



**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CUENCA**  
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

## **UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN**

### **CARRERA: INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO. PLAN DE MEJORA AL  
DEPARTAMENTO COMERCIAL, ÁREA SVC, APLICADO A LA CNT-EP  
AZOGUES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO EMPRESARIAL**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

**EZEQUIEL FERNANDO FLORES ORTEGA**

**Director:**

**ING. TANIA MARICELA VILLAREAL CHÉRREZ, MGS.**

**Año  
2018**

## DECLARACIÓN

Yo, **Ezequiel Fernando Flores Ortega**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

**Ezequiel Fernando Flores Ortega**

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Ezequiel Fernando Flores Ortega bajo mi supervisión.

---

**Ing. Tania Maricela Villarreal Chérrez, Mgs.**

**Directora**

**Universidad Católica De Cuenca**

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado con todo amor primeramente a Dios, el ser supremo y proveedor de sabiduría, paciencia y dedicación; a mis padres y hermanos quienes me apoyaron día a día en este duro caminar; de manera especial dedico a mi esposa y mis tres hijos quienes han sabido entenderme en mis momentos de ausencia, sin dejar de alentarme a cada instante para poder llegar a culminar esta meta.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios dador de mi existencia, quien me ha dotado sabiduría, conocimiento y paciencia para llegar a culminar este objetivo.

A la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, catedráticos y personal administrativo; a la ingeniera Tania Maricela Villarreal Chérrez, quien con sus conocimientos me ayudó a realizar el presente trabajo de titulación, y a mi familia, mi esposa Viviana Bustamante, mis hijos Camila, Kelly y Kelo Esteban, por el sacrificio que han hecho durante mis largas horas de ausencia en nuestro hogar.

*Ezequiel Fernando Flores Ortega*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTOS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
ÍNDICE DE CUADROS .....	ix
LISTA DE ANEXOS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii
CAPÍTULO I .....	1
MARCO TÓRICO .....	1
1. NORMATIVA QUE REGULA LA ATENCIÓN DE QUEJAS AL CLIENTE .....	1
1.1. NORMAS ISO .....	1
1.2. GENERALIDADES .....	2
1.3. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN .....	3
1.4. TÉRMINOS Y DEFINICIONES .....	3
1.4.1. RECLAMANTE .....	3
1.4.2. QUEJA .....	4
1.4.3. CLIENTE .....	4
1.4.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....	4
1.4.5. SERVICIO AL CLIENTE .....	4
1.4.6. RETROALIMENTACIÓN .....	4
1.4.7. PARTE INTERESADA .....	4



1.4.8. OBJETIVO .....	4
1.4.9. POLÍTICA .....	5
1.4.10. PROCESO .....	5
1.5. PRINCIPIOS DE ORIENTACIÓN .....	5
1.5.1. GENERALIDADES .....	5
1.5.2. VISIBILIDAD .....	5
1.5.3. ACCESIBILIDAD .....	5
1.5.4. RESPUESTA DILIGENTE.....	6
1.5.5. OBJETIVIDAD .....	6
1.5.6. COSTOS.....	6
1.5.7. CONFIDENCIALIDAD.....	7
1.5.8. ENFOQUE AL CLIENTE.....	7
1.5.9. RESPONSABILIDAD .....	7
1.5.10. MEJORA CONTÍNUA .....	7
CAPÍTULO II.....	11
2. SITUACIÓN ACTUAL DE TRATAMIENTO DE QUEJAS EN LA CNT EP .....	11
2.1. INSTRUCTIVO DE ATENCIÓN PRESENCIAL.....	11
2.2. NORMATIVA QUE REGULA LA ATENCIÓN DE QUEJAS AL CLIENTE EN LA CNT EP. ....	14
2.2.1. TIEMPOS DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS DE LA CNT EP... 14	
2.3. ANTECEDENTES DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA CNT EP. ....	17
2.4. SITUACIÓN ACTUAL DEL TRATAMIENTO DE QUEJAS DE LA CNT EP, CONFORME A INSTRUCTIVO.....	19
2.4.1. ATENCIÓN AL CLIENTE .....	20
2.5. DIAGNÓSTICO DEL TRATAMIENTO DE QUEJAS DE LA CNT EP.....	25
2.5.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25



2.5.2. LA ENCUESTA.....	25
2.5.3. DEFINICIÓN DEL UNIVERSO .....	26
2.5.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	26
2.6. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	27
CAPÍTULO III .....	36
PROPUESTA DE TRATAMIENTO DE QUEJAS EN LA CNT EP.- PLAN DE MEJORA CONTÍNUA .....	36
3.1. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO .....	36
3.1.1. GENERALIDADES .....	36
3.1.2. OBJETIVOS.....	36
3.1.3. ACTIVIDADES .....	37
3.1.4. RECURSOS .....	37
3.2. OPERACIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS.....	38
3.2.1. COMUNICACIÓN .....	38
3.2.2. RECEPCIÓN DE LA QUEJA .....	38
3.2.3. SEGUIMIENTO DE LA QUEJA .....	38
3.2.4. ACUSE DE RECIBO DE LA QUEJA .....	39
3.2.5. EVALUACIÓN INICIAL DE LA QUEJA .....	39
3.2.6. INVESTIGACIÓN DE LAS QUEJAS .....	39
3.2.7. RESPUESTA DE LAS QUEJAS.....	39
3.2.8. COMUNICACIÓN DE LA DECISIÓN .....	40
3.2.9. CIERRE DE LA QUEJA .....	40
CAPÍTULO IV .....	46
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	46
4.1. CONCLUSIONES .....	46

4.2. RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	48
CAPÍTULO V .....	50
ANEXOS.....	50

### ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CÍRCULO DE DEMING DE MEJORA CONTÍNUA.....	9
FIGURA 2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN .....	35
FIGURA 3 CÍRCULO DE DEMING DEL TRATAMIENTO DE QUEJAS DE LA CNT	44

### ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 CUADRO DE TIEMPOS DE ATECIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS .....	15
CUADRO 2 TIPOS DE SANCIÓN Y MONTOS EN DÓLARES DE LAS SANCIONES DE PRIMERA CLASE A CUARTA .....	16
CUADRO 3 FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL .....	20
CUADRO 4 FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL. ....	23
CUADRO 5 CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	26
CUADRO 6 RESULTADO ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS POR PARTE DE CNT .....	34
CUADRO 7 FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL SEGÚN NORMAS DE CALIDAD ISO .....	41
CUADRO 8 TIEMPO DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL SEGÚN NORMAS DE CALIDAD ISO.....	42

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 .....	50
ANEXO 2 .....	52
ANEXO 3 .....	54
ANEXO 4 .....	70
ANEXO 5 .....	76

## RESUMEN

La Constitución de la República del Ecuador, establece que las políticas y la prestación de los bienes y servicios públicos se orientarán al cumplimiento de los derechos de los ciudadanos garantizando el buen vivir, Sumak Kawsay. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p.39).

La CNT EP se dedica a la prestación de servicios de telecomunicaciones como son: telefonía fija y móvil, internet fijo y móvil y televisión satelital, solucionando los problemas de comunicación, que gracias a estas disponemos de innumerables dispositivos de comunicación como lo son: teléfonos móviles, redes sociales, chats, correos electrónicos, comunicación en línea y en tiempo real o videoconferencia; por lo que se hace necesario que las empresas de telecomunicaciones presten sus servicios con calidad, rapidez y buenos precios, orientados a las políticas del buen vivir siendo parte fundamental la atención brindada a los clientes que se acercan a los módulos de atención, en donde se receptorán varios tipos de quejas y se dará la oportunidad de que los clientes conozcan su empresa, se identifiquen con ella, convirtiéndose en clientes frecuentes y leales, por lo tanto la empresa deberá gestionar el proceso de atención de quejas procurando siempre la mejora continua; en esta investigación se presentará esta propuesta partiendo de la percepción de los clientes y considerando la ruta de la calidad, y a sabiendas que la CNT es una de las pocas empresas públicas que se ha calificado con las Normas internacionales ISO 10002:2004.

**Palabras clave:** bienes, servicios, comunicación, telecomunicaciones, quejas.

## ABSTRACT

The Constitution of the Republic of Ecuador establishes that the policies and the provision of public goods and services will be oriented towards the fulfillment of the rights of citizens guaranteeing good living, Sumak Kawsay. (Constitution of the Republic of Ecuador, 2008, p.39).

The CNT EP is dedicated to the provision of telecommunications services such as: fixed and mobile telephony, fixed and mobile internet and satellite television, solving communication problems, thanks to these we have countless communication devices such as: mobile phones, social networks, chats, emails, online and real-time communication or videoconferencing; so it is necessary that telecommunications companies provide their services with quality, speed and good prices, oriented to good living policies being a fundamental part of the attention given to customers who come to the service modules, where will receive several types of complaints and will give the opportunity to customers know your company, identify with it, becoming frequent and loyal customers, therefore the company should manage the process of attention to complaints always seeking continuous improvement; In this research, this proposal will be presented based on the perception of the clients and considering the quality route, and knowing that the CNT is one of the few public companies that has been qualified with the International Standards ISO 10002: 2004.

**Keywords:** goods, services, communication, telecommunications, complaints.

## INTRODUCCIÓN

Es importante establecer un sistema de gestión para la calidad, que esté claramente orientado a los procesos y a la mejora continua. Pues, las organizaciones lograrán el liderazgo en la medida que tengan la habilidad para mantener la excelencia de sus procesos y se comprometan con el constante desarrollo de sus objetivos, siempre orientados a la satisfacción de sus clientes. (García , Quishpe, & Ruez, 2003)

Luego de lo investigado podemos decir que en el Ecuador tenemos a tres grandes empresas; dos privadas y una pública de prestación de servicios de telecomunicaciones, las mismas que durante mucho tiempo han sido conocidas por su presencia y trayectoria como lo son Claro, Movistar y CNT, en lo que a telefonía móvil respecta, cabe indicar que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT – EP implementa la telefonía móvil celular al fusionarse con la empresa TELECSA S.A., cuyo nombre comercial fue ALEGRO PCS desde el mes de marzo del 2010, por lo que al iniciar con la comercialización de estos nuevos productos, se requiere de conocimiento, capacitación y retroalimentación en lo que a atención al cliente se refiere, dando así un giro total a la empresa nacional pública de telecomunicaciones, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para la determinación de objetivos estratégicos; declarando una visión y misión bien definidas, y una atención de calidad que es lo que realmente el cliente desea recibir.

Dentro de lo que es servicio al cliente podemos mencionar una definición de Couso, R. P. (2005) “todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes, constituyen el servicio al cliente”. Entre estas actividades podemos mencionar las siguientes:

- Las actividades necesarias para asegurar que el producto/servicio se entrega al cliente en tiempo, unidades y presentación adecuada.
- Las relaciones interpersonales establecidas entre la empresa y el cliente.
- Los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento posventa.
- El servicio de atención, información y reclamación de clientes.
- La recepción de pedidos de la empresa. (Couso, 2005)

En conclusión, podemos mencionar que los clientes esperan que un “Asesor de servicio al cliente” les provea de una atención personalizada, ya que el deseo más importante del cliente es que cuando necesite soluciones sepa a donde y con quién acudir, puesto que los

clientes son la razón de ser de todas las organizaciones, lo más importante será brindar un servicio de calidad, dándole una ventaja competitiva.

Una queja es una forma de indicarle a la empresa lo que puede cambiar, mejorar, reestructurar etc. ya que, al existir hoy en día una competencia muy definida en el sector de las telecomunicaciones, especialmente en los servicios de telefonía celular, internet, televisión por cable o satelital, un cliente buscará a otros proveedores de la competencia, si la empresa no se enfoca en la atención inmediata de las quejas receptadas por los servicios prestados.

A continuación, se presentan varias concepciones de lo que es el cliente, afirmaciones que deberían llegar a todas las empresas u organizaciones de todos los tamaños ya sea pequeña, mediana o grande, y tener presente al momento de prestar el servicio al cliente. (Couso, 2005, pág. 7).

#### **¿Qué es un cliente?**

- El cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es nuestro objetivo.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndole.
- Un cliente es una parte esencial del negocio; no es ningún extraño.
- Un cliente no solo es dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un trato respetuoso.

“Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de todo negocio. Él paga su salario. Sin el tendríamos que haber cerrado las puertas”.

¡Nunca lo olvide!!

Autor desconocido. (Couso, 2005, pág. 7)

## CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

### 1. NORMATIVA QUE REGULA LA ATENCIÓN DE QUEJAS AL CLIENTE

#### 1.1. NORMAS ISO

La Organización Internacional de Normalización ISO y la Comisión Electrotécnica Internacional IEC, son las entidades que conforman el sistema especializado para la normalización mundial de la **GESTIÓN DE LA CALIDAD**, específicamente en lo relacionado a la “**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. DIRECTRICES PARA EL TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS EN LAS ORGANIZACIONES**”, se presenta la norma **ISO 10002-2004**. Estas normas serán aplicadas en todas las instituciones o entidades que brinden servicio al cliente, buscando siempre la calidad del mismo. (ISO, 1999).

La norma ISO 10002-2004, fue traducida por el grupo de trabajo “Spanish Translation Task Group” del comité ISO / TC 176, Gestión y aseguramiento de la calidad, en donde participaron representantes del sector empresarial de los países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia; Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Estados Unidos de América. México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, inclusive participaron representantes de COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas) y de INLAC (Instituto Latinoamericano de Aseguramiento de Calidad), desarrollando revisiones desde su creación en 1999 hasta lograr la unificación de la terminología en lengua española para el tratamiento de la gestión de la calidad. (ISO, 1999).

El marco regulatorio en el Ecuador de cumplimiento obligatorio respecto a la entrega de servicios de telecomunicaciones, atención de quejas y reclamos, determinación de tiempos de demoras, e inclusive el establecimiento de sanciones es la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, las normas ISO son de aplicación voluntaria de la alta dirección cuya visión es la excelencia, para lo que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones a partir del 2 de diciembre del 2014 obtuvo la certificación de la calidad ISO, para los procesos de atención al cliente.

## 1.2.GENERALIDADES

La norma ISO sirve de guía para el diseño e implementación del proceso de tratamiento de las quejas, el cual será eficaz y eficiente para todo tipo de actividades de empresas comerciales o de servicios. Dicha norma internacional deberá beneficiar a las empresas y a sus clientes, abonados reclamantes y otras partes interesadas. (ISO, 1999, pág. 1)

Cuando en una organización, el tratamiento de las quejas y/o reclamos es eficaz y eficiente, reflejara todas las necesidades de las empresas proveedoras de los productos o servicios y los clientes o abonados que serán beneficiarios de estos. El adecuado tratamiento de quejas y reclamos incrementará la satisfacción del cliente, incrementará su lealtad, obtendrá la aprobación del cliente y mejorará la competitividad local e internacional de las entidades prestadoras. (ISO, 1999, pág. 1)

Con la implementación del proceso de tratamiento de quejas descrito en la norma ISO 10002-2004, se obtendrían los siguientes beneficios:

- Con un proceso adecuado por parte de las empresas en el tratamiento de quejas y reclamos el abonado reclamante tendrá un proceso de tratamiento adecuado, abierto y sencillo;
- La empresa prestadora de productos o servicios, se concentrará en elevar la capacidad de respuesta de las quejas, la misma que será de forma coherente, ordenada y responsable para la satisfacción del cliente reclamante y por su puesto la organización receptora de la queja;
- Aumentará la habilidad que tiene la organización, para identificar las inconformidades presentadas por los abonados, es decir las quejas, y mejorar las acciones tomadas frente a ellas para el tratamiento de las quejas dentro de la organización;
- La organización se enfocará en obtener un acercamiento al cliente, para mejorar el tratamiento de quejas y reclamos, así como también incentivará al personal de la misma para mejorar el trato y habilidades en el trabajo diario con los clientes;
- La organización proveerá los instructivos y manuales para la revisión y análisis del proceso interno del tratamiento de quejas y reclamos, tomará las acciones pertinentes para la dar solución a los procesos. (ISO, 1999, págs. 1,2)

### **1.3.OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN**

Las normas ISO y sus revisiones fueron creadas con el objetivo de orientar a las entidades proveedoras de productos y servicios, a un correcto procedimiento del tratamiento de quejas y reclamos en los productos y servicios comercializados, usados en un adecuado proceso de la gestión de la calidad. (ISO, 1999, pág. 3)

Para obtener mejora continua de la gestión de quejas en la empresa, sus directivos deberán estar comprometidos a la adopción de procedimientos que le enfoquen hacia la calidad del servicio, como:

- a) Deberá buscar el incremento de satisfacción percibida por el cliente, mediante la mejora del portafolio de los productos y servicios que poseen las organizaciones.
- b) Los altos directivos deberán estar comprometidos con la organización, provisionando y disponiendo los recursos necesarios para la formación de su personal o recurso humano. Reconoce y se ocupa de las necesidades y expectativas de los reclamantes;
- c) Esta norma proporciona a las personas o clientes reclamantes un adecuado proceso de quejas, es decir fácil de utilizar por los clientes y también será eficaz.
- d) Además, analizará las quejas emitidas por los clientes y realizarán también una evaluación de las mismas con la finalidad de mejorar el producto o servicio y por su puesto la calidad de atención al cliente.
- e) Se realizará también una auditoría del proceso del tratamiento de quejas y reclamos que llevarán las entidades prestadoras de productos y servicio.
- f) Por último, controlará que el proceso de atención de quejas y reclamos se manejen de una forma eficiente y eficaz, para satisfacción del cliente. (ISO, 1999, pág. 3)

### **1.4.TÉRMINOS Y DEFINICIONES**

Los términos y definiciones que se mencionan en la norma internacional, ISO 10002-2004; base de la implementación del proceso de calidad en la atención de quejas de los clientes, en la que se fundamentará el proyecto de mejora continua, son los siguientes:

#### **1.4.1. RECLAMANTE**

Toda persona natural o jurídica que expresa una inconformidad o queja con el producto o servicio adquirido por ellos. (ISO, 1999, pág. 4)

#### **1.4.2. QUEJA**

Manifestación de un cliente en contra de la organización al encontrar una inconformidad o no complacencia con respecto a sus productos o servicios adquiridos, o al no tener respuesta oportuna y/o acertada a favor del cliente incluso en el tratamiento de quejas presentada por el o los clientes. (ISO, 1999, pág. 4)

#### **1.4.3. CLIENTE**

Persona natural o jurídica que adquiere un producto o servicio de una entidad prestadora de los mismos. (ISO, 1999, pág. 4)

#### **1.4.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Apreciación de las personas que adquirieron productos o servicios a una entidad, sobre el nivel de satisfacción percibidos en cuanto al cumplimiento de sus requerimientos. (ISO, 1999, pág. 4)

#### **1.4.5. SERVICIO AL CLIENTE**

Es un servicio o atención que una persona colaboradora de una empresa brinda a un cliente durante un proceso de venta, entrega del producto o servicio o cuando se atiende consultas, pedidos, quejas o reclamos. (ISO, 1999, pág. 4)

#### **1.4.6. RETROALIMENTACIÓN**

Iniciativas, acotaciones e interés por parte de los clientes de los productos y servicios prestados por una entidad u organización, derivados al trámite del tratamiento de las quejas y reclamaciones (ISO, 1999, pág. 5)

#### **1.4.7. PARTE INTERESADA**

Grupo o individuo, también llamados público de interés, preocupados por el desempeño correcto de su organización buscando siempre el éxito. (ISO, 1999, pág. 5)

#### **1.4.8. OBJETIVO**

Es el fin que se busca o apremia con el propósito de mantener un correcto tratamiento del proceso de quejas o reclamos. (ISO, 1999, pág. 5)

#### **1.4.9. POLÍTICA**

Propósitos planteados por una organización, con respecto al tratamiento de quejas y reclamos, así expresados por los directivos de una empresa buscando su cumplimiento obligatorio. (ISO, 1999, pág. 5)

#### **1.4.10. PROCESO**

Operaciones a las que se someterán los integrantes de una organización, que interactúan entre sí, con el objeto de transformar estas fases sucesivas de entrada en resultados propuestos, que serán evaluados por los directivos. (ISO, 1999, pág. 5)

### **1.5. PRINCIPIOS DE ORIENTACIÓN**

#### **1.5.1. GENERALIDADES**

Los clientes que requieran realizar cualquier tipo de queja o reclamación a una entidad proveedora de productos o servicios, deberán tener pleno conocimiento de a donde acudirán para expresar su reclamo, la forma en que se deberá presentar el mismo, los cuales serán fáciles de acceder a la información, también deberá ser comprensible para todas las personas que visitarán a las empresas, incluyendo las personas con capacidades especiales sin discriminación alguna. (ISO, 1999, pág. 5)

#### **1.5.2. VISIBILIDAD**

Esta cláusula hace referencia a que la información que deberá prestar la entidad a cerca de las quejas y reclamos debe ser conocida por los clientes, el personal y otras partes interesadas de la empresa. (ISO, 1999, pág. 5), aspecto que contribuirá a que el cliente sepa a donde acudir; y, a que el personal de la empresa pueda en forma eficiente direccionar al cliente hacia la solución de sus reclamos.

#### **1.5.3. ACCESIBILIDAD**

Dicho proceso deberá ser fácil y accesible para todos los clientes, así como también fáciles de entender y usar, además la información tiene que estar en un lenguaje sencillo de modo que todos los usuarios de productos y servicios puedan comprenderlo; las indicaciones de como ingresar o manifestar la queja o reclamo será el adecuado, inclusive estará impresa en todos los idiomas que los productos se han ofrecido o demandado; y por último se

presentarán en diferentes formatos para personas con capacidades especiales como son cintas de audio para personas sordas, sistema braille para los no videntes, de forma que, ninguna persona o cliente reclamante se sienta perjudicado. (ISO, 1999, pág. 5). Con la aplicación de esta cláusula se garantizará la accesibilidad a los servicios y a los reclamos, que en la Constitución de la República del Ecuador se determina como un derecho de las y los ecuatorianos.

#### **1.5.4. RESPUESTA DILIGENTE**

Bajo la convicción de que un cliente bien atendido es un cliente que siempre regresará por un nuevo servicio, más aún cuando al tratamiento de quejas se refiere, la empresa deberá tener una respuesta no solo inmediata, sino diligente y con calidez, determinando esta cláusula lo siguiente:

Al momento de que un cliente se acercase a una organización a realizar una queja o reclamo, esta deberá ser procesada de manera inmediata, las mismas serán tratadas con la prontitud que amerite de acuerdo a la urgencia que presenten, cabe indicar que al cliente reclamante la persona que preste el servicio deberá tratarlo con respeto y cortesía, y lo mantendrá informado acerca del avance de su reclamo o queja hasta que se culmine dicha atención. (ISO, 1999, pág. 6)

#### **1.5.5. OBJETIVIDAD**

La queja presentada por los clientes será manejada de forma igualitaria para todos, objetiva y justa para el tratamiento de las mismas. (ISO, 1999, pág. 6).

Al hablar de objetividad debemos tener presente que al momento de tener una queja presentada en nuestra empresa, deberá ser clara, abierta a los cliente, para que los mismos puedan estar informados y dar el respectivo seguimiento, además será imparcial, de modo que no haya sesgos hacia el cliente ni hacia la empresa, tendrá el carácter de confidencial puesto que la identidad del cliente será protegida por la empresa, y se dará especial atención a las necesidades de los clientes de la organización. (ISO, 1999, pág. 17)

#### **1.5.6. COSTOS**

Durante el proceso de reclamación, en ningún momento de su ciclo tendrá costo alguno para el cliente que está generando una queja o reclamo. (ISO, 1999, pág. 6)

### **1.5.7. CONFIDENCIALIDAD**

La respuesta o cualquier tipo de información acerca de la queja o reclamo que presentó el cliente en una entidad u organización, tendrá que ser de carácter confidencial o personal, no se dará ningún tipo de información o parte de ella a terceras personas sin la autorización del titular. (ISO, 1999, pág. 6)

### **1.5.8. ENFOQUE AL CLIENTE**

Durante el tratamiento de quejas y reclamos, la empresa estará enfocada al cliente reclamante, demostrar el compromiso que se presenta al momento de dar solución a los requerimientos, con acciones propuestas por los directivos. (ISO, 1999, pág. 6)

### **1.5.9. RESPONSABILIDAD**

Con relación al tratamiento de quejas y reclamos, la organización o empresa definirá claramente y comunicará a sus clientes quien es la persona o departamento responsable de responder e informar el proceso y/o respuestas de las quejas. (ISO, 1999, pág. 6)

### **1.5.10. MEJORA CONTÍNUA**

Un plan de mejora continua, con respecto al tratamiento de quejas, deberá ser un objetivo primordial de todas las empresas u organizaciones. (ISO, 1999, pág. 6). Se utilizará con el fin de obtener mejoras notorias e indispensables en los procesos de entidades proveedoras de productos y servicios direccionadas para los clientes, por lo que como resultado se obtendrá también un medio más rápido para la producción de bienes y servicios. (Chang, 1994, pág. 7)

Chang, R menciona en su libro Mejora Continua de Procesos, que para lograr el éxito deseado de toda organización es el plan de mejora, con esta herramienta se tendrá como resultado la calidad en las labores y en la vida misma de las personas. (Chang, 1994, pág. 15)

A continuación, exponemos un breve resumen del círculo de Deming o PDCA, enfocado a la mejora continua de procesos.

El círculo de Deming o PDCA fue considerada como la herramienta básica y elemental de la mejora continua de las empresas. Fue creada por Edward Deming y hoy en día es la más utilizada en la mayoría de empresas del mundo, convirtiéndose en el principal símbolo de la mejora continua. (Deming, 2000).

Edward Deming fue el creador de este ciclo, y llegó a ser considerado como el padre de la Calidad Total. (Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO, 2013).

Las fases del círculo de Deming fueron creadas y representadas de una forma sencilla mediante un círculo que paso a paso va indicando la evolución continua del proceso de calidad total, formando una rueda, la misma que estará en constante movimiento secuencial, es decir que cada paso alimentará al siguiente avanzando dicho ciclo de forma natural. (Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO, 2013).

Las fases las mencionaremos a continuación:

**Planificar o plan.** En este punto, se transcribirá en un documento de papel los cambios que la organización desea alcanzar, estableciendo en primera instancia una estrategia, luego valoraran la misma para verificar su factibilidad, y lo que se requiere utilizar para la consecución de estos.

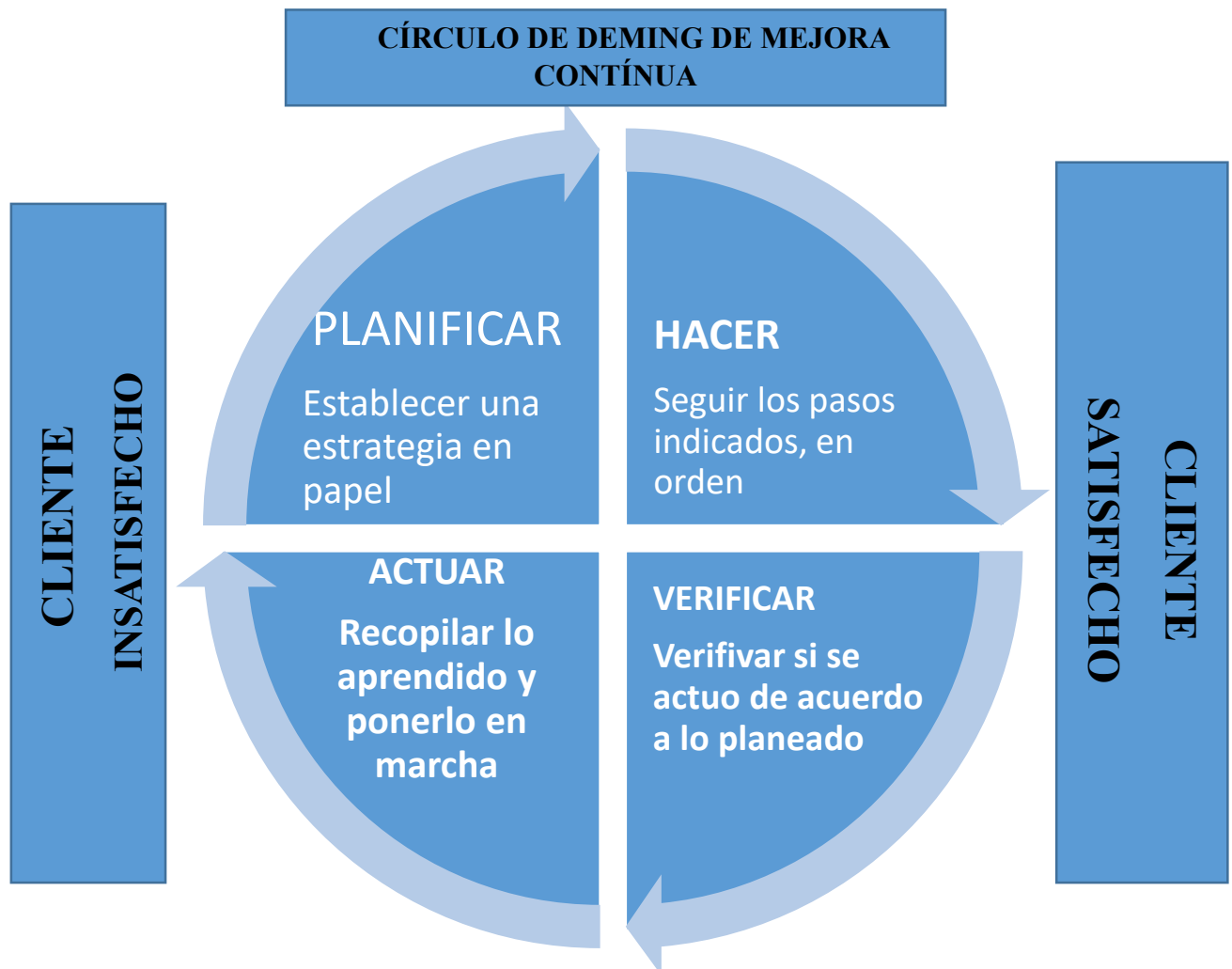
**Hacer.** Esta es la etapa en la que se lleva a cabo lo propuesto, es decir, siguiendo los pasos marcados en el punto anterior en orden y proporción que se encuentran planteados en la planificación de la etapa anterior.

**Verificar.** Luego de realizar los pasos de planificar y hacer, nos toca la verificación, es decir en esta etapa controlaremos que lo propuesto anteriormente compagine con lo planteado, que cause los efectos esperados y que corresponda a lo que en la planeación se delineó.

**Actuar.** Luego de la verificación a partir de los resultados que obtuvimos, nos toca ponerlo en marcha, una vez que iniciamos el plan de mejora tendremos observaciones que servirán para que el círculo continúe, regresando a la primera etapa de planificación, de

modo que el plan de mejora de la calidad total estará siempre dinámico. (Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO, 2013).

FIGURA 1 CÍRCULO DE DEMING DE MEJORA CONTÍNUA



Elaborado por: El autor, Ecuador 2018

Edward Deming, después de su muerte en 1950, llegó a convertirse en el padre de la Calidad Total (TQM), su teoría fue tomada por los japoneses revolucionando su actividad industrial, y los americanos se dieron cuenta de las ventajas que brindaría este círculo en la mejora de la producción. (Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO, 2013), obteniendo las siguientes ventajas:

1. Hacer constante el propósito de mejorar la calidad

2. Adoptar la nueva filosofía
3. Terminar con la dependencia de la inspección masiva
4. Terminar con la práctica de decidir negocios en base al precio y no en base a la calidad
5. Encontrar y resolver problemas para mejorar el sistema de producción y servicios, de manera constante y permanente.
6. Instituir métodos modernos de entrenamiento en el trabajo
7. Instituir supervisión con modernos métodos estadísticos.
8. Expulsar de la organización el miedo
9. Romper las barreras entre departamentos de apoyo y de línea.
10. Eliminar metas numéricas, carteles y frases publicitarias que piden aumentar la productividad sin proporcionar métodos.
11. Eliminar estándares de trabajo que estipulen cantidad y no calidad.
12. Eliminar las barreras que impiden al trabajador hacer un buen trabajo
13. Instituir un vigoroso programa de educación y entrenamiento
14. Crear una estructura en la alta administración que impulse día a día los trece puntos anteriores.

#### Los Siete Pecados Mortales

1. Carencia de constancia en los propósitos
2. Enfatizar ganancias a corto plazo y dividendos inmediatos
3. Evaluación de rendimiento, calificación de mérito o revisión anual
4. Movilidad de la administración principal
5. Manejar una compañía basado solamente en las figuras visibles
6. Costos médicos excesivos
7. Costos de garantía excesiva. (Padilla, 2003).

Empresas de todo el mundo han utilizado los principios de Deming, ya que está comprobado que siguiendo los mismos las organizaciones aumentan la calidad y disminuyen los costos de producción, pudiendo brindar productos o servicios de calidad y a menor costo. (Padilla, 2003).

## CAPÍTULO II

### 2. SITUACIÓN ACTUAL DE TRATAMIENTO DE QUEJAS EN LA CNT EP

#### 2.1. INSTRUCTIVO DE ATENCIÓN PRESENCIAL

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, conforme al decreto ejecutivo con el que se emitió la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, y lo dispuesto en su artículo 11, numeral 8, aprueba y modifica los reglamentos internos que requiere la empresa, resolviendo crear el instructivo de Atención Presencial. (Gerencia Cordinadora Nacional, 2015, pág. 3)

Dentro del ámbito de este instructivo, se presentan disposiciones obligatorias que deben ser acatados por todos los servidores, empleados o trabajadores que realizan funciones de atención al cliente. Como son los asesores comerciales que realizan actividades de venta y posventa en los centros integrales de servicios de la CNT EP, y los asesores de atención del cliente-recaudación, quienes cumplen con la actividad de cobros de los servicios prestados. (Gerencia Cordinadora Nacional, 2015).

A continuación, se hace referencia a las actividades que debe efectuar el personal asignado al servicio al cliente y atención de quejas en la CNT EP, aspectos sobre los que el investigador evaluará su cumplimiento a través de observaciones directas y con el uso de encuestas aplicadas a los clientes.

En el capítulo 2 del instructivo se establece disposiciones sobre la “Imagen Personal”, es decir el cuidado de la imagen que deben tener los asesores y el uso adecuado de los uniformes provistos por la empresa, según horario establecido en este instructivo, que se mencionan en los artículos 4 y 5, en donde indica que de lunes a jueves se usará el uniforme de gabardina, blusa blanca y calzado negro casual; viernes y fin de semana jean oscuro y camiseta polo blanca. Además, en los artículos 6, 7 y 8 se presentan instrucciones para el personal femenino respecto de su presentación (maquillaje), y el uso permanente del carné de identificación. (Gerencia Cordinadora Nacional, 2015, pág. 3)

En el capítulo 3, se establece “cómo llevar la imagen del puesto de trabajo”, donde hace mención el orden que debe llevar el asesor, dispone que los documentos del cliente se

entregarán para digitalización, en caso de reclamos, no podrá poner recordatorios, adhesivos en el puesto de trabajo, tickets, basura o publicidad ajena en la empresa, como mandan los artículos 10, 11, 12 y 13. (Gerencia Cordinadora Nacional, 2015, pág. 4)

En el capítulo 4 “Atención al Cliente” determina la forma en la que se debe recibir al cliente, desde la bienvenida por parte del guardia privado quien es la primera persona que mantiene contacto con el cliente direccionando al asesor, debiendo indicar el tiempo en el que va a ser atendido, para esto el asesor deberá estar 10 minutos antes de la jornada laboral para que los sistemas se encuentren operativos, debiendo cumplir también con el tiempo establecido de su horario de almuerzo, se dotará al cliente de una atención ágil y oportuna, sin tiempos de espera innecesarios, no se podrán realizar actividades en su escritorio si se encuentra fuera del horario de trabajo frente a clientes que estén esperando. Es obligatorio el uso de scripts y saludos por parte de los asesores con sus clientes, usando protocolos: bienvenida, cierre y despedida, como parte fundamental, el asesor deberá tratar con respeto y empatía al cliente el asesor llamará al cliente del apellido, no podrá conversar con sus compañeros al momento de la atención, escuchando al cliente sin interrumpirlo, indagando todos sus requerimientos y necesidades llegando a una solución, siendo pertinente indicar el tiempo de respuesta de dicho requerimiento, validando todos los campos de información del cliente de los servicios contratados, siendo evaluada dicha información ingresada a los sistemas por el personal como dictaminan los artículos del 14 al 24. (Cliente, 2017, pág. 5)

Seguidamente, en el capítulo 5 del instructivo de servicio al cliente, los artículos del 25 al 30 determinan la forma de atención al cliente en el ámbito de la recaudación, tratándose de igual manera que la atención de servicio al cliente, con la diferencia de que los asesores de recaudación se dedicarán únicamente a realizar los cobros de las planillas de los diferentes servicios contratados que mantengan los abonados. (Cliente, 2017, págs. 5,6).

En lo que implica a prohibiciones de los asistentes de servicio al cliente y recaudador, contenidos en los artículos del 31 al 38 del capítulo 6, están prohibidas todas las actividades no inherentes de la actividad del servicio al cliente como maquillarse o peinarse, no podrán tener comida en sus puestos de trabajo, pegar papeles en las paredes, escritorio, computador, etc. No podrán direccionar a un cliente a otro centro de atención y ventas, o donde otro compañero, ya que todos deberán estar capacitados para solventar los requerimientos del

cliente; no deteriorar la imagen de los asesores, masticando alimentos, chiles o bebidas en sus puestos de trabajo. Prohibido solicitar copias de documentos de identificación como cédulas y certificados de votación, además está prohibido el uso de celulares o aparatos electrónicos como reproductores de música, audífonos etc. (Cliente, 2017, pág. 6)

En el instructivo en referencia además se establecen las “responsabilidades de los supervisores”, entre las cuales también deberá mantener una adecuada imagen personal e institucional. Verificará los precios de los terminales de las vitrinas, y serán actualizados de ser el caso, verificará además: que la sala esté ordenada y limpia, que cuenten con ventilación adecuada, que los sistemas requeridos para la correcta atención al público estén operativas al cien por ciento, y en caso de no ser así notificar al departamento correspondiente; garantizando de esta manera el orden y limpieza del centro de atención, de no ser así actuar o escalar al departamento de limpieza correspondiente para sanear la inconsistencia presentada, velará para que el flujo de atención sea el más adecuado, para brindar la percepción de mantener los recursos humanos disponibles para brindar la adecuada atención. Revisará que su centro de atención disponga del material de trabajo suficiente, como son los stocks de los equipos electrónicos que sirven para la atención y venta de los diferentes servicios que comercializa.

Otras de las funciones de importancia es la de verificar que el material publicitario disponible en los módulos de los asesores este vigente conforme a las promociones presentadas en guías comerciales. Validar que los asesores cuenten con los sistemas operativos y transaccionales para el desempeño de sus funciones, así mismo validará que los asesores estén capacitados sobre todos los productos, servicios y procesos, que ofrece la empresa, en caso de detectar vacíos acudirá al área respectiva para la retroalimentación. Mes a mes realizará un cronograma de trabajo con los horarios establecidos, así mismo controlará las activaciones y cambios de equipos con su respectiva documentación habilitante, en el proceso de postventa realizará el seguimiento respectivo para brindar el apoyo a los clientes que presenten no conformidades, que se encuentren molestos con el o los servicios, o requieran soporte especializado, dando también seguimiento a los niveles de servicio, tiempos de espera y demás indicadores de servicio, con la finalidad de garantizar su cumplimiento. Realizar diariamente el **“CHECK LIST PARA EL CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE ATENCIÓN PRESENCIAL CNT”**. (Anexo 2) y realizar retroalimentación

de las acciones observadas con el fin de generar correctivos con el personal. Velar por el cumplimiento de esta política a lo largo de la jornada de trabajo. (Cliente, 2017, págs. 6,7)

## **2.2. NORMATIVA QUE REGULA LA ATENCIÓN DE QUEJAS AL CLIENTE EN LA CNT EP**

Dentro del marco regulatorio para la atención de quejas efectuadas por los clientes de la CNT, se presentan:

- Ley Orgánica de Telecomunicaciones;
- Instructivo de Atención Presencial de la CNT EP; y,
- Normativa Regulatoria para el cumplimiento del tiempo de atención de quejas y reclamos.

### **2.2.1. TIEMPOS DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS DE LA CNT EP**

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, para la determinación de tiempos de atención de quejas y reclamos, se fundamenta en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, a base de la que, mediante oficio número: GNRI-GREG-09-0431-2016, se emitió la disposición y marco regulatorio para el cumplimiento obligatorio del tiempo de atención de quejas y reclamos por parte de todas las gerencias nacionales, provinciales, y las gerencias regionales de la empresa. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 1).

La Ley Orgánica de telecomunicaciones en el artículo 22.- Derechos de los Abonados, Clientes y Usuarios, numeral 13, establece que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, deberá brindar la atención oportuna en cuanto a la solución de quejas y reclamos de los servicios contratados por los abonados. (Asamblea Nacional Constituyente, 2015)

Igualmente, en el artículo 24 literal 19 en cuanto a las Obligaciones de los prestadores de servicios de telecomunicaciones menciona que es necesario garantizar la atención oportuna conjuntamente con la solución de reclamos presentados por los clientes en los plazos establecidos por la ley mandante. (Asamblea Nacional Constituyente, 2015)

Dentro de las consideraciones generales de las obligaciones de los prestadores de servicios, estipulada en el artículo 59 de la misma ley, se establece que las solicitudes de quejas y reclamos presentados por los abonados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, no deberán superar el tiempo máximo de quince días, únicamente

podrá extenderse el tiempo de atención en quejas o reclamos que presenten un alto grado de complejidad. (Asamblea Nacional Constituyente, 2015).

Cuando exista un caso complejo, deberá direccionarse a la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL, para la solución de quejas y reclamos en los tiempos establecidos, los cuales mencionamos a continuación:

Para telefonía fija 4 días o 96 horas continuas, mientras que para telefonía móvil 120 horas, en quejas o reclamos de servicios de valor agregado, el tiempo máximo de resolución de los casos será de 7 días. La atención y reclamos en el artículo 18.3 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones establece que el tiempo máximo para recibir una solución definitiva, es decir una vez superado el inconveniente que generó la queja o reclamo, el prestador de servicios tendrá un tiempo máximo de 15 días; por lo que esta normativa es clara y le corresponde a la CNT EP dar un estricto cumplimiento. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 2).

**CUADRO 1 CUADRO DE TIEMPOS DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS**

<b>SERVICIO PRESTADO</b>	<b>TIEMPO MÁXIMO DE ATENCIÓN</b>
<b>TELEFONÍA FIJA</b>	4 DÍAS O 96 HORAS
<b>SERVICIO MÓVIL AVANZADO</b>	5 DÍAS O 120 HORAS
<b>SERVICIOS DE VALOR AGREGADO</b>	7 DÍAS
<b>AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN</b>	7 DÍAS
<b>SERVICIO PORTADOR</b>	8 HORAS

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

Como se expresa en el cuadro precedente y conforme a la resolución del ARCOTEL No. ARCOTEL-2016-0144, referente a los índices de calidad, para la telefonía fija el tiempo promedio para que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones dé solución a una queja o reclamo tiene un plazo de 4 días o 96 horas, mientras que para el servicio móvil avanzado será de 5 días o 120 horas continuas, servicio de valor agregado, 7 días, servicios de audio y video, es decir Televisión Satelital o DTH, que es el nombre comercial del servicio será de 7 días, mientras que para el servicios portadores, es decir servicios móviles como celulares e internet, la empresa prestadora del servicio deberá dar solución en 8 horas.

Referente al tratamiento de Atención y Reclamos, dictaminado en el artículo 24 numeral 19, donde se garantizará que la atención de quejas y reclamos presentadas por los abonados reclamantes serán solucionados en los tiempos establecidos escritos en la normativa vigente o títulos habilitantes. (Asamblea Nacional Constituyente, 2015)

Conforme al ordenamiento jurídico vigente; los reclamos o quejas que duren más de 15 días en dar solución o contestación, estarán escritos en el contrato celebrado por el cliente y la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que además estarán aprobados por el CONATEL o la SENATEL. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 4).

Como se mencionó en párrafos anteriores, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones se encuentra sujeta a lo establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, por lo que, en caso de incumplimiento de las quejas y reclamos, es decir que si la empresa prestadora de servicios de Telecomunicaciones no resuelven las quejas y reclamos dentro de los plazos establecidos, se sancionará con multas económicas de primera clase en adelante, causada por reincidencias, sanciones de segunda clase, tercera y cuarta clase. La CNT estará expuesta a recibir procedimientos de control por parte de ARCOTEL, cuando el ente regulador crea conveniente o verifique cualquier tipo de inconveniente. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 5).

A continuación presentamos el cuadro con los tipos de sanción y montos en dólares de las sanciones de primera clase a cuarta:

**CUADRO 2 TIPOS DE SANCIÓN Y MONTOS EN DÓLARES DE LAS SANCCIONES DE PRIMERA A CUARTA CLASE**

SANCCIONES DE PRIMERA CLASE		SANCCIONES DE SEGUNDA CLASE		SANCCIONES DE TERCERA CLASE		SANCCION DE CUARTA CLASE	
REFERENCIA 0,001%	REFERENCIA 0,001%	REFERENCIA 0,031%	REFERENCIA 0,07%	REFERENCIA 0,071%	REFERENCIA 0,1%	REFERENCIA 1%	
Multa más baja de primera clase	Multa más alta de primera clase	Multa más baja de segunda clase	Multa más alta de segunda clase	Multa más baja de tercera clase	Multa más alta de tercera clase	Multa más alta de cuarta clase	
<b>FIJA</b>	4229,05	126871,62	131100,67	296033,77	300262,82	422905,38	4229053,84
<b>MOVIL</b>	675,03	20280,89	20295,92	47252,08	47927,11	67502,97	675029,67
<b>PORTADOR</b>	46,37	1391,01	1437,88	3245,7	3292,07	4636,71	46367,14
<b>INTERNET</b>	2676,53	80295,87	82972,4	187357	190033,56	267652,9	2676528,97
<b>DTH</b>	51682	15504,61	1602,43	36177,42	36694,24	1682,03	516820,28

Fuente: (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 5)

Por otro lado, la ARCOTEL de manera periódica, puede realizar el seguimiento del tratamiento de quejas y reclamos que maneja la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, buscando inconsistencias en los tiempos de atención de quejas y reclamos, teniendo delegados en cada una de las provincias, buscando siempre que la entidad dé atención oportuna de las quejas y reclamos presentadas por los abonados reclamantes. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2016, pág. 6), garantizando de esta manera la calidad del servicio.

### **2.3. ANTECEDENTES DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA CNT EP**

Mediante Suplemento del Registro Oficial No. 48 del 16 de octubre del 2009, se expidió la Ley Orgánica de Empresas Públicas;

Mediante Decreto Ejecutivo No. 218 de 14 de enero del 2010, se creó la empresa pública Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, como persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, con domicilio principal en Quito, Distrito Metropolitano.

La Ley Orgánica de Empresas Públicas, en su Artículo 11, número 8, faculta al Gerente General de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, a aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa. (Gerencia Coordinadora Nacional d. , 2015, pág. 1).

La compañía Telecomunicaciones Móviles del Ecuador, TELECSA S.A., cuyo nombre comercial era ALEGRO, fue creada por Andinatel y Pacifictel como una compañía de telefonía celular de Ecuador con sede en la ciudad de Quito, con servicios de telefonía móvil celular, internet, servicios portadores y agregados. Recibió una concesión de parte del Estado ecuatoriano el 3 de abril de 2003 y entró en operaciones en diciembre de ese mismo año.

El 30 de octubre de 2008, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) S.A, se fusionó de las empresas Andinatel S.A. y Pacifictel S.A.; para posteriormente, el 14 de enero de 2010, convertirse en una empresa totalmente pública y denominarse CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT) EP, empresa líder en el mercado de las telecomunicaciones del Ecuador. En marzo del 2010 se anuncia que Alegro será totalmente absorbida por CNT EP por lo que pasó a ser propiedad del gobierno ecuatoriano.

Posteriormente, el 30 de julio del 2010 se oficializó la fusión entre CNT y la telefonía móvil ALEGRO, lo que permitió desarrollar la cartera de productos, mejorando los paquetes de servicios y la convergencia de tecnologías, lo cual le permite a CNT competir con las actuales empresas de telefonía Claro y Movistar.

La nueva compañía inició operaciones con un capital de \$245,9 millones, un patrimonio de \$1000 millones y un presupuesto bianual de inversiones de \$900 millones de dólares americanos. (Recuperado en Línea (miércoles 27 de diciembre del 2017 a las 21:35 horas ([www.cnt.gob.ec](http://www.cnt.gob.ec))).

Con la fusión entre las empresas antes mencionadas, la CNT dio un giro total en lo que a atención al cliente se refiere, recordemos que Andínatel no brindaba la atención de servicio al cliente, más en sus instalaciones únicamente había el servicio de cabinas telefónicas, es decir llamadas vía teléfono convencional con destinos nacionales e internacionales y recaudación para que los abonados realicen los pagos por el servicio contratado; al volverse una empresa convergente, con un amplio portafolio de productos y servicios como son de telefonía fija y móvil, se vio la necesidad de implementar la atención de servicio al cliente, con cuatro módulos de atención al cliente, y dos módulos de atención al cliente-recaudación, adoptando además sistemas operativos y transaccionales como lo son el OpenFlexis, para trámites y consultas de los servicios fijos (telefonía por cobre y CDMA450, internet fijo residencial y corporativo por cobre y actualmente telefonía e internet residencial por fibra óptica); el sistema OpenSmartflex para consultas y trámites de servicios móviles (celulares e internet móvil con tecnología GSM, HSPA+ y 4G LTE).

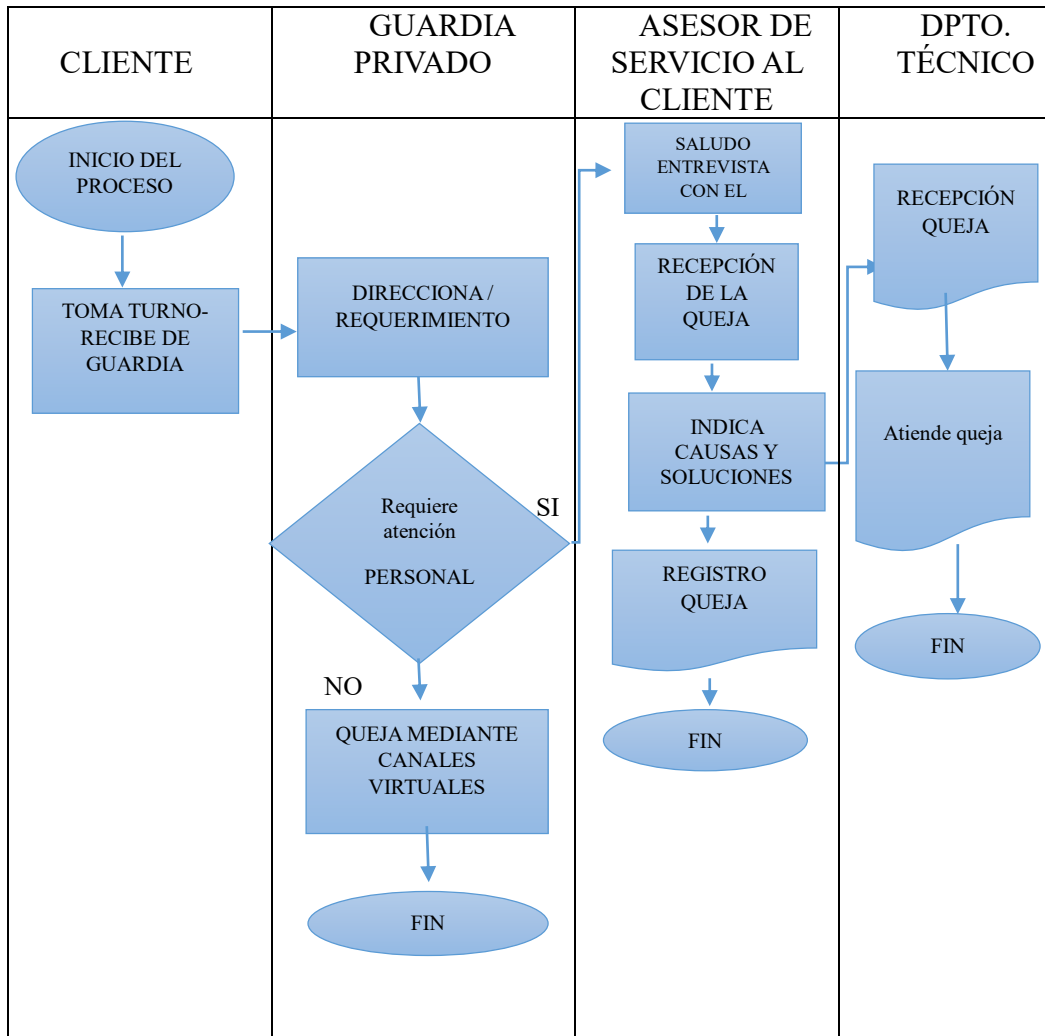
Al tener todos estos productos y servicios, la CNT se ve en la obligación de capacitar a su personal para brindar una atención adecuada e incrementar su volumen de ventas, proponiéndose estratégicamente un plan de ventas mensuales, con cumplimiento de metas y objetivos en todos los servicios de prestación, sabiendo que con estos nuevos servicios y productos ( teléfonos celulares, chips, tarjetas prepago, modem de internet móvil) los asesores deberán tener el pleno conocimiento de los equipos tecnológicos, precios y demás para dar una buena atención al cliente, cabe indicar que al ser proveedores de servicios de telecomunicaciones, los mismos están propensos a tener cierto tipos de defectos, como desconexiones, daños en las redes, cobertura mínima en lugares determinados, congestiónamiento de la red, congestiónamiento en horas pico, baja velocidad de conexión de datos, etc. por lo que se presentarán quejas a diario por parte de los abonados, quienes

hoy en día exigen a las empresas de telecomunicaciones la excelencia en los servicios prestados, ya que tanto los servicios fijos como móviles se han convertido en una necesidad para las personas, motivo por el cual diseñaremos un plan de mejora para el tratamiento de las quejas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP.

#### **2.4. SITUACIÓN ACTUAL DEL TRATAMIENTO DE QUEJAS DE LA CNT EP, CONFORME A INSTRUCTIVO**

Cuando un abonado o cliente tiene algún desperfecto o no conformidad con su servicio de telefonía fija, internet fijo, televisión satelital, telefonía e internet móvil contratado ya sea mediante cobre o fibra óptica, acudirá a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP de la ciudad de Azogues a presentar su queja. A continuación, mediante un Flujograma indicaremos el proceso que deberá seguir para recibir la atención por parte del asesor y que se encuentra establecida en el Instructivo de Atención Presencial, elaborada por la Gerencia Coordinadora Nacional de Relación con el Cliente en marzo del 2015, descrito en líneas anteriores.

**CUADRO 3** FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL



**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

Del Flujograma anterior se desprende que: para la atención de servicio al cliente, el investigador se ha guiado en el instructivo de atención presencial que mantiene la Corporación Nacional de telecomunicaciones, en donde indica el proceso que deberán seguir todos los asesores de servicio al cliente durante el proceso de atención.

#### 2.4.1. ATENCIÓN AL CLIENTE

Según el artículo 14 del mencionado instructivo, la primera persona que mantiene contacto directo con el cliente o abonado reclamante es el Guardia de Seguridad, quien recibirá al mismo con absoluta cordialidad aplicando un protocolo de bienvenida. Primeramente deberá abrir la puerta cuando aplica, dar la bienvenida con un atento saludo

“buenos días, buenas tardes bienvenido a CNT”, ayudará a que el cliente obtenga su turno, y direccionará hacia los módulos de atención y ventas de la CNT de la ciudad de Azogues que son un total de cuatro módulos de atención al cliente y dos módulos o ventanillas de atención al cliente cobros, al terminar la atención al cliente abonado, es decir al momento de la salida del cliente, se realizará la despedida con un pequeño saludo atento de “Gracias por su visita” (Cliente, 2017, pág. 4).

Cuando existan centros de atención al cliente que mantengan en su sala a un anfitrión o anfitriona, esta deberá sujetarse a las disposiciones del artículo 15 del instructivo que DETERMINA:

- a) Al igual que el guardia de seguridad, el anfitrión es la primera persona que tiene contacto con el cliente, entonces de la misma forma dará la bienvenida al abonado o cliente reclamante con un saludo proactivo de buenos días, buenas tardes, bienvenido a CNT, en que le podemos atender.
- b) Cuando la no conformidad del servicio, queja o reclamo que el cliente desea transmitir e informar a la organización, y las mismas pueden ser canalizados por medios virtuales como página web, contact center, etc, el anfitrión deberá proporcionar esta alternativa.
- c) Así mismo el anfitrión deberá informar el tiempo que el cliente tendrá que esperar en la sala de espera de las instalaciones de la CNT usando el siguiente script: “estimado cliente en este momento tenemos un tiempo aproximado de XXX minutos de espera, gusta esperar?”

El anfitrión entregará el ticket y direccionará al cliente según sea el requerimiento. (Cliente, 2017, pág. 4)

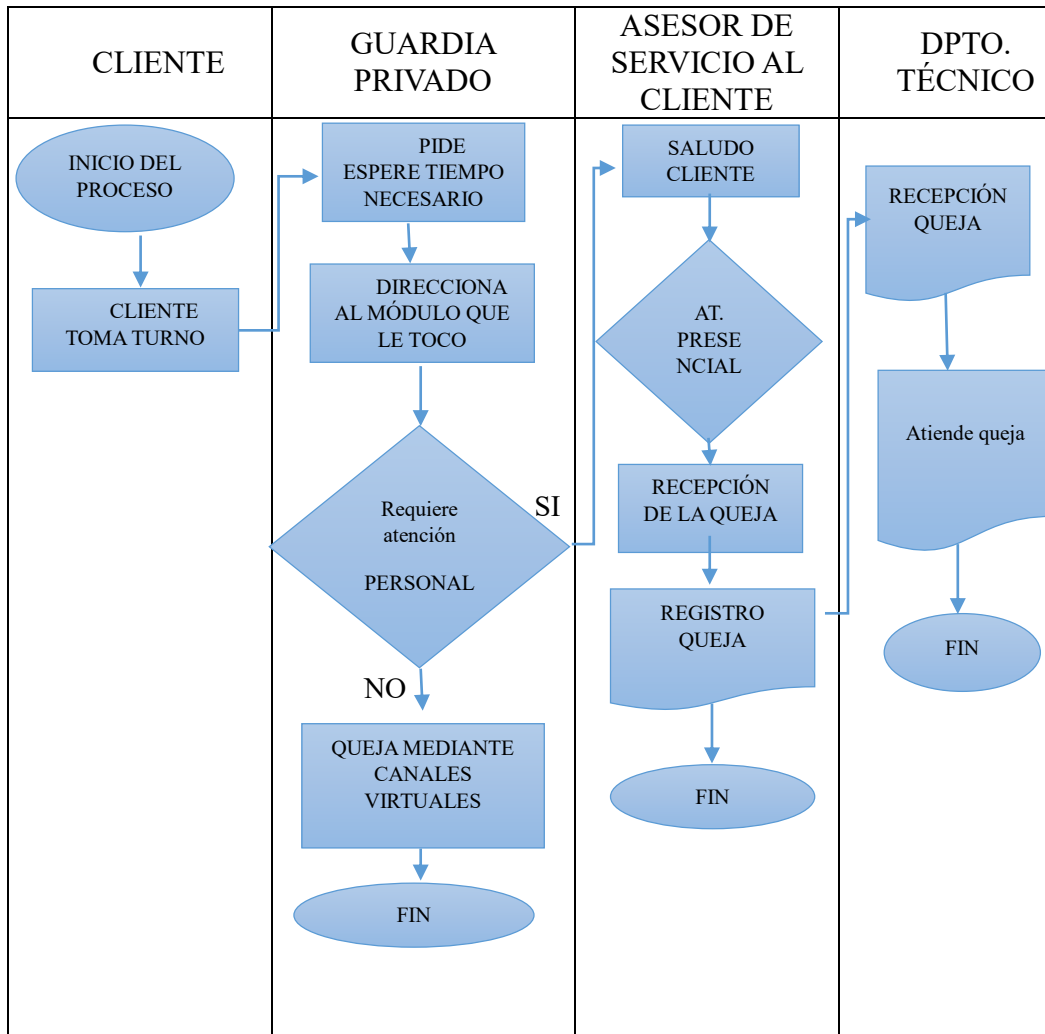
Una vez que el cliente esperó el tiempo indicado por el anfitrión o guardia de seguridad, pasará a uno de los módulos de atención al cliente disponibles, en donde el asesor de servicio al cliente deberá atender a los abonados con cordialidad, siguiendo protocolos de atención como establece el artículo 19 del instructivo de atención presencial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, en donde para el asesor el saludo y uso de scripts es una obligación, así mismo dará una cordial bienvenida, y despedida. El asesor también podrá mencionar que la gestión de requerimientos, ya sea quejas, reclamos, etc., los podrá hacer

por medios virtuales u otros canales utilizando el script: “Para su comodidad esta transacción la puede solicitar: llamando al 100/ nuestra página web/ \*611”. Luego vendrá la despedida para lo cual se utilizará “fue un gusto atenderle” (Cliente, 2017, pág. 14).

Durante el período de atención que percibe el cliente o abonado reclamante por parte del asesor de servicio al cliente, indagará los motivos por los cuales se presentó la queja o reclamo, manifestando las posibles causas por las que se generaron, así como las posibles soluciones frente a éstas, informando además los tiempos de solución de quejas y reclamos; a continuación el asesor procederá a registrar la queja o reclamo en los sistemas transaccionales que mantiene la CNT, OpenFlexis u OpenSmartflex según el caso, para generar una orden que por medio del sistema pasará al departamento técnico o comercial para la investigación y solución dentro de los plazos establecidos por la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, como se expresa en el cuadro número 1.

A continuación, el investigador expone el proceso de atención al cliente desde un inicio para el ingreso de una queja, para esto acudió al centro de atención y ventas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP de la ciudad de Azogues que se encuentra ubicado en las calles Simón Bolívar y Serrano esquina, para mediante el método de la Observación realizar un análisis del proceso, obteniendo el siguiente resultado:

**CUADRO 4** FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL; INTERNET FIJO Y MÓVIL Y TELEVISIÓN SATELITAL



**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

1. El cliente se acerca a las oficinas de la CNT EP a presentar su queja.
2. El cliente se dirige a la pantalla del módulo de turnos donde obtiene el turno por sí mismo, en varias ocasiones se verificó que el Guardia se acerca al cliente y le indica que presione el botón de la pantalla “servicio al cliente”, para que tome el turno impreso.

El cliente solicita información al Guardia sobre el tiempo en que será atendido, sin que esta pregunta sea contestada adecuadamente y conforme a los instructivos de atención al cliente, al contrario, se le solicita que espere o que desde su domicilio

con una llamada telefónica call center (número 100) o página web, exprese o registre su reclamo.

El cliente procede a esperar en la sala hasta ser atendido, por lo general los tiempos de espera de atención son de 10 minutos en adelante, hasta 60 minutos por motivos de flujo de clientes y demora en la atención presencial.

3. Cuando llega el turno de ser atendido, el cliente pasa al módulo de atención al cliente, dependiendo el número de módulo que va desde el número 1 al número 4, el asesor saluda al cliente, pero no menciona el script que manda el instructivo de atención presencial, en el artículo 19.
4. El asesor procede a receptar la queja del cliente quien le indica el inconveniente o no conformidad con el o los servicios contratados. Este proceso le toma al asesor alrededor de 5 minutos.
5. El asesor registra en los sistemas transaccionales OpenFlexis, considerando si la queja es de servicio de telefonía fija, u OpenSmartflex para la queja o reclamo de telefonía móvil; que en este proceso le toma al asesor un lapso de diez minutos.
6. El asesor de servicio al cliente comunica al cliente que el trámite se ingresó, manifestando que el departamento correspondiente dará una solución a este inconveniente, pidiéndole que; “este en su casa para que los técnicos lo visiten”; este proceso se da en el caso de daño de línea o internet, o que en los próximos días los sistemas empezarán a funcionar correctamente, es decir su plan de datos o plan de voz.

Cabe indicar que dentro de las normas ISO 1002:2004, en la cláusula 7 “Operación del proceso de tratamiento de las quejas”, número 7.7 “respuesta a las quejas” en la cual indica que la organización deberá ofrecer una respuesta, como es corregir la queja o prevenir que suceda a futuro y tratar de manera eficaz para el alcance de una solución, ya sea inmediata o según la dificultad de resolución tan pronto como sea posible (ISO, 1999, pág. 11). Aparte la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en el proceso de tratamiento de quejas y reclamos, no ofrecen respuesta alguna a los abonados, ya que los abonados para recibir la respuesta de la queja o reclamo, tendrían que acudir nuevamente a las instalaciones de la

corporación, (repitiendo nuevamente todo el proceso de atención al cliente) para poder averiguar la respuesta de la queja formulada y saber si procede o no su reclamo; o caso contrario se anuló el reclamo o queja.

## **2.5. DIAGNÓSTICO DEL TRATAMIENTO DE QUEJAS DE LA CNT EP**

Del levantamiento del proceso descrito anteriormente se determinó que el tratamiento de la queja y/o reclamo se queda en el área Comercial, sin que el cliente sea comunicado sobre cuál fue la acción tomada por la empresa respecto a la solución de su requerimiento, por lo que el investigador procede a levantar encuestas para efectuar un diagnóstico desde la percepción de los clientes.

Los objetivos que se plantearon con la encuesta diseñada (véase Anexo 1.) fueron:

Conocer la percepción del cliente sobre el actual tratamiento al cliente o abonado de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en lo que respecta a tratamiento de quejas y reclamos.

Conocer los actuales problemas presentados en la atención al cliente; y,  
Establecer mejoras mediante un plan,

### **2.5.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para llegar a conocer el tipo de atención de servicio al cliente que presta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, se usará como técnica metodológica las encuestas, para así poder entrevistar a los abonados con preguntas cerradas.

### **2.5.2. LA ENCUESTA**

Para Tres Palacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Cantin Garcia & Hernandez, 2018). El presente estudio, permitió obtener información útil, pertinente, veraz y necesaria a través de un cuestionario de seis preguntas claras y concretas

relacionadas con la prestación de la atención de servicio al cliente, específicamente en el tratamiento de quejas y reclamos.

### 2.5.3. DEFINICIÓN DEL UNIVERSO

Para determinar en el presente trabajo de titulación el tamaño de universo, se consideraron datos proporcionados por el área técnica de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, hasta la actualidad corresponden 4500 abonados en la ciudad de Azogues que mantienen los servicios de Teléfono e Internet, por cobre y fibra, por lo que se tomó este dato considerando que el servicio de internet es el que presenta un gran número de quejas y reclamos.

### 2.5.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NPQ}{(N + 1)D + PQ}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

O = Nivel de confianza.

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada.

Q = Probabilidad de fracaso

E = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Aplicación de la fórmula:

**CUADRO 5 CÁLCULO DE LA MUESTRA**

<b>FÓRMULA DE ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA IDEAL</b>						
	<b>Universo (N)</b>	<b>Muestra (n)</b>	<b>Error de estimación (e)</b>	<b>Nivel confianza (o)</b>	<b>Probabilidad a favor (p)</b>	<b>Probabilidad en contra (q)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4500</b>	<b>355</b>	<b>5,00%</b>	<b>1,96</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
				<b>95%</b>		

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo una muestra de 355 encuestas, que corresponden a los 4500 abonados que poseen los servicios de internet y línea telefónica, ya sea por cobre o fibra óptica de la ciudad de Azogues, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%.

## 2.6. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Una vez aplicadas las encuestas en forma directa a los clientes del servicio que se acercaban a las ventanillas a solicitar se solucione sus reclamos, se obtuvieron los siguientes resultados:

### 1. En su experiencia más reciente con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ¿Cómo fue la calidad de servicio al cliente que recibió?

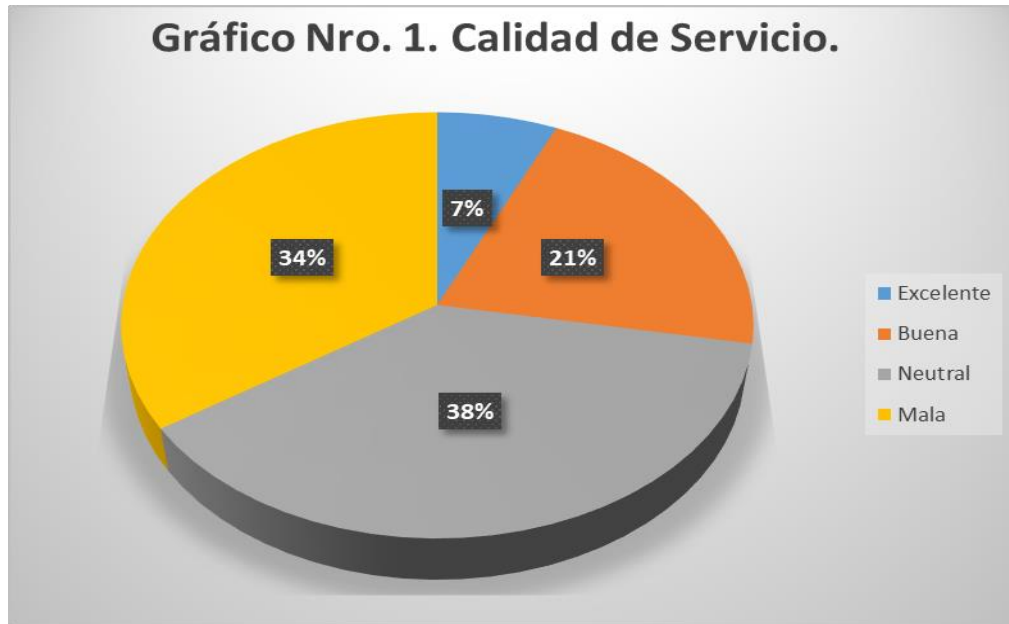
**Tabla No.1** En su experiencia más reciente con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ¿Cómo fue la calidad de servicio al cliente que recibió?

CALIDAD DE SERVICIO	%	FRECUENCIA
Excelente	7%	24
Buena	21%	75
Neutral (ni buena ni mala)	38%	134
Mala	34%	122
TOTAL	100%	355

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

**Gráfico No.1** En su experiencia más reciente con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ¿Cómo fue la calidad de servicio al cliente que recibió?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

Según la investigación realizada a cerca de la calidad de servicio al cliente que pueden percibir las personas encuestadas, tenemos como resultado que apenas un 7%, han calificado como excelente, mientras que el 21%, califican como buena, un 38% dan la calificación de neutral y un 34% dicen que la atención prestada es mala, es decir 122 de 355 abonados encuestados.

## 2. Sus inconvenientes fueron resueltos de una manera:

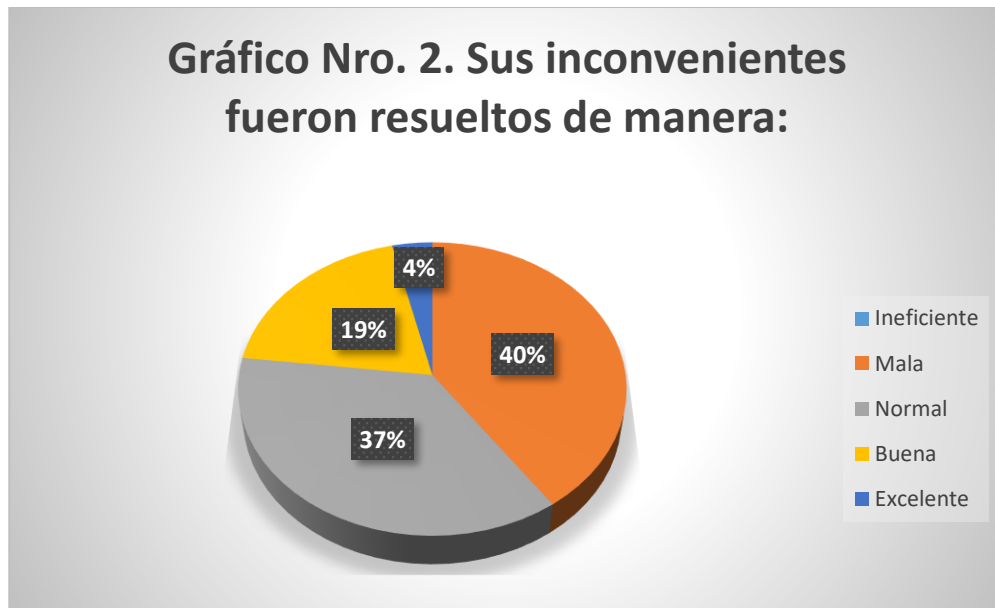
**Tabla No.2** Sus inconvenientes fueron resueltos de manera:

	%	FRECUENCIA
Ineficiente	0%	0
Mala	40%	143
Normal	37%	130
Buena	19%	69
Excelente	4%	13
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>355</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

**Grafico No.2** Sus inconvenientes fueron resueltos de manera:



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

En cuanto a la resolución de inconvenientes presentados por los abonados en las instalaciones de la CNT EP Azogues, un total de 143 personas, es decir un 40% califican como mala, mientras que el 37% dice normal, un 19% se expresan que la atención es buena, apenas un 4% han percibido una excelente atención, y ningún abonado ha tenido una atención ineficiente.

**3. La atención que Ud. ha recibido en ventanillas ante la solicitud de atención de un reclamo ha tenido una respuesta:**

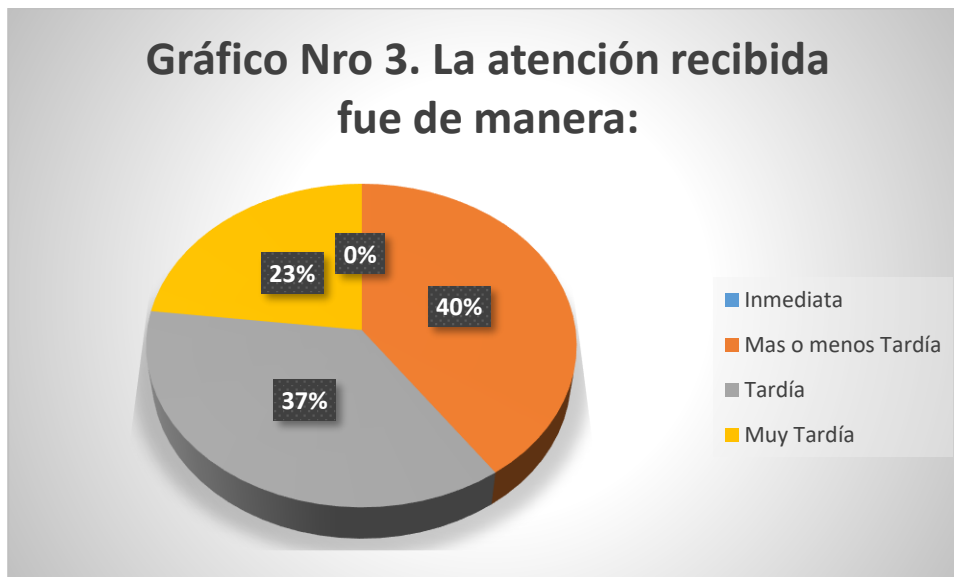
**Tabla No.3** La atención que Ud. ha recibido en ventanillas ante la solicitud de atención de un reclamo ha tenido una respuesta:

	%	FRECUENCIA
<b>Inmediata</b>	0%	0
<b>Más o menos Tardía</b>	40%	143
<b>Tardía</b>	37%	130
<b>Fue bien Tardía</b>	23%	82

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaborado por:** El autor, Ecuador 2018

**Gráfico No.3** La atención que Ud. ha recibido en ventanillas ante la solicitud de atención de un reclamo ha tenido una respuesta:



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaboración:** Ezequiel Fernando Flores Ortega

Con esta pregunta, se ha podido verificar la respuesta que han tenido los abonados en cuanto al tratamiento de quejas y reclamos, dando como resultado: que un 0% han tenido respuesta inmediata, el 40% una respuesta más o menos tardía, un 37% tardía, y un 23% la respuesta fue muy tardía.

#### 4. El servicio prestado por el asesor de la CNT fue:

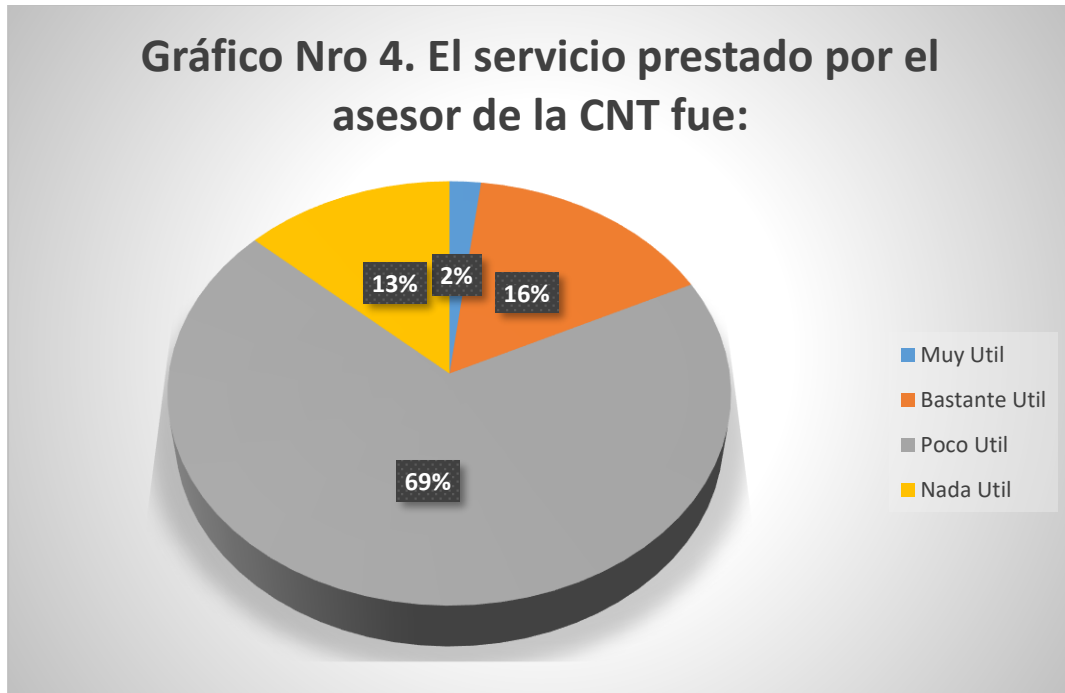
**Tabla No. 4** El servicio prestado por el asesor de la CNT fue:

	%	FRECUENCIA
<b>Muy Útil</b>	2%	7
<b>Bastante Útil</b>	16%	56
<b>Poco Útil</b>	69%	245
<b>Nada Útil</b>	13%	47
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>355</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la CNT

**Elaboración:** Ezequiel Fernando Flores Ortega

**Gráfico No. 4** El servicio prestado por el asesor de la CNT fue:



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa CNT

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

Dentro de la atención al cliente está considerado el servicio que presta o brinda el asesor comercial, por lo que se ha propuesto esta pregunta, arrojando resultados poco convenientes para la empresa, por lo que se obtuvo que una cantidad mínima de encuestados, esto es el 2% lo califica como muy útil, el 16% menciona que fue bastante útil, un 69% poco útil y un margen mínimo del 13% lo indica que el servicio fue nada útil.

**5. Las quejas y reclamos que ha presentado en la CNT han sido resueltas en un tiempo de:**

**Tabla No.5** Las quejas y reclamos que ha presentado en la CNT han sido resueltas en un tiempo de:

	%	FRECUENCIA
1 a 5 días	0%	0
De 6 a 10 días	9%	32
De 11 a 20 días	25%	87
Mayor a 21 días	66%	236
TOTAL	100%	355

**Fuente:** Encuesta elaborada a los clientes de la CNT

**Elaboración:** Ezequiel Fernando Flores Ortega

**Gráfico No.5** Las quejas y reclamos que ha presentado en la CNT han sido resueltas en un tiempo de:



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa CNT

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

Con esta pregunta, a cerca de los tiempos de resolución o respuestas de quejas y reclamos, de 1 a 5 días no han sido resueltas ninguna, mientras que de 6 a 10 días un 9%, de 11 a 20 días un 25% y mayor a 21 días un 66%.

**6. ¿Cree Ud. que la persona que le atendió en el módulo de servicio al cliente es la idónea para esta labor?**

**Tabla No. 6** ¿Cree Ud. que la persona que le atendió en el módulo de servicio al cliente es la idónea para esta labor?

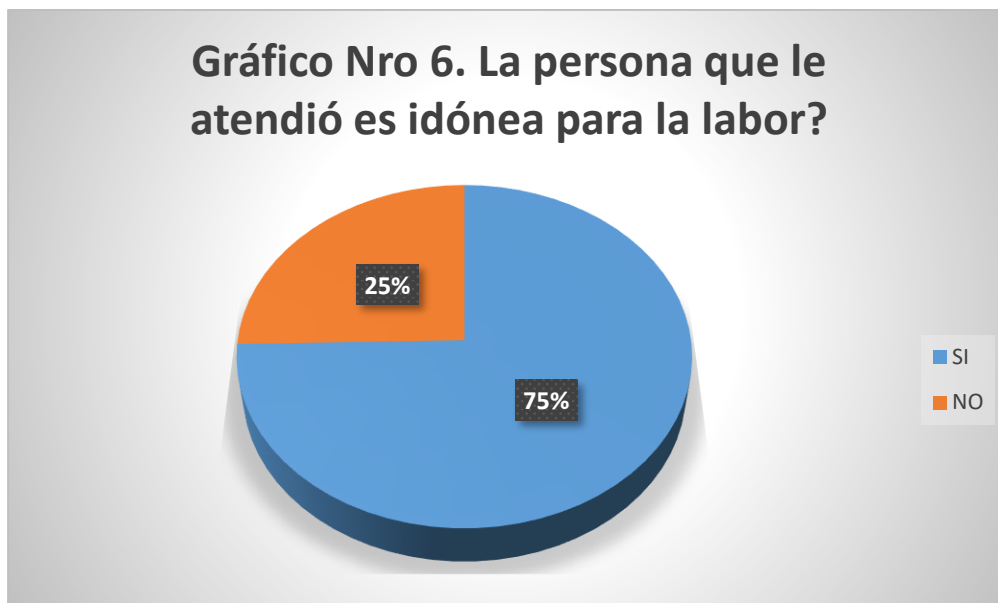
	<b>%</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<b>SI</b>	75%	265
<b>NO</b>	25%	90
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>355</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la CNT

**Elaboración:** Ezequiel Fernando Flores Ortega

**Gráfico No. 6** ¿Cree Ud. que la persona que le atendió en el módulo de servicio al cliente es la idónea para esta labor?

### Gráfico Nro 6. La persona que le atendió es idónea para la labor?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa CNT

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

En cuanto a esta pregunta los datos tabulados nos indican que un 25% de clientes piensan que el o los asesores que le prestaron la atención al momento de acercarse a los módulos, no son idóneos para la labor desempeñada, mientras que un 75% piensan que sí lo son.

## 2.7 DIAGNÓSTICO

A continuación podemos mencionar, en base a los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas en la presente investigación, que los abonados o clientes de los servicios ofertados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, están descontentos o presentan inconformidades con el servicio presentado por parte de los asesores de la empresa en lo que respecta al tratamiento de quejas y reclamos, puesto que no se está dando cumplimiento a los manuales de atención al cliente y tiempos de atención de quejas y reclamos; determinándose además en su mayoría, es decir un 66% de las personas encuestadas no reciben respuesta alguna de la decisión, solución o rechazo de las quejas o reclamos por parte de la empresa, ya que luego de varias semanas en este caso el cliente tiene que acercarse nuevamente para obtener información acerca de que su queja o reclamo fue procedente o no procedente, siendo una molestia para los clientes.

Como resultado de la investigación con fuentes directas, así como de la percepción de los usuarios del servicio se determina que la atención de quejas y reclamos por parte de CNT, presenta no conformidades como se resumen a continuación y en las siguientes variables:

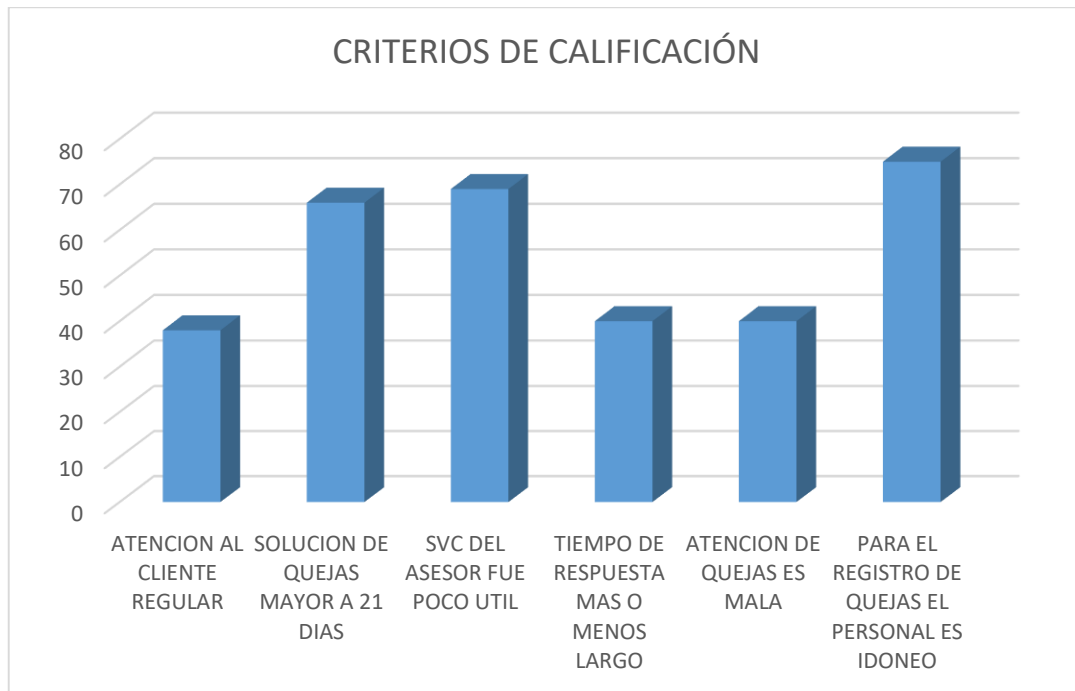
**CUADRO 6** Resultado atención de quejas y reclamos por parte de CNT

Variables	Criterios de calificación dados por los clientes			Procesos que requieren acciones de mejora
	Bueno	Regular	Malo	
Calidad del servicio		38%		Atención del Cliente 38% consideró que la atención es regular
			66%	Solución de quejas fue mayor a 21 días, 66% de clientes
		69%		Servicio del asesor fue poco útil 69%
Solución de reclamos y quejas			40%	Tiempos de respuesta en ventanillas más o menos largo indica el 40%
			40%	Atención de quejas y reclamos mencionan el 40% que es Mala
	75%			Registro de reclamos en comercialización el 75% de encuestados dice que el personal es idóneo

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa CNT

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

**FIGURA 2** Criterios de calificación



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa CNT

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

El investigador fundamentado en los hechos expuestos, determina que amerita el diseño de un plan de mejora continua al área de servicio al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones de Azogues para el adecuado tratamiento de quejas y reclamos receptado por los asesores de servicio.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA DE TRATAMIENTO DE QUEJAS EN LA CNT EP. - PLAN DE MEJORA CONTÍNUA**

Luego de la investigación, a base de las Normas ISO 10002-2004, se procederá a efectuar el proceso de tratamiento de quejas en el que se presentará las acciones mejora a base de los resultados del levantamiento de procesos y las encuestas de los clientes, sustentados además en la normativa externa e interna que regula este proceso en el área de las telecomunicaciones en el Ecuador.

#### **MEJORA CONTÍNUA DE LA CALIDAD, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, DIRECTRICES PARA EL TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS EN LAS ORGANIZACIONES.**

En este estudio, el investigador ha utilizado la técnica del círculo de Deming para buscar de quejas y reclamos para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones de la ciudad de Azogues.

### **3.1. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO**

#### **3.1.1. GENERALIDADES**

La Corporación Nacional de telecomunicaciones deberá planificar y diseñar un proceso eficaz y eficiente para el tratamiento de quejas y reclamos con el objeto de fidelizar y brindar la satisfacción que el cliente desea, utilizando diversos recursos de personal, de información, materiales financieros y de infraestructura para dar conformidad al tratamiento de las quejas y alcanzar los objetivos propuestos. (ISO, 1999, pág. 9)

#### **3.1.2. OBJETIVOS**

Los directivos de la Corporación Nacional de telecomunicaciones, es decir Jefe Provincial (Gerente) y Jefe Comercial, deberán asegurarse que los objetivos del tratamiento de quejas, estén establecidos para las funciones y los distintos niveles pertinentes dentro de

la empresa, y deberán ser medibles y coherentes con la política del tratamiento de las quejas. (ISO, 1999, pág. 9)

### 3.1.3. ACTIVIDADES

Los directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones deberán asegurarse de que la planificación del tratamiento de las quejas se lleve a cabo para mantener la satisfacción del cliente y la gestión de calidad de la organización que viene de la mano. (ISO, 1999, pág. 9). Acción correctiva (actividades) lo que debe ser tiempos estimados art 24, “garantizar la resolución de quejas y reclamos dentro de los tiempos establecidos”.

Al respecto el investigador se enfocará en dos procesos sobre los que se efectúan las acciones correctivas:

- **Calidad del servicio**

Con respecto a este punto la Corporación Nacional de telecomunicaciones deberá buscar la calidad del servicio al cliente, buscando la alternativa correcta para reducir los porcentajes de clientes que tengan la percepción negativa de la atención recibida en el centro de atención y ventas de la ciudad de Azogues, y así la cataloguen como buena o excelente. Así mismo reducir el porcentaje en lo que se refiere al tiempo de solución de quejas y se efectúe un seguimiento para cumplir con los tiempos establecidos en las Normas ISO y normativa establecida por el ARCOTEL, lo que contribuirá a cambiar la percepción del cliente respecto a la atención que recibieron sus quejas por parte del asesor y sobre todo la solución de las mismas.

- **Solución de quejas y reclamos**

La CNT buscará dar solución temprana a las quejas y reclamos receptados por los abonados reclamantes para disminuir notablemente los tiempos de respuestas, y que los clientes tengan la percepción de que la atención prestada por los asesores sea buena o excelente.

### 3.1.4. RECURSOS

La alta dirección deberá evaluar la necesidad de los recursos: personal, formación, procedimientos, documentación, apoyo de especialistas, materiales y equipo, hardware,

software informáticos y financieros para asegurar la operación eficaz y eficiente del proceso de tratamiento de quejas de los procesos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones determinados en el punto 3.1.3. (ISO, 1999, pág. 9).

## **3.2. OPERACIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS**

### **3.2.1. COMUNICACIÓN**

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones deberá brindar a los abonados la información respectiva del proceso de tratamiento de quejas, como son folletos, circulares informativas, los mismos que estarán disponibles para todos los clientes reclamantes, en todos los formatos posibles para evitar desventajas entre los abonados. Deberá estar claro el lugar en donde se deberá realizar la queja, deberá llenar un anexo (véase el anexo B) con información solicitada en el mismo, el proceso de tratamiento de las quejas, plazos, opciones de solución y la forma en la que el abonado reclamante puede obtener información acerca del estado de su queja. (ISO, 1999, pág. 10).

### **3.2.2. RECEPCIÓN DE LA QUEJA**

Una vez que el abonado comunique al asesor la queja inicial, la misma deberá ser registrada en los sistemas transaccionales, con la información de apoyo y con un código o número de identificación. Durante el registro de la queja inicial, el asesor deberá identificar la solución que busca el abonado reclamante, y cualquier información adicional necesaria para el tratamiento de una queja en donde se incluirá: descripción de la queja y datos de apoyo pertinentes, la solución que buscan los clientes, productos o prácticas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones objeto de la queja, fecha límite de atención y respuesta de la queja, acción inmediata en caso de haber alguna. (véase Anexos B y C). (ISO, 1999, pág. 10).

### **3.2.3. SEGUIMIENTO DE LA QUEJA**

La queja que el abonado dejó sentada en las oficinas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, el o los asesores deberán dar el respectivo seguimiento a lo largo de todo el proceso, es decir desde su etapa de recepción inicial, hasta que el cliente quede satisfecho, además deberá mantener constante comunicación sobre el estado de su quejas y las acciones tomadas por la empresa, así como también informará la decisión final que haya

sido tomada por la organización, en este caso el ejecutivo de posventa. También se deberá dar una actualización periódica del estado de la queja de forma que esté disponible para el abonado reclamante cuando lo requiera, o al menos en el momento en que se cumplió los plazos establecidos. (ISO, 1999, pág. 10).

#### **3.2.4. ACUSE DE RECIBO DE LA QUEJA**

El asesor de servicio al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, al momento de la recepción de la queja, debería notificar inmediatamente al reclamante, ya sea por correo electrónico o vía telefónica. (ISO, 1999, pág. 11).

#### **3.2.5. EVALUACIÓN INICIAL DE LA QUEJA**

Luego de que el asesor reciba la queja presentada por el abonado, estas deberían evaluarse inicialmente en términos de criterios tales como su severidad, implicaciones de seguridad, complejidad en caso de presentarse, impacto, y la posibilidad de realizar una acción inmediata en caso de haberla. (ISO, 1999, pág. 11).

#### **3.2.6. INVESTIGACIÓN DE LAS QUEJAS**

El asesor de servicio al cliente y/o el asesor o ejecutivo de posventa, deberán hacer los esfuerzos necesarios para investigar todas las circunstancias e información clara, segura y pertinente de la queja, así como el nivel de información que deberá ser proporcionado por el reclamante con seriedad, frecuencia de ocurrencia y severidad de las quejas. (ISO, 1999, pág. 11).

#### **3.2.7. RESPUESTA DE LAS QUEJAS**

Con el seguimiento apropiado del punto anterior, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones debería ofrecer una respuesta (véase en el anexo E) como es corregir el problema y la prevención para que no vuelva a ocurrir a futuro. En caso de que la queja no pueda resolverse de manera inmediata, esta se deberá tratar de manera que se alcance una solución eficaz tan pronto como sea posible (véase el Anexo F). (ISO, 1999, pág. 11), además deberá establecer en la normativa interna de Atención Presencial los tiempos en los que se debe dar una respuesta a las quejas clasificadas por las áreas de servicios.

### **3.2.8. COMUNICACIÓN DE LA DECISIÓN**

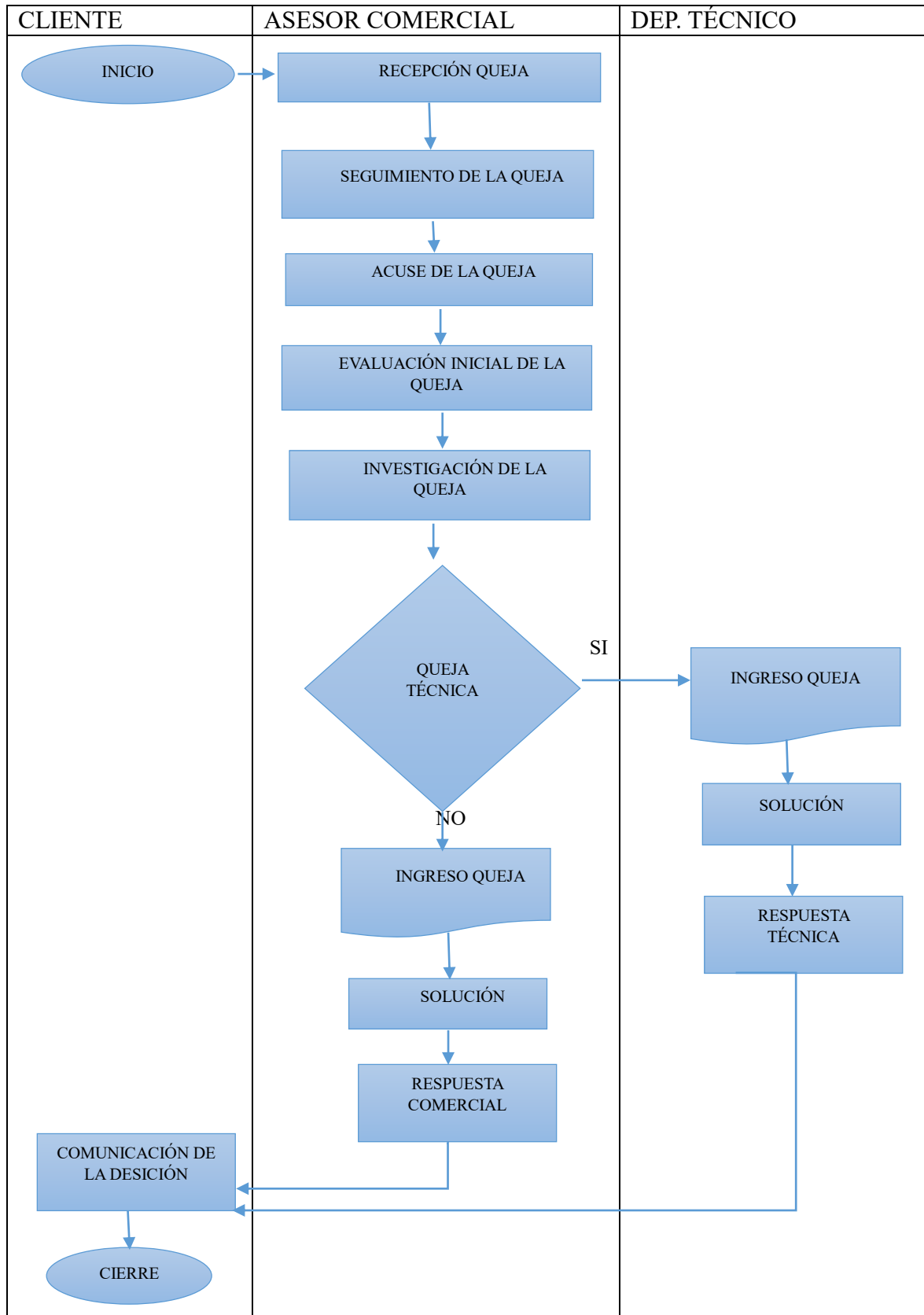
La decisión o acción tomada por el asesor de posventa a cerca de la queja ingresada, deberá ser comunicada tan pronto se dé una solución, de forma de que el personal involucrado y reclamante estén informados de la resolución de la misma, esto se deberá realizar por los diferentes medios que se acotó en la investigación de la queja. (ISO, 1999, pág. 11).

### **3.2.9. CIERRE DE LA QUEJA**

Si el abonado reclamante acepta la decisión o acción propuesta por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, se deberá realizar y registrar. Si el reclamante no acepta, la queja deberá permanecer abierta, esta decisión se deberá registrar, y además el asesor informará al reclamante las alternativas disponibles por la empresa. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones realizará el seguimiento de progreso de la o las quejas efectuadas por los abonados, agotarán todas las alternativas disponibles, hasta que el abonado reclamante quede satisfecho. (ISO, 1999, pág. 11). Además, deberán preparar reportes semanales o mensuales del tratamiento de quejas a la máxima autoridad para toma de acciones correctivas y de mejoras a futuro.

A continuación, mediante un Flujograma mostraremos el proceso a seguir que deberá tomar la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, para el tratamiento de quejas y reclamos según normas de calidad ISO y normativa interna vigente:

**CUADRO 7** Flujograma de atención de quejas de telefonía fija y móvil; internet fijo y móvil y televisión satelital según normas de calidad ISO



**Fuente:** Normas ISO 1002:2004

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

El Flujograma representa la mejora continua del proceso del tratamiento de quejas y reclamos que deberá llevar la CNT según las normas internacionales de calidad ISO, en donde podemos observar la interacción entre el cliente, el asesor comercial, posventa y el departamento técnico, observando que el cliente da inicio al proceso, el asesor recepta la queja o reclamo por parte del abonado, para proceder con el seguimiento de la queja desde el inicio hasta el final del proceso, es decir hasta el cierre de la queja, así mismo el asesor notificará al cliente la recepción de la queja como parte del acuse, realizando también la evaluación inicial de la queja, indicando al cliente su nivel de complejidad, para luego proceder con la investigación de la queja o reclamo que lo hará el departamento que corresponda conforme a la naturaleza del servicio ya sea el departamento técnico o el departamento comercial, quienes a su vez buscarán la solución, dando una respuesta en cuanto haya sido superado el inconveniente, pasando esta información al asesor de servicio al cliente, para que a su vez sea comunicada la decisión o acción que tomará la CNT con respecto a la queja o reclamo, para proceder con el cierre de la misma, buscando siempre la satisfacción del cliente.

**CUADRO 8** Tiempo de atención de quejas de telefonía fija y móvil; internet fijo y móvil y televisión satelital según normas de calidad ISO

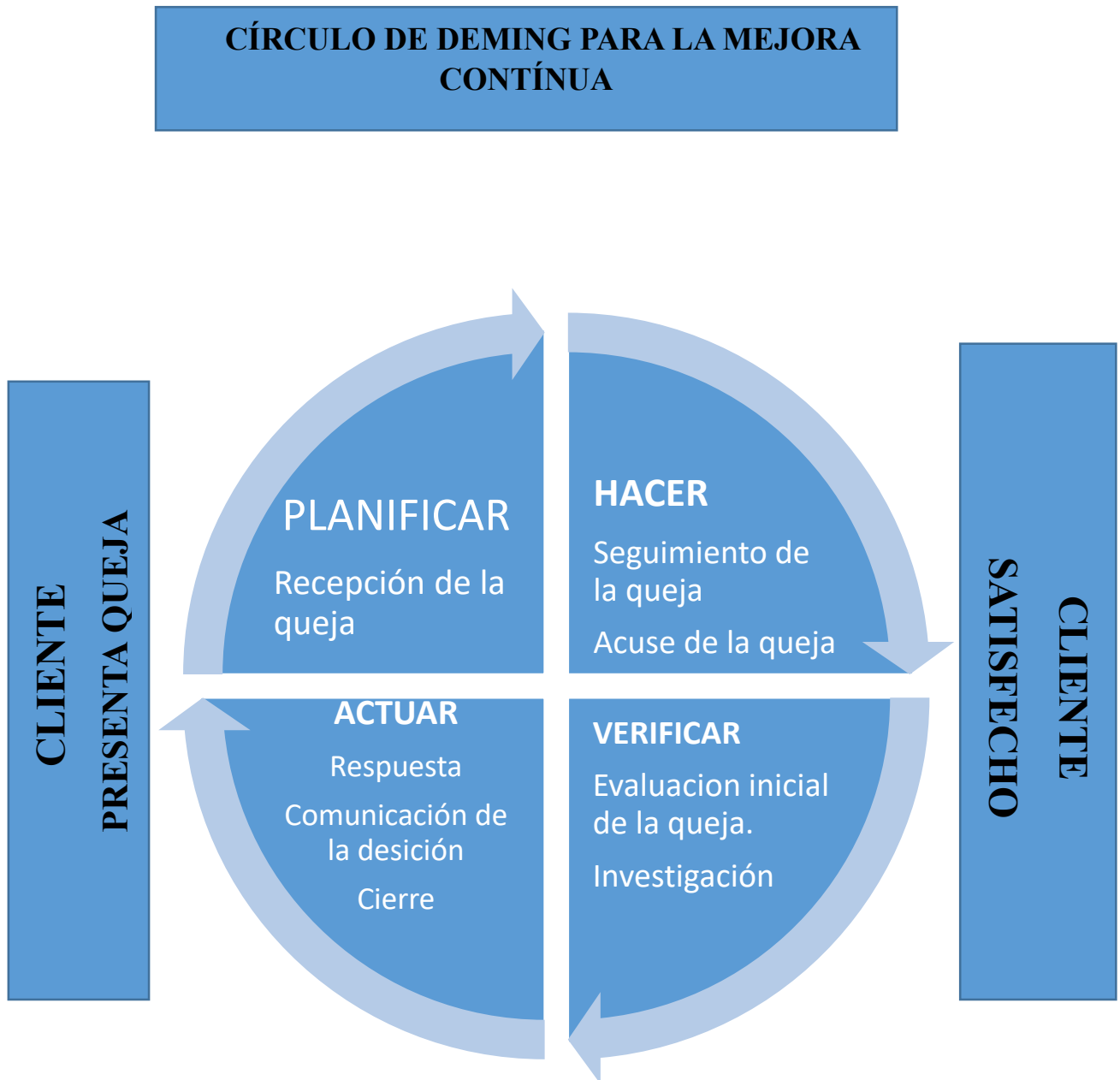
<b>PROCESO</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>
<b>RECEPCIÓN CLIENTE</b>	1 MINUTOS
<b>RECEPCIÓN DE LA QUEJA</b>	2 MINUTOS
<b>SEGUIMIENTO DE LA QUEJA</b>	DURANTE TODO EL PROCESO
<b>ACUSE DE LA QUEJA</b>	1 MINUTOS
<b>EVALUACIÓN INICIAL DE LA QUEJA</b>	2 MINUTOS
<b>INVESTIGACIÓN DE LA QUEJA</b>	2 MINUTOS
<b>TÉCNICO</b>	24 HORAS
<b>COMERCIAL</b>	24 HORAS
<b>INGRESO DE LA QUEJA</b>	1 MINUTO
<b>SOLUCIÓN</b>	SOLUCION 96 HORAS / 4 DÍAS
<b>RESPUESTA</b>	2 MINUTOS
<b>COMUNICACIÓN</b>	1 MINUTO
<b>CIERRE</b>	1 MINUTO

**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

Como podemos observar en el cuadro número 9, un asesor comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, durante el proceso de atención al cliente en lo que respecta a quejas y reclamos, se tomará un tiempo de 12 minutos en realizar todo el proceso, mientras que los tiempos de respuesta por parte del departamento comercial o técnico serán de máximo 96 horas, teniendo ya la solución a la queja o reclamo, cabe recalcar que estamos tomando tiempos permitidos de respuesta, es decir conforme a la normativa regulatoria para el cumplimiento de tiempo de atención de quejas y reclamos, ya que se podría optimizar los mismos dando soluciones en 72 horas, con una organización de procesos adecuados.

Como resultado de la investigación se presenta la mejora continua del tratamiento de quejas de la CNT tomando como referencia las Normas ISO, en el siguiente gráfico:

**FIGURA 3** Círculo de Deming del tratamiento de quejas de la CNT



**Elaboración:** El autor, Ecuador 2018

En el proceso de atención al tratamiento de quejas y reclamos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, aplicando el círculo de Deming, buscando lograr la mejora continua tenemos las cuatro etapas, en las que:

**1.- Planificar:** El asesor de servicio al cliente receptorá la queja del abonado reclamante, pedirá la información pertinente para identificar el posible inconveniente o no conformidad

del cliente, para posteriormente realizar el ingreso de la queja en los sistemas transaccionales de la Corporación.

**2.- Hacer:** En donde el asesor de servicio al cliente dará el respectivo seguimiento de la queja durante todo el proceso, es decir desde la recepción hasta que el abonado reclamante quede totalmente satisfecho. Y el acuse de la queja, en donde el cliente recibirá la notificación correspondiente a la recepción de la queja, dicha notificación puede ser por diferentes vías, teléfono, mail, mensajes de texto, etc.

**3.- Verificar:** El asesor deberá evaluar la gravedad de la queja, o el impacto que causará la misma, debiendo proporcionar una solución inmediata en caso de haberlo. En el proceso de investigación el asesor hará todos los esfuerzos necesarios para indagar las circunstancias del porqué de la inconformidad.

**4.- Actuar:** En donde la Corporación Nacional de Telecomunicaciones dará una respuesta favorable, teniendo siempre presente la prevención de la misma para que no vuelva a ocurrir, si la queja es compleja, se dará un tratamiento especial con el objetivo de dar una solución eficaz. Se comunicará la respuesta de la queja al abonado reclamante, es decir la decisión que tomó la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, esta respuesta deberá tener la pertinencia necesaria. Y el proceso de cierre de la queja la CNT EP realizará y registrará el cierre de queja siempre y cuando el reclamante acepte la decisión adoptada por la misma.

Para garantizar el funcionamiento de la mejora continua del tratamiento de quejas, se continuará con la aplicación del círculo de Demming, dando el mismo tratamiento a las quejas que se ingresen, garantizando calidad del servicio y el conservar a los clientes satisfechos. Todo este proceso lo efectuará observando las disposiciones legales existentes relacionadas con los procesos, responsables, tiempos, establecidas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y normativa interna determinadas para el efecto.

## CAPÍTULO IV

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del trabajo de titulación, el investigador ha podido constatar que los clientes o abonados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones han tenido no conformidades con los diferentes servicios que presta la empresa, obteniendo como resultado un gran número de clientes reclamantes, en especial en el servicio de internet sin que hayan sido atendidas sus quejas y reclamos con procedimientos de calidad.

Con respecto a la situación actual de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, durante el proceso de encuestas a los abonados que fue realizada fuera de las instalaciones de la entidad pública podemos concluir que un alto porcentaje de clientes entrevistados es decir un 38% califican de regular a la atención brindada por los asesores, y un 40% indican que sus inconvenientes fueron resueltos de una manera poco oportuna, por lo que el investigador cree que es indispensable implementar un plan de mejora continua para solucionar los inconvenientes presentados con respecto al tratamiento de quejas y reclamos, en donde se buscará que se cumplan con los tiempos de atención de quejas y reclamos, y que los abonados reclamantes no tengan que acudir a los entes reguladores de las Telecomunicaciones, en este caso ARCOTEL, para que la empresa pública tome acciones al respecto.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, posee un instructivo de atención presencial, el mismo que el investigador, mediante la observación ha podido determinar que no se está cumpliendo, ya que los asesores no aplican los protocolos establecidos en dicho documento.

El plan de mejora continua propuesta en la presente investigación, permitirá que los clientes o abonados reclamantes conozcan el proceso del tratamiento de quejas y reclamos, por lo que es indispensable la implementación del mismo para lograr la satisfacción del cliente, la calidad del servicio de atención al cliente, por ende, la fidelidad y solvencia económica de la empresa.

## 4.2. RECOMENDACIONES

- Utilizar los protocolos de atención al cliente, que dispone la Corporación Nacional de Telecomunicaciones establecidas en el instructivo de atención presencial.
- Capacitar al guardia de seguridad de la Corporación en los temas de relaciones humanas y servicio al cliente, con el objetivo de brindar un excelente servicio a los abonados, ya que el guardia es la primera persona que tiene contacto con el cliente.
- Aplicar de forma obligatoria los tiempos de atención al cliente, ya que de esta forma los asesores de servicio al cliente utilizarán el tiempo necesario para atender y solucionar cualquier reclamo, queja o no conformidad de los abonados, optimizando el tiempo y teniendo la posibilidad de atender a más clientes en el día.
- Capacitar frecuentemente a los asesores de servicio al cliente en lo que respecta al tratamiento de quejas y reclamos, por lo que actualmente únicamente se encargan del ingreso en los sistemas transaccionales, concluyendo en esta instancia su labor, es decir solo se cumple con la etapa de recepción de la queja, por lo que no se efectúa seguimiento, investigación, evaluación, respuesta, comunicación de la decisión y cierre.
  - La empresa pública no cuenta con un supervisor en el centro de atención y ventas de la ciudad de Azogues, quien debe realizar entre otras actividades la verificación de que los asesores comerciales dispongan de todas las herramientas, sistemas transaccionales operativos, horarios de entrada, puestos de trabajo, uniforme y demás, por lo que se recomienda al jefe comercial realizar el control de sus asesores, o a su vez delegar a una persona para que lo haga, ya que en reiteradas ocasiones no se cumple con lo dispuesto en el instructivo de atención presencial, dando una percepción de desinterés al trato de los abonados.
  - La Corporación Nacional de Telecomunicaciones adoptará el Plan de Mejora Continua en el servicio de atención de quejas, lo que garantizará calidad y lealtad de sus clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cantin Garcia, S., & Hernandez, M. (13 de 01 de 2018). *uam.es*. Obtenido de uam.es:  
[https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Aguilar-Morales, J. E., & Vargas-Mendoza, J. E. (2010). *Servicio al Cliente*. Mexico: Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Chang, R. (1994). *Mejora Continua de Procesos*. Buenos Aires: Ediciones Garnica.
- Cliente, G. C. (24 de 12 de 2017). *MAI*. Obtenido de MAI: <http://vmwiso01.andinatel.int/>
- Constitucional, T. (. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Quito-Ecuador: Registro Oficial, 449, 20-10*. Quito.
- Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO*. (25 de Junio de 2013). Obtenido de Consultoras de Sistemas de Gestión y Normas ISO:  
<https://www.sbcconsultores.es/el-ciclo-de-deming-o-circulo-pdca/>
- Corporacion Nacional de Telecomunicaciones. (14 de 03 de 2016). *MAI*. Obtenido de CUMPLIMIENTO DE PLAZO DE RECLAMOS: <http://vmwiso01.andinatel.int/>
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al Cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Madrid: Ideaspropias Editorial SL.
- Deming, W. E. (2000). *Calidad, Productividad y Competitividad: la salida de la crisis. Iberoamericana*, 9.
- Garcia , M., Quishpe, C., & Raez, L. (2003). *Mejora Continua de la Calidad de Porcesos*. Quito: Industrias Data.
- Gerencia Cordinadora Nacional, d. (01 de marzo de 2015). *MAI*. Obtenido de MAI: <http://vmwiso01.andinatel.int/>
- Gerencia Cordinadora Nacional, d. (17 de 03 de 2016). *MAI*. Obtenido de MAI: <http://vmwiso01.andinatel.int/>
- Gestión de la calidad — Satisfacción del cliente — Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones*. (19 de 12 de 2017). Obtenido de ISO

10002:2014(es): <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10002:ed-2:v1:es>  
ISO, 1. 2. (1999). *ISO 1002:2004*. Obtenido de  
<http://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/ISO%2010002%20Ed%202004QUEJAS.pdf>  
Padilla, G. (2003). *Autores de la Gestion de la Calidad*. Obtenido de Disponible en:  
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/aucalid.htm>.:  
Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/aucalid.htm>.

## CAPÍTULO V

### ANEXOS

#### ANEXO 1

**Con el objeto de cumplir con el trabajo de titulación de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, solicito a Ud. Se digne dar respuesta a la siguiente encuesta.**

1.- Con respecto a la experiencia más reciente con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ¿cómo fue la calidad de servicio al cliente que recibió?

- Excelente (    )
- Buena (    )
- Neutral (    )
- Mala (    )

2.- Sus inconvenientes fueron resueltos de una manera:

Ineficiente

- Mala (    )
- Normal (    )
- Buena (    )
- Excelente (    )

3.- La atención que Ud. ha recibido en ventanillas ante la solicitud de atención de un reclamo ha tenido una respuesta:

- Inmediata (    )
- Más o menos tardía (    )
- Tardía (    )
- Fue bien tardía (    )

4.- El servicio prestado por el asesor de la CNT fue:

Muy útil ( )

Bastante útil ( )

Poco útil ( )

Nada útil ( )

5.- Las quejas y reclamos que ha presentado en la CNT han sido resueltas en un tiempo de:

1 a 5 días ( )

De 6 a 10 días ( )

De 11 a 20 días ( )

Mayor a 21 días ( )


6.- Cree usted que la persona que le atendió en el módulo de servicio al cliente es la idónea para esta labor?

SI ( )

NO ( )



## ANEXO 2

		CHECK LIST CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE ATENCION PRESENCIAL CNT																																	
		AGENCIA										MES																							
		FECHA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>Asesores Comerciales</b>																																			
<b>HORA DE INGRESO</b>	1	INGRESAN 10 MINUTOS ANTES DE LA APERTURA																																	
<b>IMAGEN PERSONAL</b>	2	USAN CREDENCIALES																																	
	3	UTILIZAN SU UNIFORME ACORDE AL MANUAL																																	
	4	CUMPLEN CON LA IMAGEN PERSONAL DESCRITA EN EL MANUAL																																	
<b>Imagen del Puesto de Trabajo / CIS</b>																																			
<b>DISPONIBILIDAD PUBLICIDAD</b>	5	DTH																																	
	6	MOVIL																																	
	7	FIJA																																	
<b>DOCUMENTACIÓN</b>	8	CONTRATOS FIJA																																	
	9	CONTRATOS DTH																																	
<b>IMAGEN PUESTO DE TRABAJO</b>	10	ESTACIONES DE TRABAJO ORDENADAS																																	
	11	DOCUMENTACION DEL CLIENTE ARCHIVADA																																	
	12	VITRINAS ORDENADAS E INF. ACTUALIZADA																																	
<b>IMAGEN CENTRO DE ATENCION</b>	13	PUBLICIDAD ACTUALIZADA																																	
	14	CENTRO EXPERIENCIA OPERATIVO (si aplica)																																	
	15	CENTRO DE ATENCIÓN LIMPIO Y ORDENADO																																	
<b>Atención al Cliente</b>																																			
<b>ATENCION AL CLIENTE</b>	16	CUMPLEN CON PROTOCOLOS DE BIENVENIDA ATENCIÓN Y DESPEDIDA																																	
		PERSONAL DE SEGURIDAD																																	
		ANFITRIONA																																	
	17	ASESORES COMERCIALES Y RECAUDADORES																																	
		LA ACTITUD DE LOS COLABORADORES ES ADECUADA																																	
		PERSONAL DE SEGURIDAD																																	
18	ANFITRIONA																																		
	ASESORES C.COMERCIALES Y RECAUDADORES																																		
	SE PROPORCIONA A CLIENTE INFORMACION DE CANALES																																		
19	AUTOMATICOS DE SERVICIO																																		
	LA INFORMACIÓN DE LA SOLICITUD DE SERVICIO SE ENCUENTRA																																		
	DEBIDAMENTE COMPLETADO																																		
20	SE CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE HORARIOS																																		
	EL ASESORE SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE CAPACITADO																																		
	SE CONTROLA LAS ACTIVACIONES Y CAMBIO DE EQUIPOS																																		
<b>DISPONIBILIDAD SISTEMAS OPERATIVOS</b>	21																																		
	22																																		
	23	AFC																																	
	24	RED																																	
	25	COMPUTADORES																																	
	26	IMPRESORAS																																	
<b>TRANSACCIONALES OPERATIVOS</b>	27	RECAUDACION																																	
	28	UTILIZAN APLICATIVOS WEB PARA CONSULTAS																																	
	29	OPEN FLEXIS																																	
<b>BODEGA</b>	30	SMARTFLEX																																	
	31	AXIS																																	
		INDIQUE LA CANTIDAD DE MATERIAL DE TRABAJO QUE DISPONE																																	
32	SIM																																		
	EQUIPOS CELULARES																																		
	DECODIFICADORES SD																																		
	DECODIFICADORES HD																																		

Nombre del Supervisor \_\_\_\_\_

Firma del Supervisor \_\_\_\_\_



**ANEXO 3**

<b>INSTRUCTIVO DE ATENCIÓN PRESENCIAL</b>				
<b>Tipo de Documento:</b> Instructivo	<b>Autor:</b> Gerencia Coordinadora Nacional de Relación con el Cliente	<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha:</b> Marzo - 2015	<b>No. Pg.</b> <b>13 de 93</b>

**INSTRUCTIVO DE ATENCIÓN PRESENCIAL**

	Nombre	Fecha	Firma
Elaborado por:			
Aprobado por:			
Aprobado por:			
Aprobado por:			
Aprobado por:			

## **LA GERENCIA COORDINADORA NACIONAL DE RELACION CON EL CLIENTE DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES**

### **Considerando:**

QUE, mediante Suplemento del Registro Oficial No. 48 del 16 de octubre del 2009, se expidió la Ley Orgánica de Empresas Públicas;

QUE, mediante Decreto Ejecutivo No. 218 de 14 de enero del 2010, se creó la empresa pública Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, como persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, con domicilio principal en Quito, Distrito Metropolitano;

QUE, la Ley Orgánica de Empresas Públicas, en su Artículo 11, número 8, faculta al Gerente General de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, a aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa.

### **RESUELVE**

## **EXPEDIR EL SIGUIENTE INSTRUCTIVO DE ATENCIÓN PRESENCIAL**

### **CAPÍTULO I**

#### **OBJETIVO, ÁMBITO, DEFINICIONES**

##### **Art. 1.- OBJETIVOS. -**

- 1.1** Brindar un servicio y atención de calidad al cliente, demostrando respeto, compromiso e identificación con los requerimientos presentados,

proporcionando soluciones oportunas y eficaces, que reflejen la imagen y los valores de la Organización.

- 1.2 Realizar un seguimiento y monitoreo permanente a la gestión realizada por el área de servicio al cliente para atender eficazmente todos los requerimientos de nuestros clientes.

#### **Art. 2.- ÁMBITO. -**

El presente instructivo, está dirigido a todos los colaboradores que desempeñen las funciones de Asesor Comercial, Recaudador; y todos aquellos que mantengan contacto con el cliente.

#### **Art. 3.- DEFINICIONES. -**

**Asistente de Servicio al Cliente:** Colaborador de la CNT E.P. quien ejecuta sus funciones en los Centros Integrales de Servicios (CIS), Agencias y Puntos de Atención, cuya función principal es la atención al cliente, en cuanto a la gestión de requerimientos de Venta y Postventa (primer nivel) del segmento masivo en todas las líneas de negocio (fijos y móviles), brindando una experiencia positiva de servicio a actuales y potenciales clientes de la CNT EP.

**Asistente de Servicio al Cliente (recaudación):** Colaborador de la CNT EP quien ejecuta las actividades de atención al cliente y adicionalmente realiza las actividades de recaudación, en los Puntos de Atención donde no exista cobranza INHOUSE.

## **CAPÍTULO II**

### **IMAGEN PERSONAL**

Es necesario garantizar la estandarización de la imagen de los asesores, así como la presentación y cuidado personal, de los miembros del centro de atención.

**Art. 4.-** Para el personal que disponga de uniforme institucional debe acatar las normativas establecidas en el manual de uso de uniforme provisto por el área de Desarrollo Organizacional.

**Art. 5.-** Para asesores que no dispongan de uniforme, se establece como estándar el uso de:

**Lunes a Jueves**

Hombres: Pantalón azul oscuro (tela gabardina), camisa blanca y calzado negro casual

Mujeres: Pantalón o falda azul oscuro (tela gabardina), blusa blanca y calzado negro casual de tacón.

**Viernes y Fines de Semana**

Hombre y Mujeres: Pantalón jean azul oscuro y camiseta polo blanca (sin logotipos) y calzado negro casual.

En el caso de necesitar abrigo, se autoriza el uso de saco azul o gris (hombres y mujeres)

**Art. 6.-** El uso de accesorios y de maquillaje debe ser acorde a la imagen corporativa, no deben ser llamativos o de colores fuera de la gama institucional.

**Art. 7.-** Es de gran importancia el cuidado de uñas y peinado.

**Art. 8.-** Los asesores deben portar su identificación de manera permanente y visible para el cliente.

### **CAPÍTULO III**

#### **IMAGEN DEL PUESTO DE TRABAJO / LOCAL**

**Art. 9.-** El asesor únicamente debe tener en su escritorio los formularios para suscripción de pedidos de servicio. Es obligación del asesor mantener contratos y demás papeles de clientes en los lugares destinados para el archivo de documentación y no sobre los escritorios. Incluso si los documentos no están a la vista es responsabilidad del asesor el enviar a archivo los documentos para su digitalización y que estos no permanezcan en sus cajones por cualquier reclamo del cliente.

**Art. 10.-** Se debe evitar la colocación de recordatorios, stickers, papeles autoadhesivos, etc., en las máquinas o paredes aledañas al puesto de trabajo.

**Art. 11.-** Todo tipo de comunicación al cliente debe ser entregada por el departamento de Promoción y Publicidad, los asesores no pueden tener información en sus escritorios que no sea la original y actualizada.

**Art. 12.-** No acumular basura o tickets de turno sobre mostradores, escritorios, pisos o en cualquier lugar visible para el cliente.

**Art. 13.-** No colocar publicidad de ningún tipo salvo la que sea autorizada por la institución de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Gerencia Nacional de Negocios y la Gerencia de Comunicación Social.

## CAPÍTULO IV

### ATENCIÓN AL CLIENTE

**Art. 14.-** El guardia de seguridad debe realizar adecuadamente el protocolo de bienvenida: debe abrir la puerta (cuando aplica), dar la bienvenida ***“Buenos días/ tardes/ Noches Bienvenido a CNT”*** y direccionar al cliente, al momento de la salida del cliente debe realizar un saludo de despedida ***“Gracias por su visita”***

**Art. 15.-** En los centros de atención con disponibilidad de anfitriona, debe realizar:

- a) Script de bienvenida de manera proactiva ***“Buenos días/ tardes/ noches Bienvenido a CNT, en que le podemos atender”***.
- b) En caso de gestiones que pueden ser atendidas en canales virtuales o contact center debe brindar estas opciones como primera alternativa para el cliente
- c) Informar tiempo estimado de espera: ***“¿Estimado Cliente en este momento tenemos un tiempo aproximado de xx minutos de espera, gusta esperar?”***
- d) Entregar el ticket y direccionar al cliente de acuerdo a su requerimiento.
  - ❖ *Para los Centro de Atención que no disponen de un anfitrión, el cliente tomará por su cuenta el ticket de turno para la atención.*
  - ❖ *Para los Centros de Atención que no disponen del Sistema de Colas, el asesor atenderá los requerimientos de los clientes de acuerdo a su orden de llegada.*

**Art. 16.-** Los asesores deben ingresar 10 minutos antes de la apertura del centro de atención, con el fin de que se encuentren operativos y listos al momento de recibir a los clientes.

**Art. 17.-** El asesor debe cumplir los horarios establecidos de almuerzo, con un máximo de 30 minutos por asesor.

**Art. 18.-** Se debe brindar una atención ágil y oportuna a cada cliente y evitar tiempos de espera innecesarios. Los asesores no deben estar en sus escritorios sin atender a un cliente, si en algún caso los asesores están fuera de su horario laboral o realizando alguna actividad extra, no la deben realizar en su escritorio frente a los clientes que están esperando.

**Art. 19.-** Es obligatorio el saludo y usos de los scripts por parte de los asesores al momento de la atención:

Bienvenida: ***Buenos días/tardes/noches, bienvenido a CNT, mi nombre es XX, en qué le puedo atender***

Cierre: ***Algo más en lo que le puedo ayudar SR XX, le recuerdo que por el mes de XX la CNT tiene esta promoción (entrega volante)***

Si la gestión es un requerimiento que pudo ser realizado a través de otros canales debe utilizar el siguiente script: **Para su comodidad esta transacción la puede solicitar: llamando al 100/ nuestra página web/ \*611**

Despedida: **Fue un gusto atenderle.**

**Art. 20.-** El asesor debe tratar por el apellido al cliente, luego de conocer su identidad. El trato hacia el cliente deberá ser con respeto y empatía (ponerse en lugar del cliente) usando términos formales (está prohibido tutear a los clientes), tratando de realizar contacto visual continuo con el cliente y manteniendo una sonrisa permanente.

**Art. 21.-** El asesor debe evitar conversar con sus compañeros de trabajo en el momento de la atención con el cliente y en caso de requerirlo debe informarlo al cliente: ***Permítame realizo una consulta con mi supervisor*** y escalar la consulta al supervisor para no interrumpir a sus compañeros.

**Art. 22.-** El asesor debe escuchar sin interrumpir al cliente, indagar sus necesidades y brindar asesoría y gestión de acuerdo al requerimiento. En la medida de lo posible debe solucionar el requerimiento en ese momento y en caso de transacciones que requieran tiempos de espera, el asesor debe informar tiempo promedio de atención de la solicitud del cliente mediante el siguiente script: *Estimado cliente el tiempo de atención promedio de su solicitud es de xx días/ horas.*

**Art. 23.-** El asesor debe validar que todos los campos de información de solicitudes de servicio y contratos deben estar debidamente completados. Al final de la atención debe entregar una copia de la solicitud o el número de caso en el evento de reclamos que fueron escalados.

**Art. 24.-** En los Centros de Atención con sistema de Gestión de Colas, los asesores deben categorizar correctamente el tipo de servicio que el cliente solicitó. Se realizará un cruce con la base de datos para evaluar muestralmente la veracidad de esta información registrada por el personal.

## CAPÍTULO V

### ATENCIÓN AL CLIENTE – RECAUDACIÓN

**Art. 25.-** El recaudador debe estar debidamente uniformado. Si pertenece a una Institución Financiera debe cumplir con la imagen institucional a la que representa; en el caso de pertenecer a la CNT y disponer del uniforme institucional debe hacer uso del mismo; y en el caso de no disponer de uniforme debe cumplir con:

#### **Lunes a Jueves**

Hombres: Pantalón azul oscuro (tela gabardina), camisa blanca y calzado negro casual

Mujeres: Pantalón o falda azul oscuro (tela gabardina), blusa blanca y calzado negro casual de tacón.

#### **Viernes y Fines de Semana**

Hombre y Mujeres: Pantalón jean azul oscuro y camiseta polo blanca (sin logotipos) y calzado negro casual.

En el caso de necesitar abrigo, se autoriza el uso de saco azul o gris (hombres y mujeres)

**Art. 26.-** El recaudador no debe estar en su escritorio sin atender a un cliente, si en algún caso el recaudador está fuera de su horario laboral o realizando alguna actividad extra, no la deben realizar en su escritorio frente a los clientes que están esperando.

**Art. 27.-** Es obligatorio el saludo y usos de los scripts por parte del recaudador al momento de la atención:

Bienvenida: ***Buenos días/ tardes/ noches, bienvenido a CNT, mi nombre es XX, en qué le puedo atender***

Cierre: ***Algo más en lo que le puedo ayudar SR XX,***

Despedida: **Fue un gusto atenderle.**

**Art. 28.-** El recaudador debe tratar por el apellido al cliente, luego de conocer su identidad. El trato hacia el cliente deberá ser con respeto, usando términos formales (está prohibido tutear a los clientes), tratando de realizar contacto visual continuo con el cliente y manteniendo una sonrisa permanente.

**Art. 29.-** El recaudador únicamente debe proporcionar al cliente la información del valor pendiente de pago, en el caso de que el cliente requiera mayor explicación de los cargos, el recaudador deberá direccionar al cliente al front para ser atendido por un asesor.

**Art. 30.-** El recaudador debe cumplir los horarios establecidos de almuerzo, con un máximo de 30 minutos.

## CAPÍTULO VI

### PROHIBICIÓN DE LOS ASISTENTES DE SERVICIO AL CLIENTE Y RECAUDADOR

**Art. 31.-** Está prohibido maquillarse, peinarse o realizar una actividad no inherente a las funciones del asesor en el puesto de trabajo; esta disposición aplica inclusive si por asuntos de horario u otros la estación no está habilitada para atender a un cliente en ese momento.

**Art. 32.-** El asesor no debe tener comida visible o en su escritorio para evitar que se propaguen olores.

**Art. 33.-** Se prohíbe el pegar papeles o cualquier comunicación directamente en las paredes, ventanillas o vidrios del centro de atención.

**Art. 34.-** Está prohibido direccionar a los clientes a otro CIS o a otro compañero del centro de atención, ya que todos los asesores deben estar en la capacidad de atender cualquier tipo de requerimientos.

**Art. 35.-** Está prohibido el ingerir alimentos, bebidas, chicles, barras de caramelo u otros productos similares que deterioran la imagen en la atención, inclusive si no se está atendiendo a un cliente en ese momento. Si el asesor desea comer debe hacerlo en las horas y en el espacio determinado para el efecto (cafetería).

**Art. 36.-** Está prohibido solicitar copia de documentos de identificación al cliente, para el caso de cédula de identidad se debe remitir a la validación de la aplicación del Registro Civil, y para papeleta de votación, así como en casos de cédulas no registradas, se debe realizar la copia por parte del asesor.

**Art. 37.-** Está prohibido el uso del celular, audífonos o cualquier accesorio de comunicación en el momento de la atención, el asesor podrá utilizar su equipo en su tiempo libre y en excepciones personales con la autorización del Supervisor del CIS.

**Art. 38.-** Se prohíbe escuchar música inclusive con volumen bajo.

## CAPÍTULO VII

### RESPONSABILIDAD DE LOS SUPERVISORES

**Art. 39.-** Los supervisores de CIS deben usar el uniforme administrativo y en caso de no disponer del mismo, se solicita el uso de terno de color azul o negro tanto para personal masculino como femenino.

**Art. 40.-** Verificar que los precios y terminales de las vitrinas se encuentren actualizados.

**Art. 41.-** Verificar que la sala de espera esté ordenada, limpia y con la ventilación adecuada (en caso de disponer de los equipos para este efecto).

**Art. 42.-** Verificar que los sistemas operativos requeridos para que el Centro de Atención opere se hallen disponibles. En caso de novedades, las mismas deben ser reportadas a la instancia respectiva.

**Art. 43.-**Garantizar el orden y limpieza de todo el Centro de Atención, y en el caso de identificar alguna falla, actuar o escalar de manera inmediata.

**Art. 44.-** Garantizar el flujo de la atención asegurando que las estaciones estén ocupadas en la mayor cantidad de tiempo, programando recursos en roles de trabajo, de manera que el centro brinde la percepción de mantener los recursos disponibles para la atención del cliente.

**Art. 45.-** Apoyar al flujo de atención mediante la gestión en hall (indagar al cliente sobre su requerimiento para realizar un proceso de filtro mientras se encuentra en espera).

**Art. 46.-**Revisar diariamente que se disponga de material de trabajo suficiente como es: SIM – EQUIPOS CELULARES –DECODIFICADORES (*SD-HD*) –SOLICITUD DE SERVICIO (Fijo-Móvil) -CONTRATOS –MATERIAL POP, con el fin de evitar molestias para el cliente y que esto no interfiera en el desempeño diario de las funciones.

**Art. 47.-** Garantizar que el material publicitario sea el vigente y cuidar el retiro de aquella información no actualizada.

**Art. 48.-**Validar con los asesores, que dispongan de los sistemas operativos y transaccionales necesarios para el desempeño de sus funciones y con los respectivos accesos a cada uno de ellos.

**Art. 49.-**Validar que los asesores se encuentren debidamente capacitados en todos los productos, servicios y procesos y en caso de detectar vacíos en los conocimientos escalar inmediatamente al área correspondiente.

**Art. 49.-**Realizar mensualmente un cronograma de horarios de trabajo, en donde se establezca, horas de entrada y de almuerzo para todo el personal del Centro de Atención y

validar el estricto cumplimiento del mismo (incluye la supervisión del personal de seguridad y recaudadores externos).

**Art. 50.-**Controlar las activaciones y cambio de equipos realizados por los asesores, así como la documentación habilitante de las ventas, anulaciones, estados pendientes, diferidos en el transaccional y reporte de TI, aplicando los procedimientos de control descritos para este efecto. *(Anexo 1) Flujograma de Actividad: REALIZAR EL CONTROL DIARIO DEL CIS, AGENCIA Y/O PUNTO DE ATENCIÓN*

**Art. 51.-**Garantizar y controlar el envío de la documentación habilitante de contratos al archivo conforme el procedimiento establecido *(Anexo 1) Flujograma de Actividad: REALIZAR EL CONTROL DIARIO DEL CIS, AGENCIA Y/O PUNTO DE ATENCIÓN*

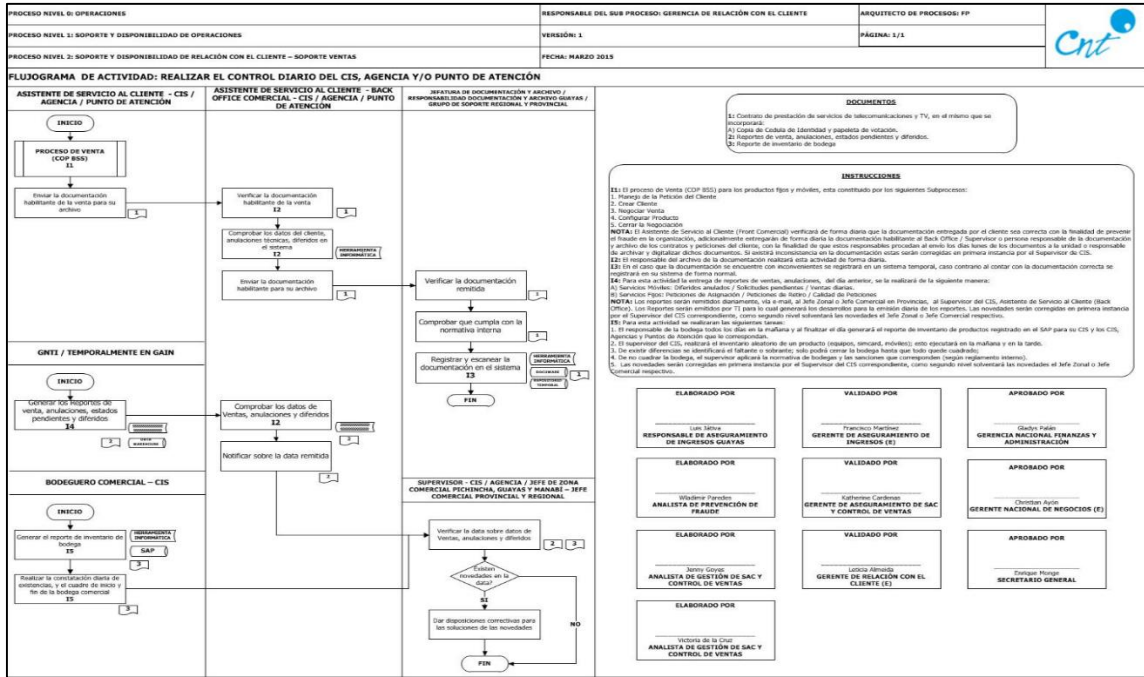
**Art. 52.-**Validar el cumplimiento de los procesos de venta y postventa definidos, y realizar el seguimiento respectivo para evitar posibles inconsistencias.

**Art. 53.-**Brindar apoyo en la atención a clientes no conformes, molestos con el servicio del asesor comercial, o que requieran soporte especializado.

**Art. 54.-**Dar seguimiento continuo a los niveles de servicio, tasa de abandono, tiempos de espera y demás indicadores de servicio, con el fin de garantizar su cumplimiento.

**Art. 56.-**Realizar diariamente el “*CHECK LIST PARA EL CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE ATENCIÓN PRESENCIAL CNT*”. *(Anexo 2)* y realizar retroalimentación de las acciones observadas con el fin de generar correctivos con el personal.

**Art. 57.-**Velar por el cumplimiento de esta política a lo largo de la jornada de trabajo.







<b>AGENCIA</b>		CHECK LIST CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE ATENCION PRESENCIAL CNT																															
		MES																															
		FECHA																															
		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>Asesores Comerciales</b>																																	
HORA DE INGRESO	1	INGRESAN 10 MINUTOS ANTES DE LA APERTURA																															
	2	USAN CREDENCIALES																															
IMAGEN PERSONAL	3	UTILIZAN SU UNIFORME ACORDE AL MANUAL																															
	4	CUMPLEN CON LA IMAGEN PERSONAL DESCRITA EN EL MANUAL																															
<b>Imagen del Puesto de Trabajo / CIS</b>																																	
DISPONIBILIDAD PUBLICIDAD	5	DTH																															
	6	MOVIL																															
	7	FIJA																															
DOCUMENTACIÓN	8	CONTRATOS FIJA																															
	9	CONTRATOS DTH																															
IMAGEN PUESTO DE TRABAJO	10	ESTACIONES DE TRABAJO ORDENADAS																															
	11	DOCUMENTACION DEL CLIENTE ARCHIVADA																															
IMAGEN CENTRO DE ATENCION	12	VITRINAS ORDENADAS E INF. ACTUALIZADA																															
	13	PUBLICIDAD ACTUALIZADA																															
	14	CENTRO EXPERIENCIA OPERATIVO (si aplica)																															
	15	CENTRO DE ATENCIÓN LIMPIO Y ORDENADO																															
<b>Atención al Cliente</b>																																	
ATENCIÓN AL CLIENTE	16	CUMPLEN CON PROTOCOLOS DE BIENVENIDA ATENCIÓN Y DESPEDIDA																															
		PERSONAL DE SEGURIDAD																															
		ANFITRIONA																															
	17	ASESORES COMERCIALES Y RECAUDADORES																															
		LA ACTITUD DE LOS COLABORADORES ES ADECUADA																															
		PERSONAL DE SEGURIDAD																															
	18	ANFITRIONA																															
		ASESORES COMERCIALES Y RECAUDADORES																															
		SE PROPORCIONA A CLIENTE INFORMACION DE CANALES AUTOMÁTICOS DE SERVICIO																															
		LA INFORMACIÓN DE LA SOLICITUD DE SERVICIO SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE COMPLETADO																															
SE CUMPLE CON EL CRONOGRAMA DE HORARIOS																																	
EL ASESORE SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE CAPACITADO																																	
DISPONIBILIDAD SISTEMAS OPERATIVOS	22	SE CONTROLA LAS ACTIVACIONES Y CAMBIO DE EQUIPOS																															
	23	AFC																															
	24	RED																															
	25	COMPUTADORES																															
	26	IMPRESORAS																															
	27	RECAUDACION																															
	28	UTILIZAN APLICATIVOS WEB PARA CONSULTAS																															
	29	OPEN FLEXIS																															
TRANSACCIONALES OPERATIVOS	30	SMARTFLEX																															
	31	AXIS																															
BODEGA	32	INDIQUE LA CANTIDAD DE MATERIAL DE TRABAJO QUE DISPONE																															
		SIM																															
		EQUIPOS CELULARES																															
		DECODIFICADORES SD																															
		DECODIFICADORES HD																															

Nombre del Supervisor \_\_\_\_\_

Firma del Supervisor \_\_\_\_\_



## **DISPOSICIÓN GENERAL**

**PRIMERA:** Los colaboradores que no se sujeten al presente instructivo, se ajustan al Régimen Disciplinario de la CNT EP, y se atenderán a las resoluciones expuestas por DEO.

## **DISPOSICIÓN TRANSITORIA**

**PRIMERA:** Los procesos de evaluación que se realizan a los colaboradores, que se encuentran ejecutándose a la fecha de expedición de este documento se sujetarán a las normas indicadas en este instructivo.

## **DISPOSICIÓN FINAL**

**PRIMERA:** Deróguese cualquier norma o disposición que se contraponga al presente Instructivo.

**SEGUNDA:** El presente Instructivo entrará en vigencia desde la fecha de su suscripción por parte del Gerente General de la CNT EP.

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, a los 31 días del mes de marzo de 2015

**GERENTE GENERAL**

**CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**



ANEXO 4

431



Oficio N° GNRI-2016 0158

Quito DM, 17 MAR 2016

Econ. Renso Amoroso  
GERENTE PROVINCIAL DEL AZUAY  
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT – EP.  
Presente.-

Referencia: Oficio N° GNRI-GREG-06-1842-2014  
Oficio N° GNRI-GREG-06-2028-2014  
Oficio N° GNRI-GREG-06-1193-2015

**Asunto:** Cumplimiento de tiempo de solución de quejas y reclamos

De mi consideración:

Me dirijo a usted, en relación al cumplimiento que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP debe dar a lo establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y al cumplimiento sobre la absolución de reclamos y quejas de los distintos servicios de telecomunicaciones que brinda la Empresa Pública.

Al respecto, es menester manifestar lo siguiente:

1. **Normativa regulatoria para cumplimiento de tiempo de atención de quejas y reclamos**

Con los oficios que se detallan en la referencia y cuya copia se adjunta, la Gerencia Nacional de Asuntos Internacionales y Regulatorios y la Gerencia de Regulación, solicitaron a las Gerencias Nacionales, Provinciales, Regionales, Nacional de Negocios y de Coordinación Nacional de Relación con el Cliente, el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; entre las mismas encontrándose el cumplimiento de los tiempos a absolución de reclamos y quejas presentadas por los clientes/abonados – usuarios de la CNT EP.

De esta manera, en referencia particular al tiempo de resolución de reclamos se ha indicado que:

- La Ley Orgánica de Telecomunicaciones dispone como derechos de los abonados/clientes-usuarios la debida atención y resolución de reclamos; es así que dicha Ley señala que:

**"Artículo 22.- Derechos de los abonados, clientes y usuarios."**

*"13. A la atención y resolución oportuna de las solicitudes y reclamos relacionados con la prestación de los servicios contratados de conformidad con las regulaciones aplicables."*

Y, como deberes de los prestadores de servicios de telecomunicaciones.

**"Artículo 24.- Obligaciones de los prestadores de servicios de telecomunicaciones."**

Trámite: S/N	2016-02-19	Cumplimiento plazos de reclamos.
--------------	------------	----------------------------------



"19. Garantizar la atención y resolución oportuna de los reclamos formulados por sus abonados o usuarios, conforme los plazos que consten en la normativa o títulos habilitantes."

El Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones que tiene por objeto el desarrollo y la aplicación de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, dispone que:

"Art. 59.- Consideraciones generales de las obligaciones de los prestadores de servicios.- Para el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores de servicios, previstas en la LOT, se considerará lo siguiente:"

1. La atención y resolución oportuna de las solicitudes y reclamos relacionados con la prestación de los servicios de telecomunicaciones contratados, incluidos los de radiodifusión por suscripción, no deben superar el término máximo de quince (15) días, sin embargo, podrá resolverse en plazos mayores para casos complejos, de conformidad con las regulaciones aplicables."

Los casos complejos deben ser previamente evaluados por la ARCOTEL.

- Asimismo, es importante señalar la obligatoriedad del cumplimiento de los índices de calidad establecidos por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones para la solución de quejas y reclamos en los tiempos establecidos, los cuales son:

- **Telefonía fija:** Resolución No. ARCOTEL-2016-0144, mediante la cual la ARCOTEL aprobó los "Índices de Calidad" y valores objetivos aplicables al año 2016. Para la resolución de reclamos, se establece que:

No.	CÓDIGO	PARÁMETRO	VALOR OBJETIVO
3	1.3	Tiempo promedio de resolución de reclamos generales	≤ 4 días (96 horas continuas)

- **Servicio Móvil Avanzado:** Resolución No. TEL-042-01-CONATEL-2014, mediante la cual el Ex Consejo Nacional de Telecomunicaciones aprobó los "Parámetros de Calidad" para este servicio; para la solución de reclamos se establece que:

#	CÓD	PARÁMETRO	VALOR OBJETIVO
3	5.3 (1.3)	Tiempo promedio de resolución de reclamos	Tr ≤ 120 horas continuas Valor mensual a nivel nacional evaluados por canales de reclamo

- **Servicio de Valor agregado:** Resolución 216-09-CONATEL-2009, mediante la cual se aprueba los Parámetros de Calidad y valores objetivos de acuerdo al siguiente detalle:

#	Código	PARÁMETRO	Valor Objetivo
3	4.3	Tiempo máximo de resolución de Reclamos Generales	Valor objetivo mensual: máximo 7 días para el 98% de reclamos

Trámite: S/N	2016-02-19	Cumplimiento plazos de reclamos.
--------------	------------	----------------------------------



**ARI Bonilla Alicia**

---

**De:** ARI Bonilla Alicia  
**Enviado el:** jueves, 24 de marzo de 2016 10:48  
**Para:** SGE Arellano Sara  
**Asunto:** ADMINISTRACIÓN PROVINCIAL AZUAY

Estimada Sarita  
Buen día

Su gentil ayuda con el despacho de la siguiente documentación:

---

Economista  
Renso Amoroso  
**GERENTE REGIONAL AZUAY**  
**CORORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES**

Benigno Malo 7-26 y P. Córdova  
**AZUAY**

**Ref:** Of. GNRI-2016-000158

---

A la espera de su gentil ayuda

**ING. ALICIA BONILLA**

**ASISTENTE GERENCIA DE REGULACIÓN**

Tel.: (593-2) 3731 700 Ext.: 23323

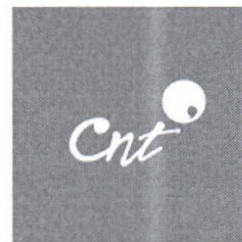
[alicia.bonilla@cnt.gob.ec](mailto:alicia.bonilla@cnt.gob.ec)

Av. Amazonas N36-49 y Corea, Edificio Vivaldi, piso 6

[www.cnt.com.ec](http://www.cnt.com.ec)



Cuidemos del medio ambiente. Por favor no imprima s este e-mail si no es necesario.



*020822* *R*



- **Audio y Video por suscripción:** Resolución RTV-816-27-CONATEL-2010, mediante el cual se aprueba el Reglamento de Audio y Video por Suscripción, donde constan los parámetro de calidad y valores objetivos aprobados para:

Atención de reclamos		Tiempo de respuesta de operadoras	
Valor Objetivo (h)	Porcentaje de casos	Valor Objetivo (s)	Porcentaje de casos
≤ 24	90%	≤ 55	92%
≤ 48	91% - 95%	> 55	91% - 95%
≤ 72	96% - 99%		

- **Servicio Portador:** Requisitos técnicos y especificaciones de calidad para la prestación de servicios portadores de telecomunicaciones (norma técnica), en donde se establece:

*"Tiempo medio de reparación de averías de circuitos locales y circuitos de larga distancia TRA- Tiempo promedio de reparación de averías calculado sobre el total de averías solucionadas dentro del período de medición. Este tiempo es expresado en horas incluyendo fracciones. Este indicador debe ser menor o igual a 8 horas."*

- Adicionalmente, la normativa regulatoria dispone a través del Reglamento para los abonados/clientes-usuarios de los servicios de telecomunicaciones y valor agregado. que:

*"Art. 18.- Atención y reclamos.-*

*18.3 Recibir en el plazo máximo de quince (15) días, contados a partir de la fecha de presentación de la queja o reclamo, la solución definitiva por parte de los prestadores, esto es, una vez superado el motivo que originó la queja o reclamo presentado, conforme el ordenamiento jurídico vigente, contrato de prestación de servicios (contrato de adhesión) y títulos habilitantes según corresponda, aplicables al servicio contratado; dicho plazo no será considerado cuando existan motivos debidamente comprobados imputables al abonado/cliente. Otros plazos mayores a quince (15) días, deberán constar expresamente detallados en los contratos de prestación de los servicios aprobados por el CONATEL o la SENATEL, conforme la correspondencia con el título habilitante del prestador del servicio y el ordenamiento jurídico vigente."*

(Lo resaltado y subrayado me pertenece)

Por lo tanto, se concluye que la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y normativa regulatoria es clara al establecer los tiempos de atención de quejas y reclamos, y por consecuencia, corresponde a la CNT EP su estricto cumplimiento.

**2. Procedimientos administrativos sancionatorios instaurados en contra de la CNT EP y estadísticas actuales de tiempos de atención de reclamos.**

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT – EP, actualmente se encuentra en periodo resolutorio de dos (2) procedimientos administrativos sancionadores instaurados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones por el incumplimiento a lo

Trámite: S/N	2016-02-19	Cumplimiento plazos de reclamos.
--------------	------------	----------------------------------



establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y las obligaciones incorporadas en el Titulo Habilitante, es decir reclamos que fueron solucionados en un tiempo superior a 15 días laborables.

Ante ello, es pertinente señalar que durante los talleres efectuados con el personal provincial de la CNT EP se ha dado a conocer el monto de las sanciones en las cuales podría incurrir la empresa pública, siendo a manera de referencia las siguientes:

SERVICIO	SANCIONES DE PRIMERA CLASE		SANCIONES DE SEGUNDA CLASE		SANCIONES DE TERCERA CLASE		SANCION DE CUARTA CLASE
	REFERENCIA 0.001%	REFERENCIA 0.03%	REFERENCIA 0.031%	REFERENCIA 0.07%	REFERENCIA 0.071%	REFERENCIA 0.1%	REFERENCIA 1%
	multa más baja de 1era. Clase	multa más alta de 1era. Clase	multa más baja de 2da. Clase	multa más alta de 2da. Clase	multa más baja de 3ra. Clase	multa más alta de 3ra. Clase	multa más alta de 4ta. Clase
FUA	\$ 4.229,05	\$ 126.871,62	\$ 131.100,67	\$ 296.033,77	\$ 300.262,82	\$ 422.905,38	\$ 4.229.053,84
MOVIL	\$ 675,03	\$ 20.250,89	\$ 20.925,92	\$ 47.252,08	\$ 47.927,11	\$ 67.502,97	\$ 675.029,67
PORTADOR	\$ 46,37	\$ 1.391,01	\$ 1.437,38	\$ 3.245,70	\$ 3.292,07	\$ 4.636,71	\$ 46.367,14
INTERNET	\$ 2.676,53	\$ 80.295,87	\$ 82.972,40	\$ 187.357,03	\$ 190.033,56	\$ 267.652,90	\$ 2.676.528,97
DTH	\$ 516,82	\$ 15.504,61	\$ 16.021,43	\$ 36.177,42	\$ 36.694,24	\$ 51.682,03	\$ 516.820,28

De lo expuesto, el incumplir con los tiempos de atención a quejas y reclamos puede representar para la Empresa Pública, sanciones económicas de primera clase y en adelante, por causa de reincidencias, en sanciones de segunda y hasta cuarta clase. Sanciones económicas que de ocurrir, la Empresa Pública podrá ejercer las acciones correspondientes con el personal que omitió el cumplimiento de la normativa.

Con la preocupante situación de la falta de solución de quejas y reclamos en los tiempos previstos en la normativa regulatoria, esta Gerencia Nacional solicitó la estadística de tiempos de atención de quejas y reclamos considerando los aspectos tanto comerciales y técnicos, obteniéndose como resultado los datos que constan en CD adjunto y a manera de resumen, son:

- Reclamos de facturación fijos – Período: Enero a Diciembre 2015: atendidos en más de 15 días **443**; No atendidos: **54**, es decir sin fecha aún de cierre.
- Quejas fijas – Período: Enero a Diciembre 2015: atendidos en más de 15 días **81**; No atendidos: **141**, es decir sin fecha aún de cierre.
- Reclamos de facturación móviles – Período: Enero a Diciembre 2015: atendidos en más de 15 días **68**; No atendidos: **59**, es decir sin fecha aún de cierre.
- Quejas móviles – Período: Enero a Diciembre 2015: atendidos en más de 15 días **2795**; No atendidos: **141**, es decir sin fecha aún de cierre.

Por lo que se concluye que la CNT EP no estaría exenta de recibir nuevos procedimientos sancionatorios en caso de que se verifique por parte de la ARCOTEL este incumplimiento.

En la documentación adjunta se remite también los datos del personal responsable técnico y comercial de atención de quejas y reclamos, así como la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y su Reglamento General.

En el caso de la provincia del Azuay, el personal responsable que ha sido indicado por las áreas técnica y comercial son:

Trámite: S/N	2016-02-19	Cumplimiento plazos de reclamos.
--------------	------------	----------------------------------



*Cnt*

REGIONAL	PROVINCIA	PERSONAL RESPONSABLE
6	AZUAY	Marcelo Toral (Jefe Comercial) Carlos Juca (Posventa) Rommel Carpio (Jefe Técnico)

### 3. Solicitudes efectuadas por la ARCOTEL

De manera periódica, la ARCOTEL solicita a la CNT EP efectuar el seguimiento conjunto de las quejas y reclamos que se observa por parte de este organismo con el riesgo de no ser atendidos dentro de los periodos de tiempo establecidos en normativa regulatoria. De esta manera, tomando en consideración que este seguimiento se realiza en función de los delegados de cada una de las provincias es pertinente insistir en la relevante importancia que tiene la atención oportuna de las quejas y reclamos de los abonados/clientes – usuarios.

En base a todo lo descrito, la Gerencia Nacional de Asuntos Internacionales y Regulatorios solicita a la Gerencia Provincial, lo siguiente:

- Que se brinde cabal cumplimiento a las disposiciones constantes en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y su Reglamento General y para este caso particular en lo que corresponde al cumplimiento de los tiempos fijados para la atención de quejas y reclamos.
- Que se realice el seguimiento oportuno de las quejas y reclamos reportados por la ARCOTEL a cada uno de los puntos de contacto que se han establecido a nivel nacional.
- Se comunique a la Gerencia de Regulación acerca de las acciones tomadas, con la finalidad de dar cumplimiento a los tiempos de atención de quejas y reclamos.

Sin más a que hacer referencia y expresándole mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente,

**María Cristina Castro.  
GERENTE NACIONAL DE ASUNTOS INTERNACIONALES Y REGULATORIOS  
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT E.P.**

Se adjunta CD con:

- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Oficios de la referencia
- Estadísticas de atención de quejas y reclamos a nivel provincial
- Personal para atención de quejas y reclamos a nivel provincial

Oficio N° GNRI-GREG-09-0431-2016  
Quito DM, 14 de marzo de 2016

Aprobado: Álvaro Mosquera  
Revisado por: Ximena Cordero  
Realizado por: Ángel Alajo

Trámite: S/N	2016-02-19	Cumplimiento plazos de reclamos.
--------------	------------	----------------------------------

ANEXO 5





