

SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD EN LA AREA DE ATENCION AL CLIENTE DE LA CORPORACION NACIONAL DE ELECTRICIDAD REGIONAL MILAGRO

Ing. Felix Enrique Villegas Yagual Msc. Mae

Decano Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales
Universidad Estatal de Milagro
ing_enriquevillegas@hotmail.com

Ing. Magdalena Iralda Valero Camino Mae (C)

Estudiante de Maestría Administración de Empresa UTEG
valeromagdalena@gamil.com

Ing. Dalva Patricia Icaza Rivera Mae.

Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales
Universidad Estatal de Milagro
dalvaicaza@hotmail.com

Resumen

El presente estudio está encaminado hacia la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en el área de Atención al Cliente de la Empresa Eléctrica Pública Estrategia Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP Unidad de Negocio Milagro. Para su desarrollo hemos recopilado valiosa información, misma que servirá de sustento para demostrar la viabilidad del artículo, y la cual se ha desarrollado de la siguiente manera:

Por medio del presente estudio se realiza un análisis del nivel de satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica en las tarifas residencial y comercial en las Ciudades Milagro, Bucay, Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar y Marcelino Maridueña. El propósito de la investigación es el de establecer condiciones de mejora que permitan a las empresas de distribución mejorar sus estándares de servicio, contribuyendo así a que los usuarios sean mejor atendidos. Por medio de las encuestas aplicadas, se llega a establecer que en cuanto a la **Atención al Cliente**, se refleja que los usuarios no están siendo atendidos en forma oportuna enmarcándose en las leyes del sector eléctrico y lo más importante no brindan un apoyo integro en el proceso del trabajo para poder alcanzar los objetivos del área y de las empresas que brindan este servicio.

Palabras clave: satisfacción al cliente, tarifa eléctrica, suministro de energía, distribuidora, cultura organizacional.

Summary

The present study is aimed at the implementation of a Quality Management in the area of Customer Strategy Electric Company Public Electricity Corporation CNEL National Business Unit Miracle EP. For its development we have collected valuable information, which will provide support to demonstrate the feasibility of the article, which has been developed as follows:

Through this study, an analysis of the level of customer satisfaction is done in the electricity consumption in the residential and commercial tariffs in the Milagro, Bucay, Triumph, Naranjito, Simon Bolivar and Marcelino Maridueña Cities. The purpose of the research is to

establish conditions that enable improved distribution companies improve their standards of service, thereby ensuring that users are better served. Through the surveys, becomes established in terms of customer service, reflected that users are not being treated in a timely manner framed in the laws of the electricity sector and most importantly do not provide support integral in work process to achieve the objectives of the area and the companies that provide this service.

Keywords: customer satisfaction, electricity rates, power supply, distribution, organizational culture.

INTRODUCCION

La calidad en el servicio ofrecido por las organizaciones, en la actualidad está plenamente encaminada hacia el logro de la satisfacción total de las necesidades de los clientes, sin embargo, muy pocas instituciones han logrado hasta hoy acoplarse a las exigencias de sus clientes.

Es debido a ello que hoy por hoy se cuenta con Sistemas de Gestión de Calidad, que buscan encaminar a las organizaciones hacia el logro de la excelencia en la calidad. El desarrollo del presente artículo que nació de la necesidad que tiene la Empresa Eléctrica Pública Estrategia Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP Unidad de Negocio Milagro por ofrecer continuamente un servicio de calidad hacia sus usuarios.

Por eso es que podemos decir que el presente estudio constituye un valioso aporte para la institución, mismo que contribuirá al mejoramiento en la gestión de la organización. Además de que los resultados obtenidos durante el desarrollo de este trabajo podrán servir de referencia y motivación para posteriores análisis de empresas con similares características.

MARCO CONCEPTUAL

Amabilidad: Conducta solidaria o afectuosa con otras personas, que a su vez abarca simpatía y generosidad.

Calidad: Es la percepción que el cliente tiene de un producto o servicio ofrecido al mismo, es decir, la fijación mental que el cliente asume con respecto al nivel de capacidad en que un producto o servicio satisface sus necesidades o expectativas.

Capacitación: Conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. 5

FILOSOFIA CORPORATIVA: MISION, VISION, VALORES, POLITICAS DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENERGIA ELECTRICA.

Misión

Distribuir y comercializar energía eléctrica garantizando un servicio de calidad y confiabilidad, para satisfacer a nuestros clientes en forma eficaz y eficiente, mediante la gestión de un talento humano competitivo y el uso apropiado de la tecnología.

Visión

Desarrollar una cultura empresarial competitiva basada en el servicio al cliente a fin de posicionarnos como una empresa rentable y modelo a nivel nacional e internacional

Valores

- Atención efectiva al cliente
- Profesionalismo
- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Respeto al medio ambiente

Políticas de calidad

- Ofrecer a nuestros clientes un servicio eléctrico eficiente, continuo, de calidad y con un mínimo de interrupciones.
- Otorgar a nuestros clientes sin distinción el trato que se merecen y considerarlos socios en el negocio.
- Atender sus reclamos y sus solicitudes de servicio con prontitud y esmero.
- Mantener una información oportuna, rápida y veraz.
- Implantar procesos ágiles y evitar trámites engorrosos.
- Reiterar nuestro compromiso de servicio a la comunidad.
- La responsabilidad del éxito o el fracaso es de todos quienes conforman una empresa.
- Asegurar la máxima calidad y confiabilidad del servicio eléctrico en el área de concesión otorgada por el Estado, con una mínima afectación a nuestro frágil ecosistema.
- Garantizar la máxima eficiencia en el uso y asignación de los recursos disponibles, con el fin de obtener el menor costo económico, para la Empresa y para la comunidad, en la prestación del servicio eléctrico.
- Electrificar las zonas rurales con tecnologías adecuadas que minimicen costos de inversión, operación mantenimiento e impacto ambiental, y que el servicio eléctrico sirva como un medio para acelerar el desarrollo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de las localidades aisladas y rurales de nuestra zona de influencia.
- Disminuir la migración del campo a la ciudad, mediante la entrega del servicio en áreas rurales que les permita aumentar la productividad de la zona, y generar mayor número de empleos.

Objetivo general

Encontrar los problemas que han surgido debido a la inexistencia de un Sistema de Gestión de Calidad, a través del desarrollo de un estudio de campo que nos permita proponer la solución a la problemática actual.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de las deficiencias existentes en el manejo de los procesos de atención a clientes, para determinar qué instrumento contribuiría a la mejora.
- Evaluar en qué afecta a la calidad del servicio, que el mismo sea prestado en gran medida por contratistas.

- Analizar los impactos negativos que generan en el servicio brindado la falta de compromiso y capacitación de los funcionarios.
- Analizar de qué manera incide la falta de indicadores de gestión sobre el efectivo desarrollo de los servicios.

MARCO METODOLOGICO

Hemos decidido realizar el presente diseño orientado fundamentalmente hacia mejoramiento de la calidad del servicio ofrecido por el área de Atención al Cliente de la Empresa Eléctrica Pública Estrategia Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP Unidad de Negocio Milagro, basando esencialmente nuestro estudio en identificar cuál es la situación actual de la relación entre los funcionarios de la institución y sus usuarios.

Nuestro trabajo estará enmarcado dentro de un diseño de campo, ya que el mismo se llevara a cabo en el lugar donde se desarrolla la problemática, habiendo una interacción directa entre los objetivos de estudio y la realidad.

Su finalidad es aplicada, puesto que nos encontramos en la búsqueda de una solución que pueda ser empleada por la institución para su mejoramiento en la relación con los clientes.

Es transcendental indicar también que la investigación es descriptiva, porque estamos caracterizando un hecho existente, dirigido al sentir de los abonados de la empresa, medio por el cual conoceremos con mayor certeza cuáles son los problemas que están generando que el servicio prestado no sea el adecuado.

Nos basaremos en un estudio de tipo no experimental, ya que por el momento vamos a analizar las distintas interrogantes e hipótesis que presenta nuestra investigación.

ENTORNO EMPRESARIAL

La empresa distribuidora de electricidad de este sector que sirve a 120.000 clientes de una comunidad eminentemente agrícola y agroindustrial, en un área de concesión aproximada de 6.000 km² que cubre en diversas proporciones a cinco provincias, de las regiones costa y sierra del Ecuador; está ubicada en una zona subtropical y algunas de las comunidades a las que sirve se encuentran en el límite de la sierra y costa, por lo tanto gozan de un clima agradable durante todo el año. El índice de cobertura de este servicio básico a las viviendas es llegar al 100 %; por cuanto es política del gobierno cumplir con los planes de obras a los sectores Urbanos Marginales y Rurales.

El desarrollo de la zona que sirve se encuentra firmemente ligado al desarrollo de esta empresa dentro del sector eléctrico, para lo cual se quiere posicionar convenientemente, ante la eventualidad de que otras empresas de mayor envergadura intenten penetrar en este mercado, sobre la base de un nuevo reordenamiento de las áreas de concesión.

JUSTIFICACION

La presente solución sobre diseñar y proponer un Sistema de Gestión de Calidad en el área de Atención al Cliente de la Empresa Eléctrica Pública Estrategia Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP Unidad de Negocio Milagro, se sustenta en la importancia que tiene para ésta mejorar su desempeño en los servicios que ofrece para así funcionar de manera mucho más efectiva.

La empresa mediante la aplicación de este sistema obtendrá un sinnúmero de beneficios que van desde comprender las necesidades reales de sus usuarios hasta llegar a exceder sus expectativas. Además a través de nuestra propuesta lo que se busca es definir con claridad y precisión lo que se espera de la Dirección de la empresa, de sus funcionarios y de sus contratistas, así como también establecer los estándares de calidad con que se brindaran los servicios. Contribuyendo así en el desarrollo de factores, como:

- Mejorar la imagen institucional, puesto que se demostrará la preocupación de la empresa por mantener usuarios satisfechos.
- Incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios, ya que se optimizaran los tiempos de respuesta.
- Contribuir al desarrollo y crecimiento del personal, además de mantenerlos motivados a esforzarse por prestar un servicio de calidad.

Hipótesis General

- La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, permitiría mejorar la calidad del servicio prestado en el área de Atención al Cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro.

Hipótesis Particulares

- El contar con un manual de procedimientos contribuirá a mejorar el manejo de los procesos.
- La aplicación de un plan de evaluación a contratistas, permitirá medir la calidad del servicio que ofrecen.
- Con el desarrollo de planes de capacitación periódicos, se contribuirá a mejorar la relación empresa-clientes.
- El contar con indicadores de gestión nos ayudará a evaluar constantemente el servicio que presta la empresa.

Declaración de las Variables

Variables dependientes

Calidad en el servicio prestado
 Mejora el manejo de los procesos
 Medir la calidad del servicio
 Mejorar la relación empresa-clientes
 Evaluar constantemente el servicio

Variables Independientes

Sistema de Gestión de Calidad
 Manual de procedimientos
 Plan de evaluación a contratistas
 Planes de capacitación
 Indicadores de gestión

Tabla 1. Cortes imprevistos, variaciones y reposición del servicio de energía eléctrica

TIPO	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Dependiente	Compromiso de los empleados	Test de satisfacción para la Regional en forma anual	% empleados comprometidos	Cronograma. Presupuesto, Entrevistas. Evaluaciones. Test
Estructura	Ambiente del trabajo		% de accidentes	
Seguridad	Mala comunicación		% de quejas de empleados % de logros alcanzados	
Comunicación	Remuneraciones percibidas.		% de empleados ascendidos % empleados motivados	
Beneficios Personal	Plan de promociones		% de inversión de capacitación % desempeño del personal	
Desarrollo de Carrera	Personal motivado.			
Motivación	Personal Capacitado			
Capacitación	Personal bien Evaluados			
Evaluación de desempeño				
Independiente				
Gestión del área de recursos Humanos			% personal satisfechos	
Liderazgo Ejecutivo			% personal satisfechos	
Atención al Cliente				

SECCION 1
EMPATÍA: GRADO DE ATENCIÓN PERSONALIZADA QUE SE OFRECE A LOS ABONADOS.

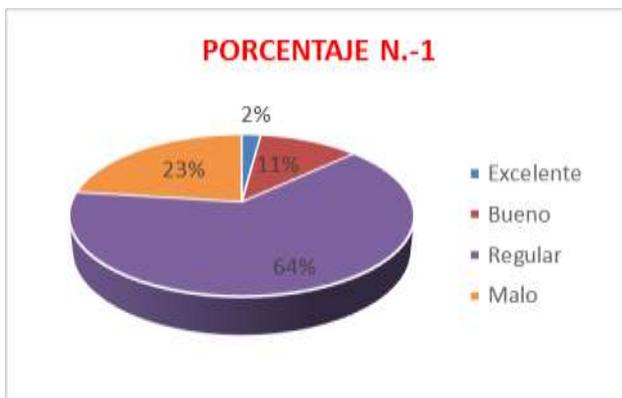
1. ¿Cree usted que el trato que le brinda el personal de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro es?
2. ¿Cree usted que el personal de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro se encuentra debidamente capacitado sobre cómo atender a sus clientes?
3. ¿Considera que el personal está atento a sus necesidades?
4. ¿Cómo considera el ambiente que se desarrolla dentro de las instalaciones de la institución?

Tabla 2. Grado de atención personalizada que se ofrece a los abonados.

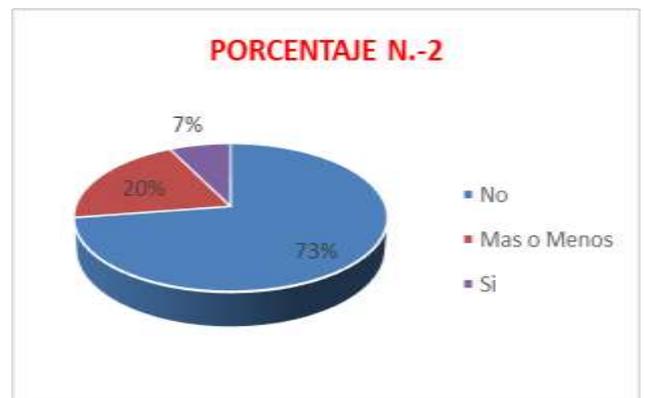
ALTERNATI VA	USUARIOS	PORCENT AJES	ALTERNATI VA	2	ALTERNATI VA	3	ALTERNATI VA	4	TOTAL	PROMEDIO
Excelente	8	2%	No	73%	Siempre	5%	Agradable	61%	141%	47%
Bueno	42	11%	Más o Menos	20%	Casi Siempre	28%	Desagradab le	25%	84%	28%
Regular	245	64%	Si	7%	Nunca	67%	Le da igual	14%	152%	51%
Malo	88	23%								6%
TOTAL	383	100%		100%		100%		100%		131%

Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero- Ing. Dalva Icaza

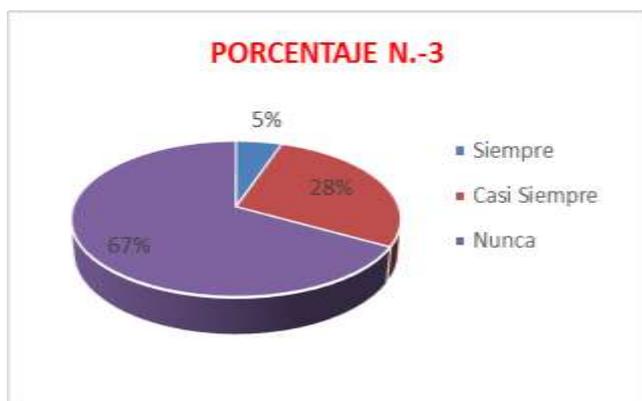
Gráfico 1 Grado de atención personalizada que se ofrece a los abonados.



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
 Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
 Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza

1. Según los resultados nos muestran que en su mayoría representada por un 64% las personas encuestadas califican como regular el trato brindado por el personal de la empresa, seguido de un 23% que piensa que es malo y tan sólo un 2% piensa que es excelente, motivo por el cual se debe poner especial énfasis en mejorar el trato brindado por los funcionarios.
2. De acuerdo al gráfico, con respecto al cuestionamiento referente a si consideraban que el personal se encontraba debidamente capacitado sobre cómo atender a los clientes, un 73% de la muestra contestó que “no”, y un 20% expresó que “más o menos”. Constituyéndose éste en uno de los problemas base por los que los usuarios opinan que no son atendidos eficientemente.
3. Según los resultados se obtuvo el 67% de la muestra indicó que “nunca” el personal se encuentra atento a sus necesidades, seguido de un 28% que piensa que “casi siempre” lo está. Dicha calificación fue dada dependiendo del funcionario que lo atiende.
4. La mayoría de encuestados comentó que considera agradable el ambiente desarrollado dentro de las instalaciones de la institución.

SECCION 2: ELEMENTOS TANGIBLES, CONFIABILIDAD

5. ¿La empresa cuenta con las instalaciones necesarias y modernas que usted espera para sentirse cómodo?
6. ¿A su criterio el personal de la empresa, cuenta con una apariencia agradable?
7. ¿Podría indicarnos si sus reclamos a la Corporación son atendidos eficientemente?
8. ¿En caso de recibir mal trato por parte de los funcionarios de la institución, cómo actuaría?

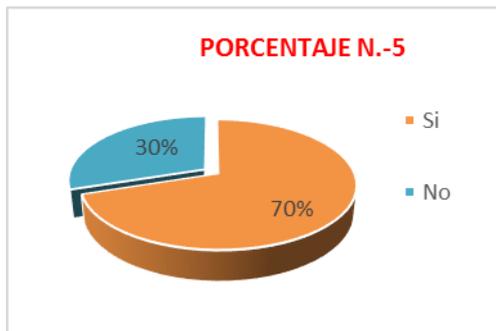
9. ¿Le parece a usted que la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro se preocupa por tener satisfechos a sus clientes?

Tabla 3. Elementos tangibles, Confiabilidad

ALTERNATIVA	USUARIOS	PORCENTAJES	ALTERNATIVA	6	ALTERNATIVA	7	ALTERNATIVA	8	ALTERNATIVA	9	TOTAL	PROMEDIO
Si	268	70%	Siempre	75%	Siempre	11%	Quejándose ante su superior	23%	Si	12%	191%	38%
No	115	30%	Casi siempre	17%	Casi Siempre	18%	Lo dejaría pasar	14%	No	63%	142%	28%
			De vez en cuando	8%	Rara vez	71%	Denunciándolo vía externa	63%	A veces	25%	167%	33%
TOTAL	383	100%		100%		100%		100%		100%	500%	100%

Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero- Ing. Dalva Icaza

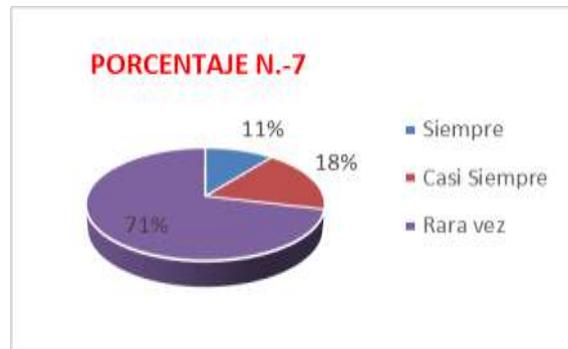
Gráfico 2. Elementos tangibles, Confiabilidad



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



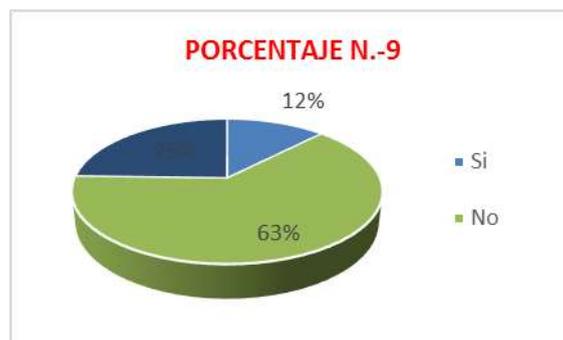
Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza

5. Según la figura 5, un 70% piensa que si cuenta con las instalaciones necesarias y modernas para sentirse cómodo
6. Los usuarios encuestados en un 75% de la muestra que “siempre” el personal de la empresa cuenta con una apariencia agradable.
7. El 71% de las personas respondieron que sienten que sus reclamos rara vez son atendidos eficientemente, ya que indican que cada vez que presentan uno demoran demasiado en resolverlo.
8. Podemos observar como en su mayoría los usuarios en caso de recibir algún tipo de maltrato por parte de algún funcionario optaría por denunciarlo vía externa y tan solo un 23% se quejaría ante el superior de dicho funcionario, dicho pronunciamiento de debe a que los abonados tienen una idea de que a su criterio entre los mismos colaboradores se protegen y no hacen nada por mejorar el servicio que ofrecen.
9. Podemos darnos cuenta al cuestionar a las personas de si creen que la empresa se preocupa por tener clientes satisfechos, las opciones de “no” y “a veces” han sido seleccionadas en un porcentaje mayoritario, por lo que nos damos cuenta que la mayoría de abonados sienten que sus necesidades o no son tomadas en cuenta o si lo son, solamente es cada vez que conforme a su juicio le conviene a la empresa hacerlo así.

SECCION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA, SEGURIDAD

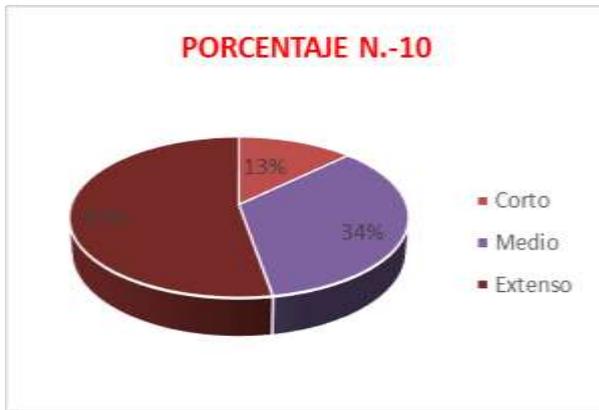
10. ¿Cuál ha sido el tiempo de respuesta en que han sido solucionados sus reclamos?
11. ¿Cuánto tiempo le toma hacer fila para cancelar sus planillas en las instalaciones de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro?
12. ¿Cómo se siente dentro de las instalaciones de la institución?
13. ¿Confía usted en la integridad del personal de la empresa?

Tabla 4. Capacidad de respuesta, Seguridad

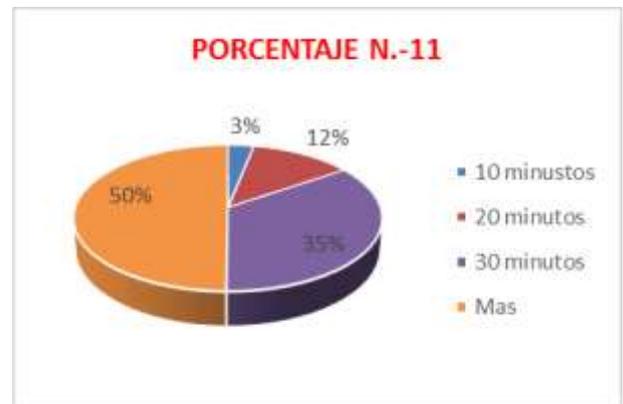
ALTERNATIVA	USUARIOS	PORCENTAJES	ALTERNATIVA	11	ALTERNATIVA	12	ALTERNATIVA	13	TOTAL	PROMEDIO
Corto	49	13%	10 minutos	3%	Seguro	6%	Si	40%	61%	15%
Medio	132	34%	20 minutos	12%	Inseguro	6%	No	60%	113%	28%
Extenso	202	53%	30 minutos	35%	Parcialmente Seguro	89%			176%	44%
			Mas	50%					50%	12%
TOTAL	383	100%		100%		100%		100%	400%	100%

Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero- Ing. Dalva Icaza

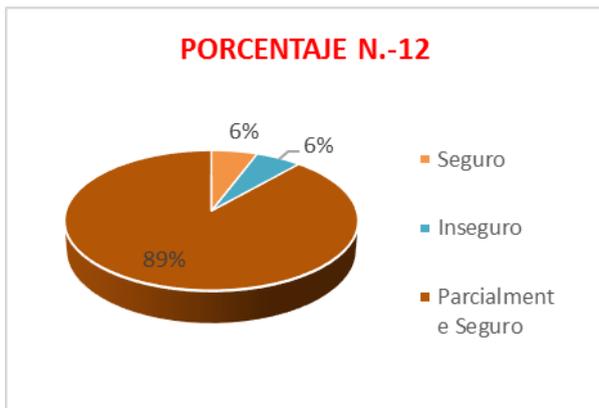
Gráfico 3. . Los errores y plazos de las planillas del consumo de energía eléctrica



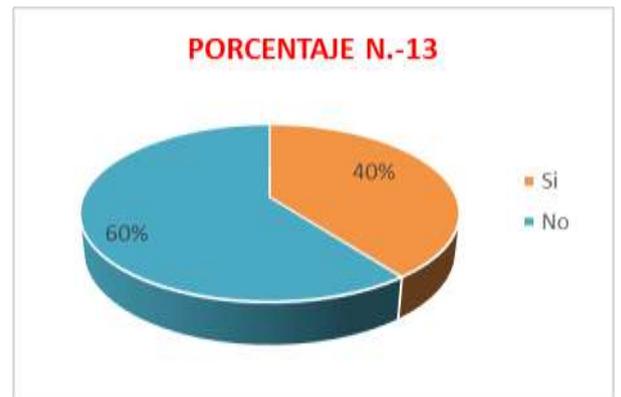
Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza



Elaborado por: Ing. F. Enrique Villegas-Ing. Magdalena Valero
Ing. Dalva Icaza

10. Tiempo de respuesta con que han sido solucionados sus reclamos, ha sido calificado por los abonados en un 53% como “extenso”, mientras que un 34% lo consideró como “medio“, atribuyendo dichas opiniones a la falta de seriedad con que toma la empresa la resolución de los reclamos presentados por la ciudadanía.

- 11.El 50% las personas se quejan de que para cancelar sus planillas de consumo eléctrico dentro de las instalaciones de la corporación tienen que esperar por un tiempo superior a 30 minutos, llegando este en ocasiones a ser de hasta 2 horas ya que no hay muchas cajas disponibles o el personal que factura es muy lento.
- 12.El 89%, expresó se siente parcialmente seguro dentro de las instalaciones de la institución ya que hoy en día ningún lugar puede ser considerado en su totalidad como seguro debido al incremento del índice delincencial.
- 13.El 46,53 % de los usuarios encuestados indican que a veces, casi siempre, y siempre reciben la factura por consumo de energía con errores mientras el 53.47 % sostienen que casi nunca, o nunca las facturas tienen errores.
14. Al desarrollar esta pregunta hubo criterios un tanto divididos ya que por un lado un 60% piensa que el personal de la empresa no es del todo íntegro y por el otro un 40% expresó que sí lo es.

Conclusiones

Luego de haber finalizado el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente:

- La calidad del servicio ofrecido por la institución, de acuerdo con las encuestas efectuadas no alcanza los niveles de aceptación requeridos por sus usuarios.
- Existen una serie de problemas dentro de las áreas en estudio que dificultan el correcto desempeño de los funcionarios, problemas que van desde la falta de procedimientos documentados sobre las actividades a realizarse hasta la ausencia total de planes de capacitación ejecutados por la empresa.
- No se cuenta con mecanismos de control adecuados para evaluar a los contratistas de la institución.
- La Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro no tiene un Sistema de Gestión de Calidad documentado, lo cual no permite que las actividades se puedan realizar de forma efectiva.
- A través de la Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad se podrá disponer de las directrices necesarias que contribuyan a mejorar la calidad del servicio brindado por el área de Atención al Cliente de la organización, lo que nos ayudará a tomar las debidas acciones correctivas en el momento indicado a fin de tener a la Dirección, funcionarios y usuarios satisfechos.

Recomendaciones

La empresa debe ser consciente de la importancia que tiene hoy en día la calidad en los servicios, por ello es necesario:

- Mantener constantemente al personal de la institución capacitado en cuanto a temas de calidad se refiere, para que así se logre dar un servicio apropiado a los usuarios.
- Realizar evaluaciones periódicas de la calidad del servicio que se ofrece, a fin de emprender las actividades necesarias para mejorar continuamente.
- Ejecutar constantemente auditorías al Sistema de Gestión de Calidad, con el objetivo de comprobar que todos los procesos estén siendo cumplidos conforme a los parámetros establecidos, puesto que ello contribuirá a detectar cualquier anomalía.
- Implementar la propuesta, en el programa, para mejorar la gestión del área y consecuentemente la satisfacción al cliente, presentada en el presente estudio.
- La empresa debe tener bases claras para la Atención al Público a fin de conseguir los objetivos planteados con éxito.
- Realizar mediciones de satisfacción al cliente en el futuro, y comparar con los resultados obtenidos del presente estudio que servirán como inicio para el mejoramiento continuo de las actividades acorde a las políticas establecidas de la empresa.
- Entregar planillas en forma inmediata de tomarse las lecturas de los medidores y establecer periodos de cancelación acorde a la realidad económica del Ecuador.
- Realizar convenios con todas las instituciones financieras del País a fin de que brinden las facilidades para el servicio de cancelación de planilla de energía eléctrica.
- Permitir presentar los reclamos mediante el uso del internet y recibir las respuestas de soluciones en forma oportuna y ágil.
- Generar un sistema integral de comunicación e información en enlace que permita el flujo acelerado de información que garantice los resultados oportunamente.

Referencias Bibliográficas

- Senplades (2010). Plan Nacional del Buen Vivir, Quito.
- Fornell, C. (2008). El cliente satisfecho, estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor, Deusto, Barcelona.
- Rokes, B. (2003). Servicio al cliente. Thompson, México.
- Nevado, D., López, V., Pérez-Carballo, J., Zariátegui, J. (2007), Cómo gestionar el binomio productividad-rentabilidad, Especial Directivos, Madrid.
- Instructivo para el manejo de los formularios de control de calidad del servicio eléctrico de distribución, Regulación Conelec 004/01 del 22 de noviembre del 2007.
- VERGARA SCHMALBACH, Juan Carlos y FONTALVO HERRERA Tomas Jose: La Gestión De La Calidad En Los Servicio ISO 9001:2008,eumed, Universidad de Cartagena, España, 2010.
- CUATRECASAS ARBOS, Luis: Gestión Integral De La Calidad: Implantación, control y certificación, Profit, Barcelona, 2010.
- BOWER J.: La Lógica De La Calidad: Iluminando La Norma ISO 9001:2008, Create Space, 2012.
- LÓPEZ REY, Susana: Implantación De Un Sistema De Calidad: Los Diferentes Sistemas De Calidad Existentes En La Organización, Ideas Propias, España, 2006.
- SAN MIGUEL, Pablo Alcalde: Calidad (2da Edición), Paraninfo, España, 2010.
- VARGAS QUIÑONES, Martha Elena y ALDANA DE VEGA, Luz Ángela: Calidad y Servicio. Conceptos Y Herramienta, ECOE, Universidad de la Sabana, Bogotá, 2007.
- LOPEZ CAPEL, Felix: Comunicación Con La Clientela: Entrevistas Con Clientes, Posventa Y Reclamaciones, Netbiblo, España, 2007.
- BERNARDEZ, Mariano L.: Desempeño Humano: Manual De Consultora, AuthorHouse, Indiana, 2009.
- ROBBINS, Stephen P. y DECENZO, David A.: Fundamentos De Administración: Conceptos Esenciales Y Aplicaciones, Pearson Educación, México, 2009.
- BARLOW, Janelle, MAUL, Dianna y EDWARDSON, Michael: Valor Emocional- Creando lazos fuertes con sus clientes.
- VILLEGAS YAGUAL, Felix Enrique. Satisfaccion al Cliente I y II 2012-2014