTIA

Se desarrolló el proceso de pasantías en tres fases que corresponden en este informe a los siguientes tres capítulos:

10.1 CAPÍTULO I: ACOMPAÑAMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

En la fase inicial del proceso de pasantías de la mano del asesor externo se planteó realizar un diagnóstico acerca del rendimiento del área realizando en primer lugar un estudio a los manuales de funciones de la dependencia de mercadeo y ventas, luego se obtuvo una percepción al apoyar a los funcionarios con sus actividades laborales y posteriormente se realizó evaluación del proceso de atención al cliente y por último la elaboración de una encuesta para los funcionarios; De lo cual surgió el diagnóstico del área.

10.1.1 Participantes

- Oscar Alberto Sastoque (Subgerente mercadeo y ventas)
- Jorge Eduardo De la Torre Rojas (Profesional en facturación)
- Adriana Rodríguez Saavedra (Auxiliar medidores)
- Pablo Roa (Secretario mercadeo)
- Vilma Consuelo Beltrán (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Yobany Alexander León (Profesional comercialización y atención al cliente)
- Constanza Ordoñez León (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Lorena Sánchez (Auxiliar comercialización y atención al cliente)

10.1.2 Descripción y desarrollo de las actividades

Estudio de los manuales de funciones: El asesor externo propuso un análisis de los manuales de funciones para conocer cómo se realizaban los diferentes procesos del área (Anexo A. Manuales de Funciones).

Acompañamiento y evaluación del proceso de atención al cliente: A partir del acompañamiento y con el apoyo en las actividades laborales de atención al cliente se obtuvieron conclusiones y se elaboró un formato corto de evaluación del servicio y se calificaron aspectos acerca del tiempo de respuesta, efectividad de la solución a la inquietud del cliente y la manera en que se atiende la inquietud. (Anexo B. Formato PQRs).

Figura 1. Formato Evaluación




EVALUACION DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA
AGUAS DE FACATATIVA EAF SAS ESP

Se plantearon una serie de aspectos fundamentales destinados a conocer el desempeño del servicio al cliente donde 1 es Insuficiente, 2 es Deficiente, 3 es regular, 4 es Sobresaliente y 5 es Excelente, cabe aclarar que la calificación dada se determinó a partir de la observación del proceso de atención al cliente:

ASPECTOS	CALIFICACION				
Se da plena solución a la inquietud, duda o reclamo del cliente	1	2	3	4	5
Tiempo de respuesta en la atención al usuario	1	2	3	4	5
Uso de las herramientas para dar solución al usuario	1	2	3	4	5
Uso de una comunicación verbal y técnica adecuada en la atención al usuario	1	2	3	4	5
Uso de una comunicación no verbal adecuada en la atención al usuario	1	2	3	4	5
	PROMEDIO				4= Sobresaliente


Con la anterior evaluación realizada se concluyó que la prestación del servicio en la empresa es bueno pero podría mejorar para alcanzar la excelencia y así hacer que los usuarios estén más conformes y satisfechos con la calidad del servicio de acueducto y alcantarillado.

Fuente: Elaboración propia; Escala de calificación basada de los instrumentos para evaluar por la universidad estatal a distancia de Costa Rica²⁴


Elaboración de una encuesta para los funcionarios: Se elaboró una encuesta dirigida a los funcionarios del área con la finalidad de conocer la percepción de ellos acerca del funcionamiento de la dependencia y del proceso de atención al cliente; Esta encuesta surgió de la evaluación realizada en el proceso de observación en atención al cliente.

²⁴ Universidad Estatal a Distancia (Costa Rica), «Instrumentos para la evaluación», 2017 https://multimedia.uned.ac.cr/pem/recursos_pace/c-instrumentos-escala-calificacion.html

Figura 2. Encuesta Funcionarios



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?

A. Bueno
B. Excelente
C. Muy bueno
D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?

A. Ser puntual
B. Trabajar a conciencia
C. Siendo ordenado con mis tareas
D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facativá para usted?

A. El lugar donde trabajo
B. Mi segundo hogar
C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facativá es?

A. Alto
B. Medio
C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?

A. Tal vez
B. Si
C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?

A. 1 minuto
B. 3 minutos
C. 5 minutos
D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?

A. Si
B. No
C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?

A. Si
B. No
C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?

A. Siempre
B. De vez en cuando
C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?

A. Excelente
B. Aceptable
C. Muy bueno
D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?

A. Ser respetuoso
B. Siendo comprometido con mi trabajo
C. Teniendo paciencia
D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facativá es satisfactoria y gratificante?

A. Neutral
B. De acuerdo
C. Muy de acuerdo
D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facativá?

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca

Fuente: Elaboración propia

10.1.3 Aportes a la organización: En el logro de este objetivo se otorgó a la empresa una percepción de la imagen inicial del proceso de atención al cliente a partir de la observación como aporte de la pasantía y se aportó el desarrollo de un formato encuesta dirigido a los funcionarios del área estableciendo preguntas esenciales que radican en la plena satisfacción de cliente.

10.2 CAPÍTULO II: PROCESO ENCUESTA

A partir del diseño encuesta ya establecido se procedió a aplicarla a los funcionarios del área y luego se tabularon y analizaron los resultados para así poder establecer las conclusiones de la encuesta.

10.2.1 Participantes

- Oscar Alberto Sastoque (Subgerente mercadeo y ventas)
- Jorge Eduardo De la Torre Rojas (Profesional en facturación)
- Adriana Rodríguez Saavedra (Auxiliar medidores)
- Pablo Roa (Secretario mercadeo)
- Vilma Consuelo Beltrán (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Yobany Alexander León (Profesional comercialización y atención al cliente)
- Constanza Ordoñez León (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Lorena Sánchez (Auxiliar comercialización y atención al cliente)

10.2.2 Descripción y desarrollo de las actividades

Aplicación de la encuesta: Se hizo entrega a cada funcionario del área el formato para su correspondiente diligenciamiento.

Tabulación de los resultados: Con el acompañamiento del asesor externo se tabularon los resultados de la encuesta realizada por cada funcionario del área utilizando la siguiente formula de tabulación:

Porcentaje de respuestas por opcion

$$= \frac{\# \text{ de respuestas en una opcion}}{\text{Cantidad total de encuestados}}^{25}$$

Análisis de los resultados: Se analizaron los resultados de cada pregunta con el acompañamiento del asesor externo obteniendo conclusiones en la comunicación, clima organizacional y productividad.

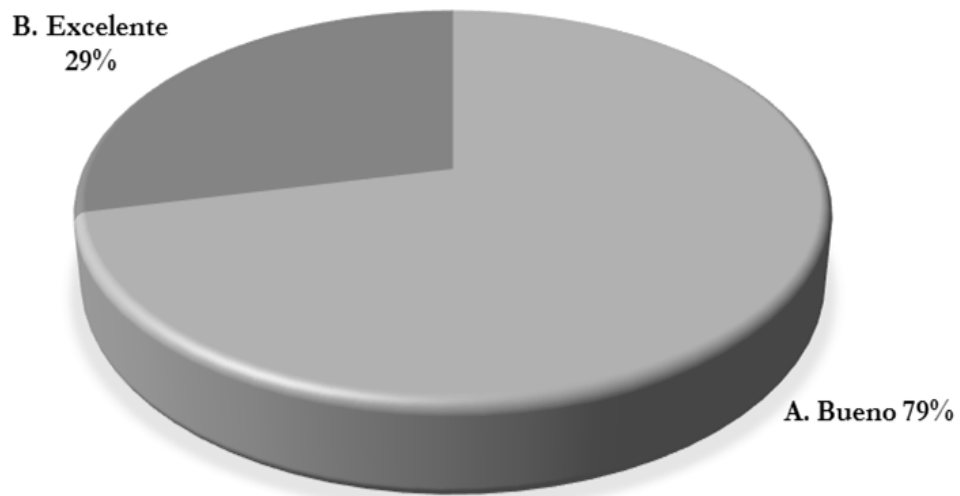
²⁵ Survey Monkey, «Tabulación encuestas», 2017
<https://help.surveymonkey.com/articles/es/kb/Response-Rate-Tips-How-to-improve-low-response-rates>

Tabla 1. Resultados pregunta # 1

1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Bueno	5	71%
B. Excelente	2	29%
C. Muy bueno		
D. Aceptable		
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Diagrama circular pregunta # 1



Fuente: Elaboración propia.

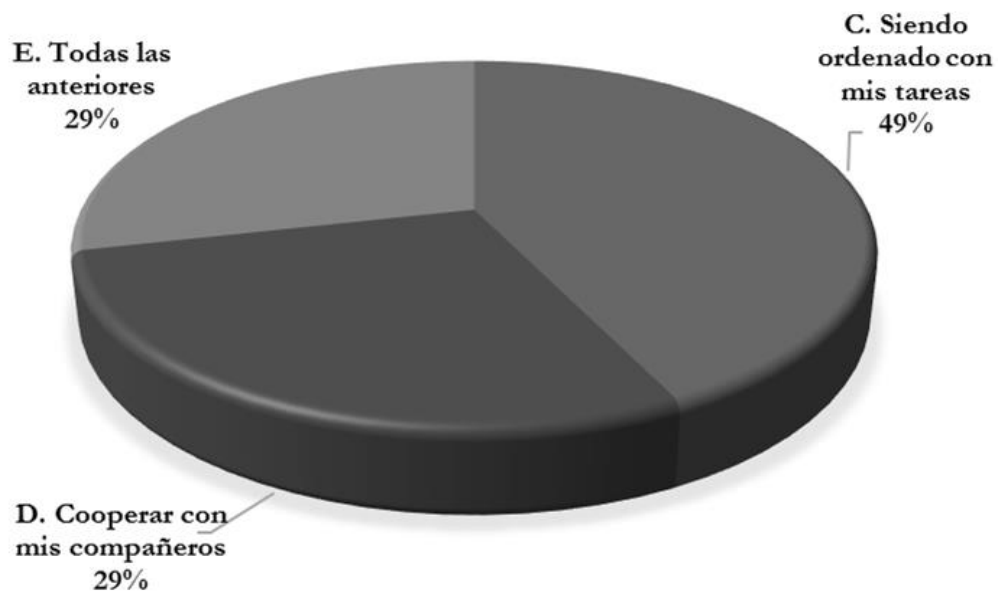
Análisis: La mayoría de empleados califican su desempeño en su labor como buena o más que buena y con lo observado en el diagnostico cada funcionario cumple sus tareas de la mejor manera posible.

Tabla 2. Resultados pregunta # 2

2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?		
<i>Respuesta</i>	<i>Total</i>	
	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje %</i>
A. Ser puntual		
B. Trabajar a conciencia		
C. Siendo ordenado con mis tareas	3	43%
D. Cooperar con mis compañeros	2	29%
E. Todas las anteriores	2	29%
<i>Total</i>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Diagrama circular pregunta # 2



Fuente: Elaboración propia.

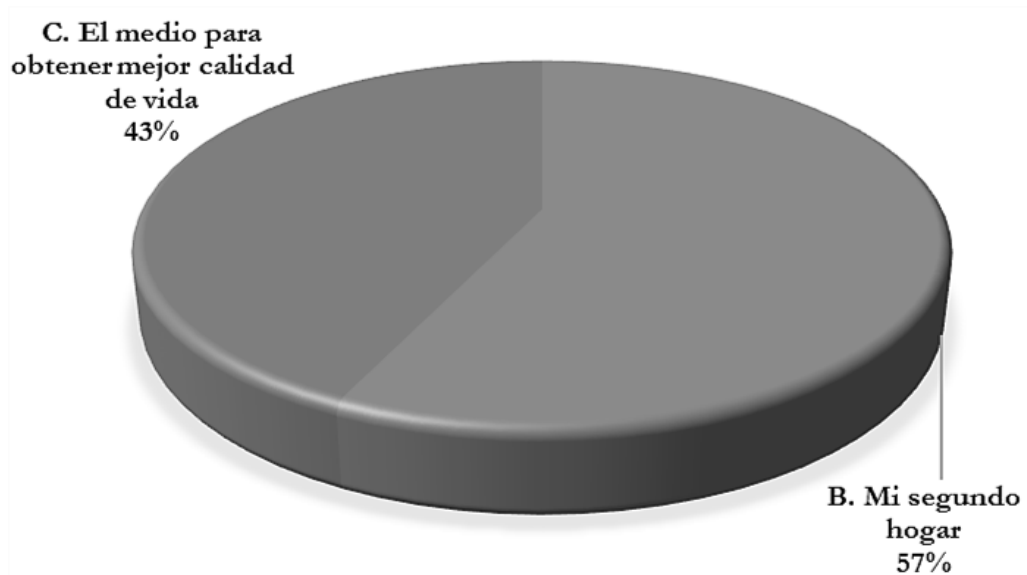
Análisis: En esta pregunta las respuestas presentadas fueron parejas pero el ser ordenado con las tareas tiene una leve preferencia por las demás opciones por lo cual el mantener el orden en el puesto ayuda a que el desempeño del cargo sea cada vez mejor no obstante cooperar con los compañeros y todas las otras opciones son de la preferencias de los funcionarios.

Tabla 3. Resultados pregunta # 3

3. ¿Qué representa Aguas de Facatativa para usted?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. El lugar donde trabajo		
B. Mi segundo hogar	4	57%
C. El medio para tener mejor calidad de vida	3	43%
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Diagrama circular pregunta # 3



Fuente: Elaboración propia.

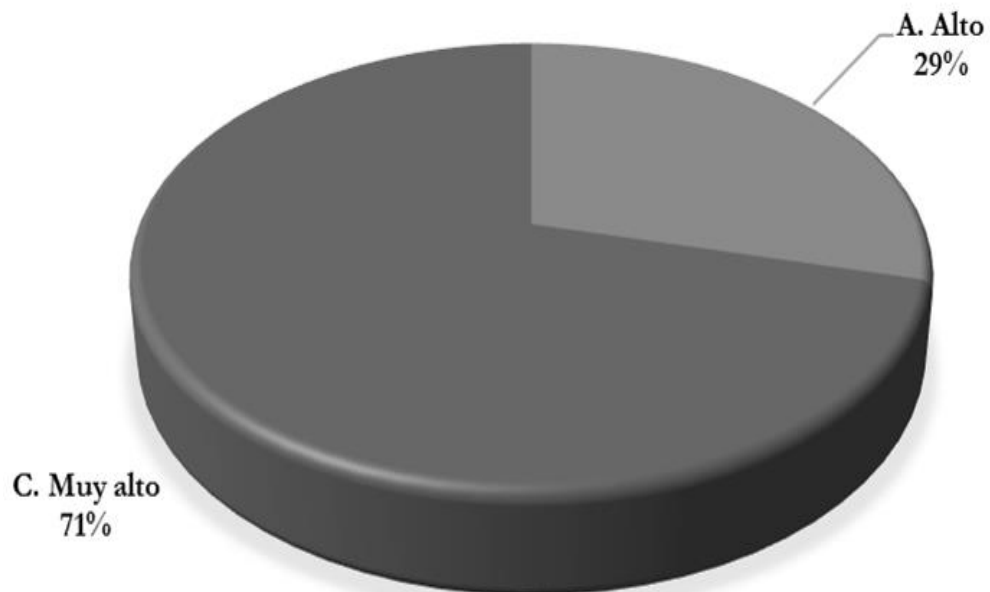
Análisis: La mayoría de encuestados considera que Aguas de Facatativá es su segundo hogar por lo cual el sentido de pertenencia está presente en sus funcionarios pero se puede trabajar para que todos los trabajadores se sientan cómodos en su actividad laboral haciéndolos sentir que la empresa es como su hogar.

Tabla 4. Resultados pregunta # 4

4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativa es?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	Cantidad	Porcentaje %
A. Alto	2	29%
B. Medio		
C. Muy alto	5	71%
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Diagrama circular pregunta # 4



Fuente: Elaboración propia.

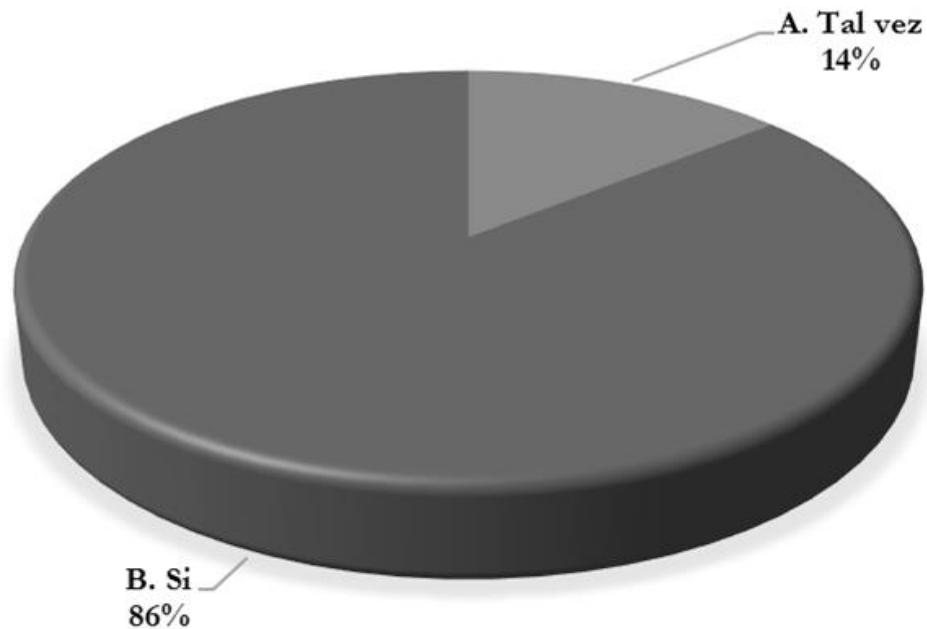
Análisis: En su mayoría los funcionarios están realmente comprometidos con la empresa y se pudo evidenciar en que cada uno de ellos realiza sus actividades de la mejor manera posible.

Tabla 5. Resultados pregunta # 5

5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Tal vez	1	14%
B. Si	6	86%
C. No		
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Diagrama circular pregunta # 5



Fuente: Elaboración propia.

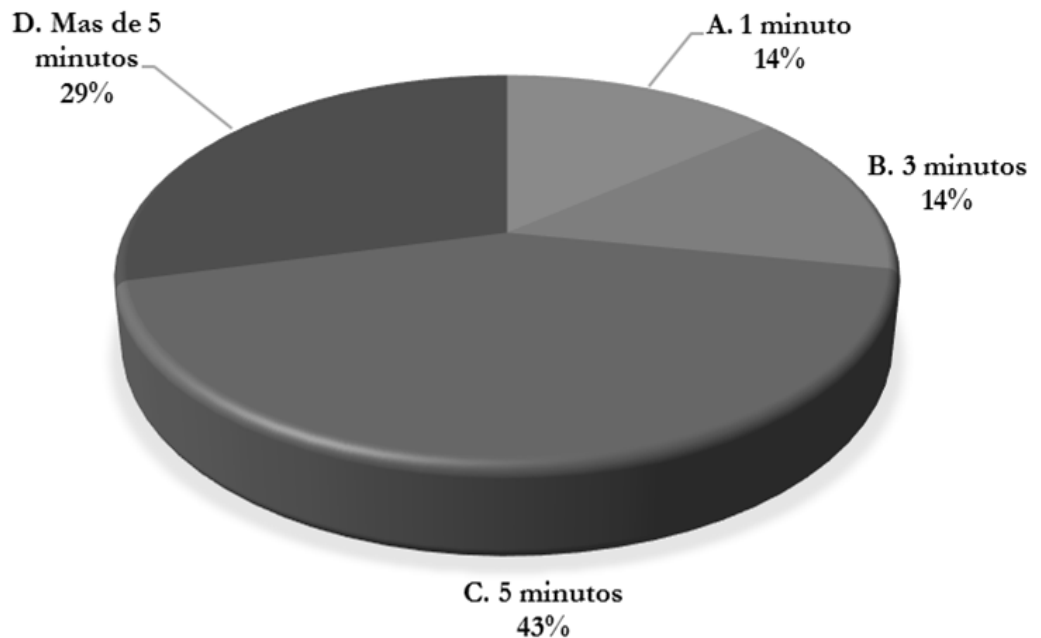
Análisis: Definitivamente para la mayoría de los encuestados una comunicación efectiva tanto a nivel interno como externo mejoraría la satisfacción en el servicio ofrecido por la empresa.

Tabla 6. Resultados pregunta # 6

6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. 1 minuto	1	14%
B. 3 minutos	1	14%
C. 5 minutos	3	43%
D. Mas de 5 minutos	2	29%
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Diagrama circular pregunta # 6



Fuente: Elaboración propia.

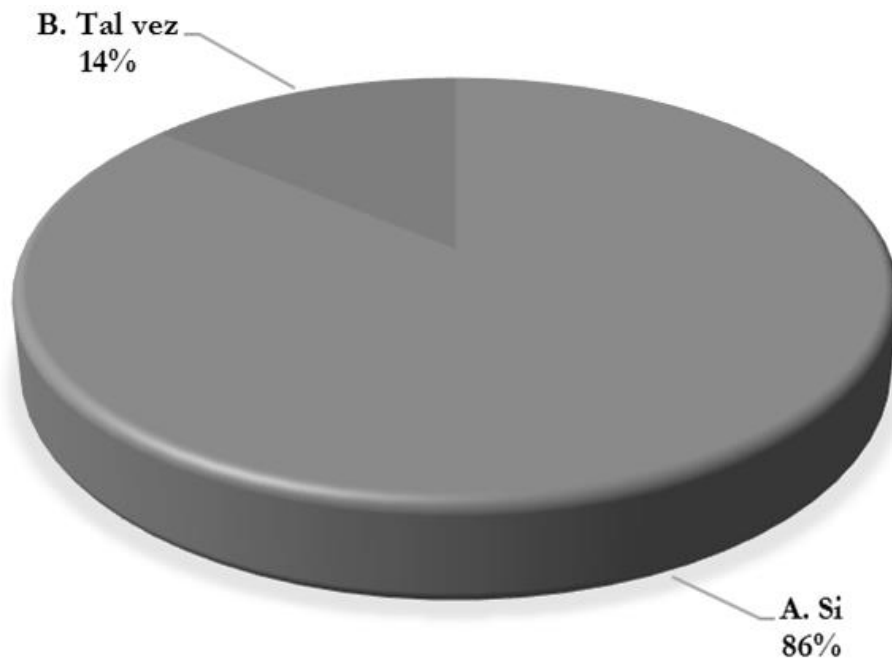
Análisis: La mayoría de encuestados indico que tardan 5 minutos dando solución a la inquietud de un cliente no obstante según lo observado en la atención al cliente, el tiempo de respuesta depende del tipo o complejidad de la inquietud que el usuario tenga.

Tabla 7. Resultados pregunta # 7

7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Si	6	86%
B. No		
C. Tal vez	1	14%
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>100%</u>

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Diagrama circular pregunta # 7



Fuente: Elaboración propia.

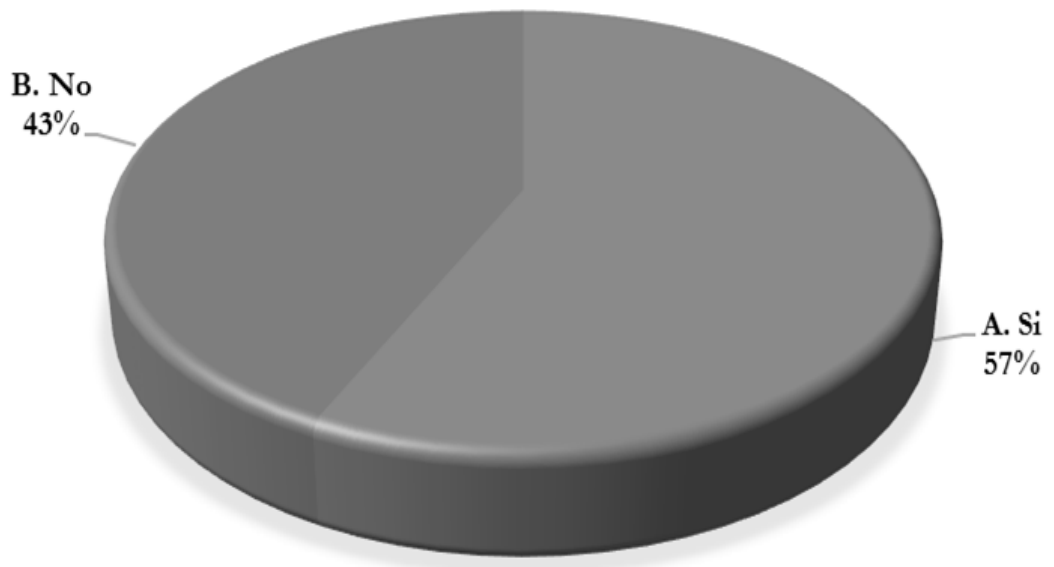
Análisis: Sin duda alguna hablar con las palabras adecuadas es fundamental a la hora de solucionar una inquietud por parte del usuario además contando con la información pertinente del servicio de acueducto solucionar una inquietud será tarea fácil para los funcionarios.

Tabla 8. Resultados pregunta # 8

8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Si	4	57%
B. No	3	43%
C. Tal vez		
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>100%</u>

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Diagrama circular pregunta # 8



Fuente: Elaboración propia.

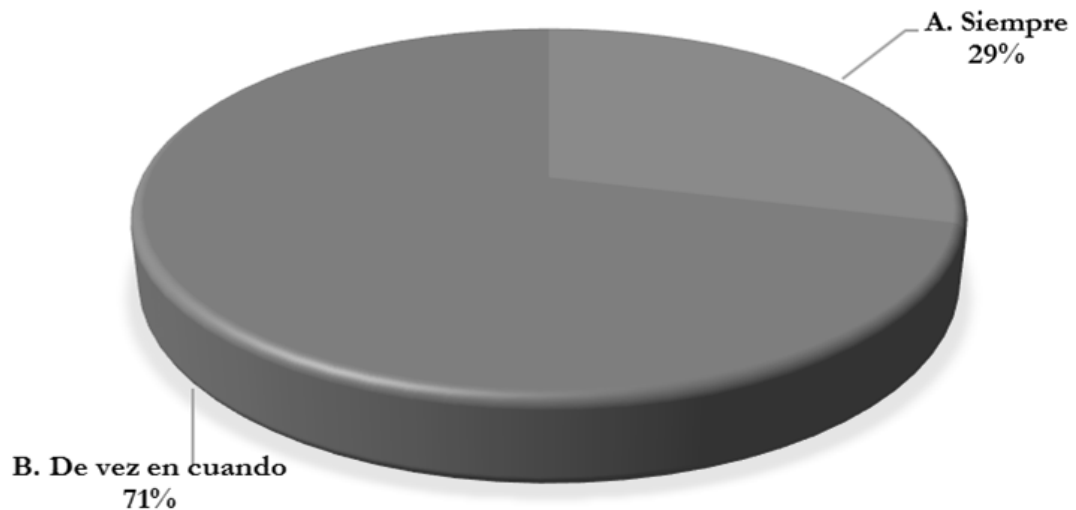
Análisis: En esta pregunta la mayoría de funcionarios indicaron que si cuentan con las herramientas necesarias para solucionar las inquietudes de los clientes sin embargo esta ventaja es mínima por lo que se debe indagar que le hace falta a cada funcionario o si necesita capacitación para mejorar el servicio al cliente.

Tabla 9. Resultados pregunta # 9

9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Siempre	2	29%
B. De vez en cuando	5	71%
C. Nunca		
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. Diagrama circular pregunta # 9



Fuente: Elaboración propia.

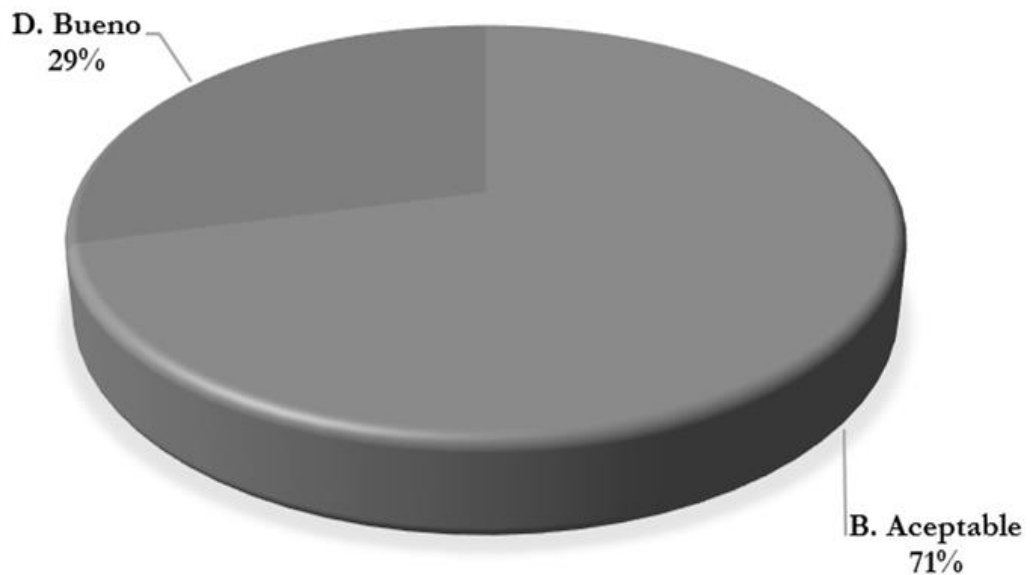
Análisis: Las respuestas por parte de los funcionarios del área de mercadeo indican en su mayoría que inusualmente cuentan con el apoyo por parte de sus compañeros de trabajo esto es crítico debido a que todos en la compañía cumplen una función específica y si falla alguien en el proceso falla toda la empresa.

Tabla 10. Resultados pregunta # 10

10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su area?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Excelente		
B. Aceptable	5	71%
C. Muy bueno		
D. Bueno	2	29%
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Diagrama circular pregunta # 10



Fuente: Elaboración propia.

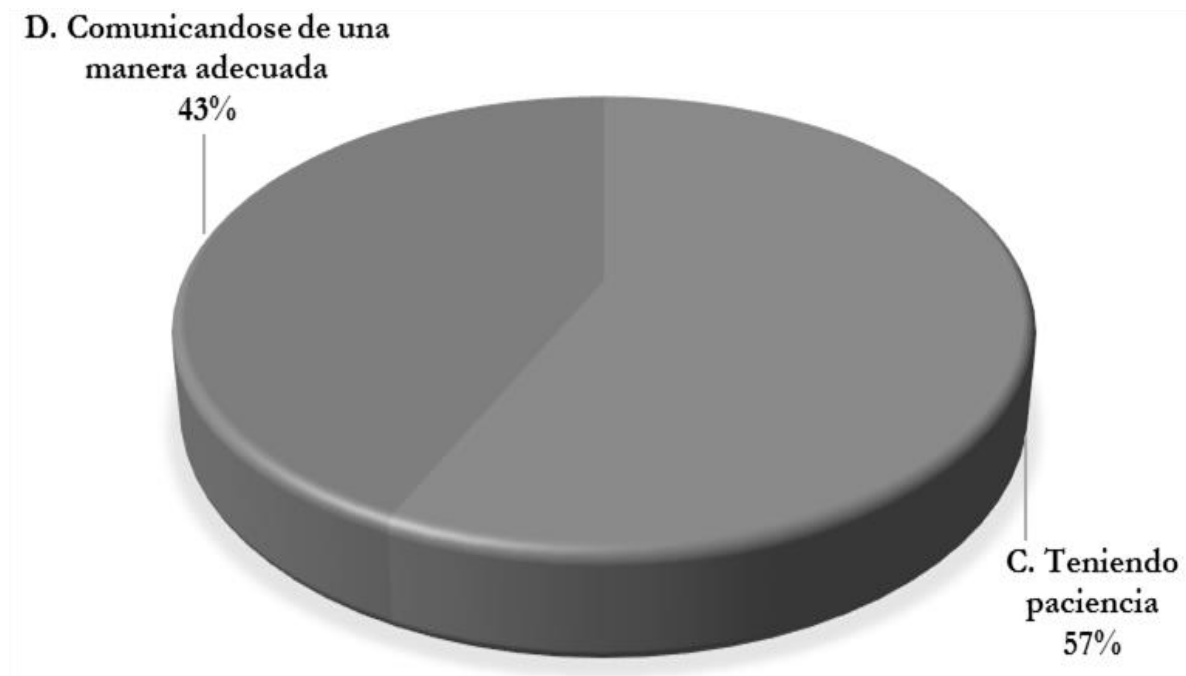
Análisis: En su mayoría las respuestas de esta pregunta indicaron que el ambiente laboral no es ni bueno ni malo lo cual es importante a tener en cuenta debido a que un ambiente laboral lleno de tensión es perjudicial para los objetivos de la compañía y afectan también el desempeño individual y posteriormente colectivo.

Tabla 11. Resultados pregunta # 11

11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su area?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Ser respetuoso		
B. Siendo comprometido con mi trabajo		
C. Teniendo paciencia	4	57%
D. Comunicandose de manera adecuad	3	43%
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Diagrama circular pregunta # 11



Fuente: Elaboración propia.

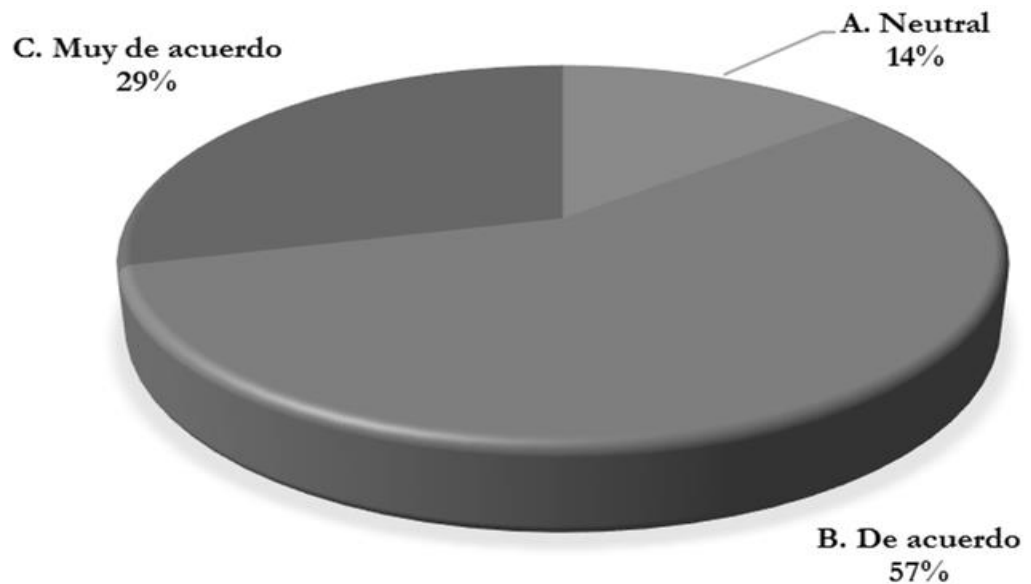
Análisis: Los encuestados en su mayoría indicaron en sus respuestas que la paciencia a nivel interno es fundamental para mejorar el ambiente laboral no obstante una comunicación adecuada con los compañeros hará de la compañía un lugar más agradable.

Tabla 12. Resultados pregunta # 12

12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativa es satisfactoria y gratificante?		
<u>Respuesta</u>	<u>Total</u>	
	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje %</u>
A. Neutral	1	14%
B. De acuerdo	4	57%
C. Muy de acuerdo	2	29%
D. En desacuerdo		
<u>Total</u>	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Diagrama circular pregunta # 12



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de respuestas dejan en evidencia que la experiencia en la compañía a lo largo de los años ha sido muy buena y gratificantes para su vida personal y laboral sin embargo hay que buscar mecanismos y herramientas para que el sentido de pertenencia aumente en la compañía.

Tabla 13. Resultados pregunta # 13

13. ¿Qué haría usted por mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativa?	
<u>Respuestas</u>	
#1	Tener procesos y procedimientos mas agiles, capacitar al personal sobre atención al cliente, mejorar las instalaciones de atención, implementar un digitumo.
#2	Mas capacitacion al personal de atención al cliente y operadores ya que ellos son los que tienen contacto con los usuarios.
#3	Concientizar al usuario de la facturación para así evitar incoformidades por el desconocimiento del proceso de facturación.
#4	Dar solución a los usuarios en cuanto redamos por cosumo con la orden de trabajo, hacerle saber al usuario con la factura cuando un reclamo es con la empresa de aseo.
#5	Dar solución a los usuarios inmediatamente.
#6	Que se cumplan los tiempos establecidos de las solicitudes se cumplan para así satisfacer al cliente y que en los cargos se encargen de dar respuesta a los procesos de cada puesto.
#7	Implementar tecnología, reducir los procesos para disminuir los tiempos de respuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis: En síntesis con las diferentes respuestas proporcionadas por los encuestados se llega a las siguientes conclusiones:

1. Capacitación del personal de atención al cliente.
2. Estar informados con respecto a todo lo involucrado al servicio de la empresa para así dar respuesta integra y argumentada al usuario reduciendo los tiempos de solución de inquietudes.
3. Implementar tecnología y herramientas para optimización de la atención al cliente.

10.2.3 Aportes a la organización: En el desarrollo de este capítulo se aportó el conocimiento y lo que opino el funcionario acerca del proceso de atención al cliente que fortalezas tienen en el proceso y que debilidades se pueden mejorar a partir de las respuestas obtenidas.

10.3 CAPÍTULO III: CAPACITACIONES DE RETROALIMENTACIÓN AL ÁREA

A partir de la evaluación realizada al proceso de servicio al cliente junto con los resultados de la encuesta aplicada con el asesor externo se propone realizar una serie de capacitaciones de retroalimentación acerca de los temas fundamentales como lo son la comunicación asertiva, clima organizacional y sentido de pertenencia dirigidas a los funcionarios del área con el objetivo de mejorar el proceso de atención al cliente.

10.3.1 Participantes

- Oscar Alberto Sastoque (Subgerente mercadeo y ventas)
- Jorge Eduardo De la Torre Rojas (Profesional en facturación)
- Adriana Rodríguez Saavedra (Auxiliar medidores)
- Pablo Roa (Secretario mercadeo)
- Vilma Consuelo Beltrán (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Yobany Alexander León (Profesional comercialización y atención al cliente)
- Constanza Ordoñez León (Auxiliar comercialización y atención al cliente)
- Lorena Sánchez (Auxiliar comercialización y atención al cliente)

10.3.2 Descripción y desarrollo de las actividades

Realización de capacitación sobre comunicación asertiva: Se efectuó la capacitación del tema comunicación asertiva a los funcionarios del área tocando temas de lenguaje corporal, el uso de las palabras adecuadas, modulación de voz, comunicación con el cliente y comunicación empresarial.

Realización de capacitación sobre clima organizacional: Se realizó la capacitación del tema clima organizacional o laboral a los funcionarios del área socializando aspectos como en que influye el clima laboral, los beneficios de un buen clima laboral, donde se origina el clima laboral y como conseguir el clima laboral ideal.

Realización de capacitación sobre sentido de pertenencia: Se socializo la capacitación del tema sentido de pertenencia dirigida a los empleados del área compartiendo temáticas de beneficios del sentido de pertenencia, aspectos clave para mejorar el sentido de pertenencia y adoptar la cultura organizacional de la compañía.

Figura 15. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 22. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia.

10.3.3 Aportes a la organización: En la ejecución de este capítulo se aportó a la organización dando a conocer los beneficios de una comunicación asertiva a nivel interno con los compañeros de trabajo y por supuesto con el cliente, también como a partir de un buen clima laboral la imagen de la compañía puede mejorar a partiendo de una sana convivencia laboral y también como el sentido de pertenencia hace que la relación empleado empresa sea reciproca manteniendo un compromiso mutuo por alcanzar las metas propuestas.

CONCLUSIONES

A partir del diagnóstico elaborado en el área de mercadeo y ventas se concluye que la productividad de la dependencia es sobresaliente a partir de lo observado y evaluado en el primer capítulo no obstante existen aspectos que influyen notoriamente en la satisfacción del cliente como lo son la comunicación adecuada, clima organizacional, sentido de pertenencia y compromiso que afectan el proceso de atención al cliente y la imagen de la compañía Aguas de Facatativá en la actualidad.

Con los resultados de la encuesta aplicada los funcionarios del área de mercadeo y ventas consideraron que el proceso de atención al cliente es bueno en cuanto a eficiencia sin embargo los procesos del área se obstaculizan con frecuencia debido a que los funcionarios carecen de cooperación entre ellos para realizar las diferentes actividades y procesos que comprende el área de mercadeo que todos están íntimamente relacionados con la atención al cliente.

Las capacitaciones de retroalimentación orientadas a los funcionarios del área son de gran ayuda intelectual y motivacional para que cada empleado del área adopte nuevos conocimientos cambiando su actitud a la hora de desempeñarse en sus labores aplicando lo visto en cuanto a comunicación asertiva, clima organizacional y sentido de pertenencia apoyándose con todo el conocimiento aprendido en la carrera de administración de empresas.

RECOMENDACIONES

Actualmente la estructura de las oficinas del área de mercadeo y ventas posee irregularidades que inciden el proceso de atención por ello se sugiere a la empresa Aguas de Facatativá que se haga una remodelación a la dependencia mencionada con la finalidad de que los funcionarios del área comiencen a trabajar como un equipo coordinado y se facilite el proceso de atención al cliente.

Manejar un ambiente laboral en toda compañía es fundamental para la productividad así que se recomienda que la empresa Aguas de Facatativá realice la contratación de un psicólogo para que maneje e integre a todo el personal de la empresa sembrando sentido de pertenencia.

La empresa Aguas de Facatativá cuenta con equipos de cómputo con más de 5 años de uso haciendo que la efectividad del servicio se vea afectada algunas veces por esto se recomienda que se realice un contrato leasing para que los funcionarios trabajen con tecnología de punta mejorando así los tiempos de respuesta.

Existe un alto índice de quejas por parte del usuario en cuanto al servicio de acueducto y alcantarillado por ello se sugiere que aparte de los funcionarios de servicio al cliente se brinden capacitaciones a los fontaneros del área operativa debido a que ellos tienen contacto directo con los usuarios y si se brinda una respuesta adecuada por parte de estos se puede reducir este alto índice de quejas, oficios y derechos de petición evidenciados durante el presente estudio.

El sistema de información administrativo y financiero (SINFA) es un software que es pilar para dar respuesta a la inquietud de un usuario y actualmente su servidor es capacidad mediana por ello se sugiere que este software se optimice para mejorar la efectividad y tiempos de respuesta del servicio.

En el proceso del estudio realizado se evidencio que gran parte del personal de la empresa Aguas de Facatativá se vio afectada porque la silletería no es la más adecuada en sus puestos de trabajo por ello se recomienda que de la mano del área de seguridad y salud en el trabajo de la empresa se adquiera silletería ergonómica para reducir índices de enfermedad laboral y ausentismo.

11. BIBLIOGRAFIA

SERNA GÓMEZ Humberto. Servicio al cliente. Métodos de auditoria y medición. Bogotá. 3R editores. 2003. 221 p.

PAUL W.; NEIL T. BENDLE; PHILLIP E. PFEIFER; DAVID J. REIBSTEIN “Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance” Estados Unidos: Pearson Education Inc. (Second Edition) 2011. p.57.

DON PEPPERS; MARTHA ROGERS. “Managing Customer Relationships: A Strategic Framework” Estados Unidos: Wiley (Second Edition), 2011. Chapter 1.

PHILIP KOTLER “Dirección de Mercadotecnia” Estados Unidos: Pearson (Octava Edición) Educación. 1996. Capítulo 2.

DANIEL CEDEÑO. “¿Qué es experiencia de cliente?”. {En línea}. {2017} disponible en: <https://www.wowcx.com/que-es-experiencia-de-cliente/>

JOSÉ AMECA. “Cliente interno y externo en una organización”. {En línea}. {2017} disponible en:

<https://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>

MARKETING DIRECTO. “Consumidor Final”. {En línea}. {2017} disponible en:

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/consumidor-final>

PHILIP KOTLER. “Fundamentos del Marketing”. Estados Unidos: Pearson Educación. 1990. Parte 2

INTERTEK, “Sistema PQRS (Peticiónes Quejas, Reclamos y sugerencias)”. {En línea}. {2016} disponible en:

<http://www.intertek.com.co/pqr/>

AGUAS DE FACATATIVÁ, “Reseña Histórica”. {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.acueductofacatativa.com/>

AGUAS DE FACATATIVÁ, “Misión”, {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.acueductofacatativa.com/>

AGUAS DE FACATATIVÁ, “Visión”, {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.acueductofacatativa.com/>

LEY 142 DE 1994. “Régimen de Servicios Públicos”, {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2752>

NORMA ISO 9001 – 2015. “Aplicación”, {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.Irqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

RESOLUCIÓN CRA 375 DE 2006. {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=20672#>

LEY 1755 DE 2015. “Derecho de Petición”. {En línea}. {2017} disponible en:

<http://www.suin.gov.co/viewDocument.asp?id=30019906>

LEY 472 DE 1998. “Acción Popular”. {En línea}. {2017} disponible en:


<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=188>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. ICONTEC. Compendio de normas técnicas Colombianas sobre documentación: Tesis y otros trabajos de grado. Incluye 5ª. Actualización. Bogotá: Icontec, 2002. 89 p.

ANEXOS


Anexo A: Manuales de Funciones

Subgerente mercadeo y ventas

 <p>AGUAS de Facatativá</p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Código MCF-EAF SAS ESP</p> <p>Versión No: 09</p> <p>Fecha de Implementación: 28 FEB 2013</p>
AUTORIZACION: 32 DE 2013		DISTRIBUCION: 32 DE 2013
I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1. NOMBRE DEL CARGO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS		
2. DEPENDENCIA: GERENCIA GENERAL		
3. CODIGO: 090		
4. GRADO: 01		
5. NIVEL: DIRECTIVO		
6. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: GERENTE GENERAL		
7. NÚMERO DE CARGOS: 1		
II. NATURALEZA DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Funciones para dirigir, formular políticas institucionales y políticas de adopción de planes, programas y proyectos. • Dirigir, coordinar y controlar las distintas actividades de comercialización de la Empresa, que incluyen atención al Usuario, ventas, registro o catastro de Usuarios, tarifas, Suscriptores, determinación de consumos, facturación, recaudo, cobranza y servicio postventa. 		
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
AREA: MERCADEO Y VENTAS.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Autorizar la modificación de facturas cuando se compruebe error en lectura del consumo, así como el abono a la cuenta de los suscriptores por consumos cobrados de más. 2. Coordinar todo lo relacionado con la facturación, financiaciones, refinanciaciones y liquidaciones. 3. Coordinar con la oficina técnica operativa la ejecución de actividades de apoyo que requiera la dependencia a su cargo. 4. Controlar la calidad de la facturación, mediante revisión para validación, de tal forma que se garantice la exactitud, oportunidad y confiabilidad de la facturación de los servicios. 5. Revisar y evaluar los documentos que se producen en el proceso de facturación tales como relación de facturación, recibos, registro de Suscriptores vigentes, listado de ingresos recaudados en el período anterior, tabla de tarifas, etc. 6. Asistir a los comités que la Empresa ha conformado y en los cuales sea requerido. 7. Participar en la formulación de planes y programas de su competencia. 8. Dirigir, supervisar, promover, y participar en los estudios e investigaciones, que permitan mejorar la prestación de los servicios a su cargo y el oportuno cumplimiento de los planes, proyectos y programas. 9. Asistir a las directivas de la Entidad en la adecuada aplicación de las normas y procedimientos propios del ámbito de su competencia. 10. Administrar, dirigir, controlar y evaluar la ejecución de los programas, proyectos y actividades del personal a su cargo. 11. Proponer e implantar los procedimientos e instrumentos requeridos para mejorar la prestación de los servicios a cargo de la Unidad. 		


Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

Secretaria de mercadeo y ventas

 <p>AGUAS de Facatativá <small>CONDOMINIO DEL VOTO</small></p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Código MCF-EAF SAS ESP</p> <p>Versión No: 09</p> <p>Fecha de Implementación: 28 FEB 2013</p>
<p>AUTORIZACION: 32 DE 2013</p>		<p>DISTRIBUCION: 32 DE 2013</p>
<p>I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>		
<p>1. NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA</p>		
<p>2. DEPENDENCIA: SECRETARIA GENERAL</p>		
<p>3. GRADO: 2</p>		
<p>4. NIVEL: ASISTENCIAL</p>		
<p>5. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS</p>		
<p>6. NÚMERO DE CARGOS: 1</p>		
<p>II. NATURALEZA DEL CARGO</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Funciones que implican el ejercicio de actividades de apoyo administrativo o labores que se caracterizan por ser generalmente de actividades manuales. • Apoyar al Jefe inmediato y demás funcionarios de la oficina en lo relacionado con labores secretariales. • Atender de forma adecuada y con información veraz a los Usuarios que lo requieran. 		
<p>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
<p>AREA: MERCADEO Y VENTAS.</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender personal o telefónicamente al público y Funcionarios(as) del Área que soliciten los servicios. 2. Recibir, revisar, clasificar, radicar, distribuir, enviar y controlar documentos, datos y elementos y/o correspondencia relacionados con los asuntos de competencia de la dependencia, de acuerdo con las normas y los procedimientos respectivos. 3. Llevar y mantener actualizados los registros de carácter administrativo que le sean encomendados y verificar la exactitud de los mismos. 4. Archivar, mantener organizados y conservar los documentos de la Oficina. 5. Orientar a los Usuarios(as) y suministrar información, documentos o elementos que sean solicitados, de conformidad con los trámites, las autorizaciones y los procedimientos establecidos. 6. Informar al Jefe Inmediato en forma oportuna, sobre las inconsistencias o anomalías relacionadas con los asuntos, elementos o documentos y/o correspondencia encomendados. 7. Coordinar de acuerdo con instrucciones, reuniones y eventos que deba atender el Jefe Inmediato, llevando la agenda correspondiente y recordando los compromisos adquiridos. 8. Elaborar de acuerdo con instrucciones del Jefe Inmediato, actas, órdenes, contratos, oficios internos, oficios externos, viabilidades de servicios, y demás documentos que se requiera. 9. Efectuar diligencias externas cuando se requiera. 10. Elaborar cuando sea requerido el inventario de bienes y enseres correspondientes a su dependencia. 11. Velar por el cumplimiento de las diferentes actividades encomendadas y responder por su oportuna ejecución, verificando la calidad de la información a su cargo. 12. Responder por la disponibilidad, uso, custodia y buen manejo de los elementos de oficina, recursos documentales y registros de información a su cargo. 13. Cumplir con la digitación de informes y trabajos encomendados por el Jefe inmediato. 14. Preparar los Informes o reportes que le sean solicitados y estén de acuerdo con la naturaleza de su cargo. 		


Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

Técnico de comercialización

 <p>AGUAS de Facatativá <small>Comprometidos con la Vida</small></p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p><i>Código</i> MCF-EAF SAS ESP</p> <p><i>Versión No:</i> 09</p> <p><i>Fecha de Implementación:</i> 28 FEB 2013</p>
AUTORIZACION: 37 DE 2013		DISTRIBUCION: 32 DE 2013
I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1. NOMBRE DEL CARGO: TECNICO DE COMERCIALIZACIÓN		
2. DEPENDENCIA: SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS		
3. GRADO: 2		
4. NIVEL: TECNICO		
5. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS		
6. NÚMERO DE CARGOS: 1		
II. NATURALEZA DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Funciones que exigen el desarrollo de procesos y aplicación de tecnologías. • Ingresar y verificar datos al sistema para actualizar el registro de Usuarios. • Colaborar en campañas de venta, mercadeo de los servicios y temas relacionados. 		
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
<p>AREA: FACTURACIÓN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Coordinar con el superior inmediato la ejecución eficaz del proceso de facturación. 2- Organizar todas las actividades inherentes al ciclo de facturación, definiendo las fechas específicas de realización, de tal forma que se garantice su cumplimiento y se eviten atrasos en el proceso. 3- Realizar el control de calidad de la facturación, mediante revisión de documentos que afecten el proceso para validación, de tal forma que se garantice la exactitud, oportunidad y confiabilidad de la facturación de los servicios. 4- Elaborar y actualizar junto con el Jefe inmediato las tablas de tarifas de conformidad con las normas vigentes. 5- Controlar y llevar un registro en el sistema con respecto a las novedades presentadas. 6- Corregir los registros que presenten errores con base en los reclamos presentados. 7- Mantener actualizado y reportar al CAD el archivo de documentación correspondiente a su cargo. 8- Controlar que se aplique estrictamente la estructura tarifaria vigente. 9- Elaborar, revisar y coordinar la impresión de la factura, ordenarla por zonas y rutas y entregar a técnico operativa para su distribución. 10- Elaborar, imprimir y revisar suspensiones, cortes, reinstalaciones y reconexiones. 11- Revisar que las financiaciones pactadas con el usuario y/o suscriptor correspondan con las deudas registradas en el sistema. 12- Control y registro del producto no conforme generado del proceso de facturación. 13- Modificar facturas cuando se compruebe error en la lectura del consumo, así como abonar a la cuenta de los suscriptores los consumos cobrados de más, previa autorización del Jefe inmediato. 14- Atender, tramitar y resolver oportuna y eficazmente las peticiones y reclamos que realicen los usuarios. 15- Mantener la debida reserva en relación con la información de la Empresa. 16- Elaborar los informes solicitados con relación a la naturaleza de su cargo. 17- Coordinar las actividades asignadas al personal a su cargo. 18- Colaborar eficazmente con el mantenimiento del Sistema Gestión de Calidad. 		


Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

Auxiliar de comercialización y atención al usuario

 <p>AGUAS de Facatativá <small>Comprometidos con la Vida</small></p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Código MCF-EAF SAS ESP</p> <p>Versión No: 09</p> <p>Fecha de Implementación: 28 FEB 2013</p>
<p>AUTORIZACION: 32 DE 2013</p>		<p>DISTRIBUCION: 32 DE 2013</p>
<p>I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>		
<p>1. NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE COMERCIALIZACIÓN Y ATENCIÓN AL USUARIO</p>		
<p>2. DEPENDENCIA: SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS</p>		
<p>3. GRADO: 3</p>		
<p>4. NIVEL: ASISTENCIAL</p>		
<p>5. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS</p>		
<p>6. NÚMERO DE CARGOS: 1</p>		
<p>II. NATURALEZA DEL CARGO</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Funciones que implican el ejercicio de actividades de apoyo administrativo a labores que se caracterizan por ser generalmente de actividades manuales. • Atender de forma adecuada y con información veraz a los Usuarios. 		
<p>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
<p>AREA: PQR.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Elaborar las órdenes de trabajo necesarias, para atender las diferentes solicitudes de los usuarios y coordinar su ejecución con el área técnica operativa. 2- Recibir, atender, tramitar y responder satisfactoriamente las peticiones, quejas, reclamos, recursos y demás solicitudes que presenten los Usuarios. 3- Ingresar datos generados de la ejecución de los órdenes de trabajo y los órdenes de revisión domiciliarias manteniendo actualizada la base de datos. 4- Recibir, tramitar y responder satisfactoriamente las peticiones, quejas, reclamos y demás solicitudes de los usuarios de conformidad con los procedimientos establecidos. 5- Llevar registro y elaborar el reporte de las peticiones, quejas y reclamos conforme a los procedimientos establecidos y requeridos por las normas y entes pertinentes. 6- Actualizar la base de datos en cuanto a información catastral (nombre, dirección, estrata, uso, etc) de acuerdo a los documentos soportes entregados por los usuarios. 7- Elaborar y presentar informes que le sean solicitados de acuerdo a la naturaleza del cargo. 8- Registrar correcta y oportunamente las novedades presentadas manteniendo actualizada la base de datos. 9- Mantener la debida reserva en relación con la información de la Empresa. 10- Apoyar en los procedimientos y actividades propias de la dependencia. 11- Foliar, organizar y enviar los documentos inherentes al área de su competencia al Centro Administrativo Documental. 12- Colaborar eficazmente con el mantenimiento del Sistema Gestión de Calidad. 13- Responder por los elementos incluidos en su inventario, puestos a su disposición para el normal desarrollo de su trabajo y velar por su conservación y cuidado. 14- Las demás funciones que le sean asignadas por el Jefe inmediato, de acuerdo con el nivel y la naturaleza del cargo. 		


Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

Auxiliar de comercialización y atención al usuario 2

 <p>aguas de Facatativá <small>Comprometidos con la Vida</small></p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Código MCF-EAF SAS ESP</p> <p>Versión No: 07</p> <p>Fecha de Implementación: 28 FEB 2013</p>
AUTORIZACION: 32 DE 2013		DISTRIBUCION: 32 DE 2013
I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1. NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE COMERCIALIZACIÓN Y ATENCIÓN AL USUARIO		
2. DEPENDENCIA: SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS		
3. GRADO: 3		
4. NIVEL: ASISTENCIAL		
5. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS		
6. NÚMERO DE CARGOS: 1		
II. NATURALEZA DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar eficazmente con el proceso facturación y atención a Usuarios • Analizar datos y de los resultados presentar informes y propuestas de mejora. 		
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
<p>AREA: FACTURACIÓN.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar con la ejecución de los procedimientos que afecten la facturación. 2. Colaborar con la primera revisión de crítica de acuerdo con las lecturas entregadas por el fontanero previa vinculación de los datos en el sistema. 3. Colaborar en la generación de listados de primera y segunda revisión de lecturas para entregarlas a técnica operativa. 4. Analizar y vincular los datos obtenidos en los listados de problemas de aforo con la respectiva supervisión del jefe inmediato. 5. Generar listados de problemas de aforo y realizar seguimiento al trabajo en terreno. 6. Vincular datos obtenidos en los listados de problemas de aforo con la respectiva supervisión del superior inmediato. 7. Analizar la información surgida del proceso de facturación y presentar propuestas para la mejora. 8. Hacer seguimiento a la ejecución de actividades relacionadas con la mejora propuesta. 9. Emitir y hacer seguimiento a las órdenes de trabajo emitidas por análisis de lecturas, problemas de aforo, cobros promedios, medidores devueltos, etc. 10. Colaborar con el control de calidad de la facturación, apoyando en la revisión de documentos que afecten el proceso. De tal manera que se garantice la exactitud, oportunidad y confiabilidad de la facturación. 11. Colaborar en mantener organizado el archivo y reportar al CAD la documentación correspondiente a su cargo. 12. Apoyar el proceso de revisión e impresión de las facturas, colaborar en ordenarlas por zonas y rutas para entregarlas a técnica operativa para su distribución. 13. Mantener la debida reserva en relación con la información de la Empresa. 14. Elaborar los informes solicitados con relación a la naturaleza de su cargo. 15. Colaborar eficazmente con el mantenimiento del Sistema Gestión de Calidad. 16. Responder por los elementos incluidos en su inventario, puestos a su disposición para el normal desarrollo de su trabajo y velar por su conservación y cuidado. 		

Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

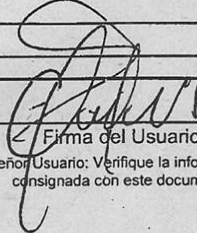
Auxiliar de asignación, cortes y temporales de medidores

 <p>aguas de Facatativá <small>Comprometidos con la vida</small></p> <p>EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios. EAF SAS ESP</p>	<p>MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES, REQUISITOS Y COMPETENCIAS LABORALES</p>	<p>Código MCF-EAF SAS ESP</p> <p>Versión No: 09</p> <p>Fecha de Implementación: 28 FEB 2013</p>
<p>AUTORIZACION: 32 DE 2013</p>		<p>DISTRIBUCION: 32 DE 2013</p>
<p>I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>		
<p>1. NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE ASIGNACION, CORTES Y TEMPORALES DE MEDIDORES</p>		
<p>2. DEPENDENCIA: SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS</p>		
<p>3. GRADO: 1</p>		
<p>4. NIVEL: ASISTENCIAL</p>		
<p>5. CARGO DEL JEFE INMEDIATO: SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS</p>		
<p>6. NÚMERO DE CARGOS: 1</p>		
<p>II. NATURALEZA DEL CARGO</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Funciones que implican el ejercicio de actividades de apoyo administrativo o labores que se caracterizan por ser generalmente de actividades manuales. • Atender de forma adecuada y con información veraz a los Usuarios. 		
<p>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
<p>AREA: ASIGNACIÓN, CORTES, TEMPORALES.</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con el Subgerente de Mercadeo y Ventas y con el Laboratorio de Medidores, el cronograma de retiro de medidores para revisión. 2. Velar por el adecuado almacenamiento y cuidado de los medidores que se encuentran en la zona de custodia. 3. Informar a los usuarios las actividades concernientes a programas de instalación y retiro de medidores. 4. Ejecutar los informes de retiro, reinstalación, asignación y provisional en el sistema aplicativo HAS. 5. Realizar seguimiento a los medidores provisionales. 6. Entregar los medidores a los usuarios según corresponda. 7. Realizar las funciones propias a la asignación, reposición y entrega de medidores provisionales. 8. Crear y organizar los registros de calidad concernientes a las actividades a su cargo. 9. Coordinar con el área Técnica Operativa lo relacionado con venta, revisión y retiro de medidores. 10. Atender, tramitar y resolver oportuna y eficazmente las solicitudes de los usuarios con relación a la naturaleza del cargo. 11. Elaborar y presentar informes que le sean solicitados de acuerdo a la naturaleza del cargo. 12. Registrar correcta y oportunamente las novedades presentadas manteniendo actualizada la base de datos. 13. Mantener la debida reserva en relación con la información de la Empresa. 14. Apoyar en los procedimientos y actividades propias de la dependencia. 15. Fallar, organizar y enviar los documentos inherentes al área de su competencia al Centro Administrativo Documental. 16. Colaborar eficazmente con el mantenimiento del Sistema Gestión de Calidad. 17. Responder por los elementos incluidos en su inventario, puestos a su disposición para el normal desarrollo de su trabajo y velar por su conservación y cuidado. 18. Las demás funciones que le sean asignadas por el Jefe inmediato, de acuerdo con el nivel y la 		

Fuente: Empresa Aguas de Facatativá


Anexo B. Formato PQRs

Nuir: 1-25269000-1/ Nit. 800188660-0
Tels: 8423989 / 2587/5999


ORDEN DE TRABAJO (PR)		2018-0001580
DATOS GENERALES		
Fecha de elaboración	Fecha de Ejecución	Hora de Ejecución
Día Mes Año	Día Mes Año	Inicio: Fin:
6 4 2018	10 4 2018	1040 1045
Forma de Presentación		
Verbal <input checked="" type="checkbox"/>	Escrita <input type="checkbox"/>	No. Rad. _____
<small>1. Se recibió telefónicamente 2. El usuario se presentó a la EAF</small>		Numero Registro del PR <u>2018-0001595</u>
DATOS DEL SOLICITANTE		
Usuario: <u>SALINAS EDUBIN JOSE</u>	C.C. <u>11438071 DE FACA</u>	
Código <u>0502950005007</u>	Telefono: <u>3125096289</u>	
Dirección: <u>CI 21BE 1A-111 S</u>	Marca y No del Medidor: <u>KENT 4007506</u>	
Barrio: <u>EL PRADO VIA CARTAGENITA</u>	Referencia: <u>3016599</u>	
Elaboró: <u>Constanza leon</u>	Nro Radio: _____	
DESCRIPCION DE LA PETICION O RECLAMO		
Diligenciado por la unidad de mercadeo y ventas		
		Acueducto: <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado: <input type="checkbox"/>
Inconformidad con el consumo RETOMAR LECTURA		
EJECUCION DE LA ORDEN		
Diligenciado por la unidad tecnica operativa		
Lectura Verificada <u>2408</u>		
Luego de verificado el reclamo, marque con una x la posible causa:		
<input type="checkbox"/> Medidor Invertido	<input type="checkbox"/> Cajilla tapada	<input type="checkbox"/> Llaves en mal estado
<input type="checkbox"/> Medidor Ilegible	<input type="checkbox"/> Fuga en Cajilla	<input type="checkbox"/> Tubo interno averiado
<input type="checkbox"/> Medidor dañado	<input type="checkbox"/> Sanitario con fuga	<input type="checkbox"/> Daño imperceptible
<input type="checkbox"/> Otro	Cual _____	CANTIDAD: _____
OBSERVACIONES: _____		
<u>Guil's Barreto</u> Nombre del Operario de Fontanería que ejecuto la orden	 Firma del Usuario <small>Señor Usuario: Verifique la información consignada con este documento</small>	_____ Firma del Veedor <small>Solo se diligencia cuando se presenta algún inconveniente con la firma del Usuario</small>
_____ Nombre del Profesional de comercialización y atención al usuario	_____ Nombre del Profesional en Distribución y Redes	
VIGILADO POR LA SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS		
FT130-060101/VERSIÓN 07/ 2017-05-04		viernes, 6 de abril de 2018

Fuente: Empresa Aguas de Facatativá

Anexo C. Encuestas diligenciadas por los funcionarios del área de mercadeo y ventas.



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
 - A. Bueno
 - B. Excelente
 - C. Muy bueno
 - D. Aceptable

2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
 - A. Ser puntual
 - B. Trabajar a conciencia
 - C. Siendo ordenado con mis tareas
 - D. Cooperar con mis compañeros

3. ¿Que representa Aguas de Facatativa para usted?
 - A. El lugar donde trabajo
 - B. Mi segundo hogar
 - C. El medio para tener mejor calidad de vida

4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativa es?
 - A. Alto
 - B. Medio
 - C. Muy alto

5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
 - A. Tal vez
 - B. Si
 - C. No

6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
 - A. 1 minuto
 - B. 3 minutos
 - C. 5 minutos
 - D. Más de 5 minutos

7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
 - A. Si
 - B. No
 - C. Tal vez

8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
 - A. Si
 - B. No
 - C. Sí, pero no las utilizo

9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
 - A. Siempre
 - B. De vez en cuando
 - C. Nunca

10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
 - A. Excelente
 - B. Aceptable
 - C. Muy bueno
 - D. Bueno

11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
 - A. Ser respetuoso
 - B. Siendo comprometido con mi trabajo
 - C. Teniendo paciencia
 - D. Comunicándose de manera adecuada

12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativa es satisfactoria y gratificante?
 - A. Neutral
 - B. De acuerdo
 - C. Muy de acuerdo
 - D. En desacuerdo

13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativa?
 - Tener procesos y procedimientos más ágiles.
 - Mejorar el personal sobre manera atención al cliente.
 - El conmutador lo programaría de una manera más ágil de encontrar la oficina que el cliente desea.
 - Mejorar los instalaciones de atención.
 - Implementar un diagrama y una encuesta de calificación del servicio.

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
 A. Bueno
 B. Excelente
 C. Muy bueno
 D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
 A. Ser puntual
 B. Trabajar a conciencia
 C. Siendo ordenado con mis tareas
 D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativá para usted?
 A. El lugar donde trabajo
 B. Mi segundo hogar
 C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativá es?
 A. Alto
 B. Medio
 C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
 A. Tal vez
 B. Si
 C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
 A. 1 minuto
 B. 3 minutos
 C. 5 minutos
 D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
 A. Si
 B. No
 C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
 A. Si
 B. No
 C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
 A. Siempre
 B. De vez en cuando
 C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
 A. Excelente
 B. Aceptable
 C. Muy bueno
 D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
 A. Ser respetuoso
 B. Siendo comprometido con mi trabajo
 C. Teniendo paciencia
 D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativá es satisfactoria y gratificante?
 A. Neutral
 B. De acuerdo
 C. Muy de acuerdo
 D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativá?

Más capacitación a los de atención al cliente y operadores ya que ellos son los que tienen contacto con los usuarios.

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
A. Bueno
B. Excelente
C. Muy bueno
D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
A. Ser puntual
B. Trabajar a conciencia
C. Siendo ordenado con mis tareas
D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativá para usted?
A. El lugar donde trabajo
B. Mi segundo hogar
C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativá es?
A. Alto
B. Medio
C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
A. Tal vez
B. Si
C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
A. 1 minuto
B. 3 minutos
C. 5 minutos
D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
A. Si
B. No
C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
A. Si
B. No
C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
A. Siempre
B. De vez en cuando
C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
A. Excelente
B. Aceptable
C. Muy bueno
D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
A. Ser respetuoso
B. Siendo comprometido con mi trabajo
C. Teniendo paciencia
D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativá es satisfactoria y gratificante?
A. Neutral
B. De acuerdo
C. Muy de acuerdo
D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativá?

lo que siempre hago es concientizar al usuario de como se factura, de que el servicio es cada 2 meses muchas inconformidades es por el desconocimiento de los usuarios frente a la facturación. "Caracterizar a los usuarios"

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
A. Bueno
B. Excelente
C. Muy bueno
D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
A. Ser puntual
B. Trabajar a conciencia
C. Siendo ordenado con mis tareas
D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativa para usted?
A. El lugar donde trabajo
B. Mi segundo hogar
C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativa es?
A. Alto
B. Medio
C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
A. Tal vez
B. Si
C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
A. 1 minuto
B. 3 minutos
C. 5 minutos
D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
A. Si
B. No
C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
A. Si
B. No
C. Si, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
A. Siempre
B. De vez en cuando
C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
A. Excelente
B. Aceptable
C. Muy bueno
D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
A. Ser respetuoso
B. Siendo comprometido con mi trabajo
C. Teniendo paciencia
D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativa es satisfactoria y gratificante?
A. Neutral
B. De acuerdo
C. Muy de acuerdo
D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativa?
- Poder dar solución a los usuarios, en cuanto a sus reclamos y a lo concerniente con la orden de trabajo que se le hace al usuario, que dentro de la factura el usuario pueda identificar cuando el reclamo es el Nooooo

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
A. Bueno ✓
B. Excelente
C. Muy bueno
D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
A. Ser puntual
B. Trabajar a conciencia
C. Siendo ordenado con mis tareas ✓
D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativá para usted?
A. El lugar donde trabajo
B. Mi segundo hogar
C. El medio para tener mejor calidad de vida ✓
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativá es?
A. Alto
B. Medio
C. Muy alto ✓
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
A. Tal vez
B. Si ✓
C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
A. 1 minuto
B. 3 minutos ✓
C. 5 minutos
D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
A. Si ✓
B. No
C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
A. Si ✓
B. No
C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
A. Siempre
B. De vez en cuando ✓
C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
A. Excelente
B. Aceptable
C. Muy bueno
D. Bueno ✓
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
A. Ser respetuoso
B. Siendo comprometido con mi trabajo
C. Teniendo paciencia
D. Comunicándose de manera adecuada ✓
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativá es satisfactoria y gratificante?
A. Neutral
B. De acuerdo ✓
C. Muy de acuerdo
D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativá?
Darle solución a la queja
inmediata

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA



1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
 - A. Bueno
 - B. Excelente
 - C. Muy bueno
 - D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
 - A. Ser puntual
 - B. Trabajar a conciencia
 - C. Siendo ordenado con mis tareas
 - D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativa para usted?
 - A. El lugar donde trabajo
 - B. Mi segundo hogar
 - C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativa es?
 - A. Alto
 - B. Medio
 - C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
 - A. Tal vez
 - B. Si
 - C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
 - A. 1 minuto
 - B. 3 minutos
 - C. 5 minutos
 - D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
 - A. Si
 - B. No
 - C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
 - A. Si
 - B. No
 - C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
 - A. Siempre
 - B. De vez en cuando
 - C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
 - A. Excelente
 - B. Aceptable
 - C. Muy bueno
 - D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
 - A. Ser respetuoso
 - B. Siendo comprometido con mi trabajo
 - C. Teniendo paciencia
 - D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativa es satisfactoria y gratificante?
 - A. Neutral
 - B. De acuerdo
 - C. Muy de acuerdo
 - D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativa?

EN MI SITIO DE TRABAJO QUE LAS SOLICITUDES DE NUEVAS ACOMETIDAS CUMPLAN CON LOS TIEMPOS PARA SATISFACER AL CLIENTE, Y LAS OFICINAS DONDE SE HACE EL PROCESO DEN LA RESPUESTA DE SU PROCESO O RESPONSABILIDAD A CARGO -

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca



ENCUESTA PARA ESTUDIO DEL AREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA




1. ¿Cómo calificaría el desempeño de sus labores diarias?
 A. Bueno
 B. Excelente
 C. Muy bueno
 D. Aceptable
2. ¿Qué haría usted para que su labor se realice de una mejor manera?
 A. Ser puntual
 B. Trabajar a conciencia
 C. Siendo ordenado con mis tareas
 D. Cooperar con mis compañeros
3. ¿Que representa Aguas de Facatativá para usted?
 A. El lugar donde trabajo
 B. Mi segundo hogar
 C. El medio para tener mejor calidad de vida
4. ¿Su compromiso con Aguas de Facatativá es?
 A. Alto
 B. Medio
 C. Muy alto
5. ¿La comunicación efectiva con sus compañeros y clientes mejoraría la satisfacción del servicio?
 A. Tal vez
 B. Si
 C. No
6. ¿Cuánto tiempo toma en dar respuesta a una inquietud del cliente?
 A. 1 minuto
 B. 3 minutos
 C. 5 minutos
 D. Más de 5 minutos
7. ¿Con el vocabulario e información adecuada se puede dar solución a las inquietudes del cliente?
 A. Si
 B. No
 C. Tal vez
8. ¿Cuenta usted con las herramientas necesarias para dar plena solución a las inquietudes de los usuarios?
 A. Si
 B. No
 C. Sí, pero no las utilizo
9. ¿Cuenta con el apoyo de sus compañeros de oficina para realizar su labor?
 A. Siempre
 B. De vez en cuando
 C. Nunca
10. ¿Cómo califica el ambiente laboral en su área?
 A. Excelente
 B. Aceptable
 C. Muy bueno
 D. Bueno
11. ¿Qué haría usted por mejorar el ambiente de su área?
 A. Ser respetuoso
 B. Siendo comprometido con mi trabajo
 C. Teniendo paciencia
 D. Comunicándose de manera adecuada
12. ¿Su experiencia en Aguas de Facatativá es satisfactoria y gratificante?
 A. Neutral
 B. De acuerdo
 C. Muy de acuerdo
 D. En desacuerdo
13. ¿Qué haría usted para mejorar la percepción del cliente por el servicio ofrecido de Aguas de Facatativá?


Implementar tecnología Reducir los procesos para tiempo de respuesta,

Encuesta Realizada por:
Juan Sebastián Calderón Beltrán
Pasante de la Universidad de Cundinamarca

Anexo D. Formatos de asistencia a capacitaciones de retroalimentación.



EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ
Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios complementarios EAF SAS ESP




Capacitación: Comunicación Asertiva Fecha: 23/10/2017


Objetivo de la Capacitación: Conocer los beneficios de la comunicación asertiva en el ambito laboral y personal

Responsable de la Capacitación: Sebastián Calderón

No	NOMBRE	CARGO	FIRMA
1	Adriana Rodriguez Saavedra	Aux. medidores	Adriana Rodriguez
2	Pablo Guilio Ron	Seccionado	Pablo
3	Maria Constanza Odonez de la Cruz	Aux. Atención al usuario	Maria Constanza
4	Yilma Consuelo Beltran	Aux. Atención al usuario	Yilma Beltran
5	Yorge Eduardo de la Cruz Rojas	prof. Comercialización	Yorge
6	RODRIGO ALEXANDER HERNANDEZ LEON	PROF. COMERCIAL	Rodrigo
7	Diego Alberto Ochoa Quiroga	Subgerente Mercadeo	Diego
8			



EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ
Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios complementarios EAF SAS ESP



Capacitación: Clima Organizacional y Laboral Fecha: 10/11/2017

Objetivo de la Capacitación: Conocer los beneficios de tener un buen clima laboral y organizacional.

Responsable de la Capacitación: Sebastián Calderón

No	NOMBRE	CARGO	FIRMA
1	Adriana Rodriguez Saavedra	Aux. medidores.	Adriana Rodriguez
2	Pablo Guilio Ron	Seccionado	Pablo
3	Maria Constanza Odonez de la Cruz	Aux. Atención al usuario	Maria Constanza
4	Yilma Consuelo Beltran	Aux. Atención al usuario	Yilma Beltran
5	Yorge Eduardo de la Cruz Rojas	prof. Comercialización	Yorge
6	RODRIGO ALEXANDER HERNANDEZ LEON	PROF. COMERCIAL	Rodrigo
7	Diego Alberto Ochoa Quiroga	Subgerente Mercadeo	Diego
8			



EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ
Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios complementarios EAF SAS ESP



Capacitación: Sentido de Pertenencia

Objetivo de la Capacitación: Conocer los beneficios y aplicación del sentido de pertenencia.

Fecha: _____

Responsable de la Capacitación: Sebastián Calderón

No	NOMBRE	CARGO	FIRMA
1	Jorge Eduardo de la Torre Rojas	Profesional en Contabilidad	[Firma]
2	Vilma Poncello B. Stehlin	Aux. Comercializadora	[Firma]
3	Yohana Alexander Hernandez Leon	PROFESIONAL COMERCIALIZACION	[Firma]
4	Maria Gabriela Vidarez Jerez	Recipiente Menor de Volumen	[Firma]
5	Oscar Alberto Sastogui L.	Subgerente Mercado	[Firma]
6	Adriana Rodriguez Saavedra	Aux. Medidores	Adriana Rodriguez S.
7			
8			

Anexo E. Planes de acción recomendados a la empresa aguas de Facatativá.

Plan de Acción :	Remodelacion del area de trabajo		
Responsables:	Alta direccion junto con subgerencia de mercadeo		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Remodelacion del area junto con su estructura para que todos los funcionarios trabajen como equipo	Aumentar la eficiencia del area a travez del trabajo colectivo	Avance porcentual de la remodelacion	Semanal

Plan de Acción :	Contratacion de Psicologo		
Responsables:	Alta direccion		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Realizar la contratacion de un psicologo para la compañía	Mejorar el ambiente laboral a travez del psicologo a contratar	Contrato realizado	Unica vez

Plan de Acción :	Optimizacion del Software SINFA		
Responsables:	Alta direccion junto con sistemas		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Optimizar el software sinfa para mejor redimiento laboral	Mejorar la eficiencia en tiempos de respuesta y procedimiento en las labores diarias	Software Optimizado	Unica vez

Plan de Accion :	Adquisicion de Sillas Ergonomicas		
Responsables:	Alta direccion junto con SG-SST		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Realizar la compra de sillas ergonomicas acolchonadas	Beneficiar al trabajador en cuanto a su bienestar	Silleteria Adquirida	Unica vez

Plan de Accion :	Capacitacion al Area Operativa (Fontaneros)		
Responsables:	Alta direccion y Subgerencia Operativa		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Capacitar a los Operarios para dar respuesta al usuario integralmente	Dar solucion integra a las inquietudes del usuario por parte de los operarios tambien	Capacitaciones Realizadas	Trimestralmente

Plan de Accion :	Contratacion leasing para los computadores		
Responsables:	Alta direccion		
Objetivo	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad de Revision
Realizar la adquisicion de computadoras a traves de un contrato de arrendamiento (Leasing)	Mejorar la eficiencia de las labores al contar con tecnologia de punta	Contrato realizado	2 años