15 de Enero 2024

**PROPUESTA COMERCIAL**
DISPAC S.A. ESP
**Señor:** Jorge Julián Quintero Polo
Gerente General

**Referencia**. Propuesta para la medición del nivel de satisfacción de usuarios- NSU de la empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P. Dispac en el departamento del Chocó, por medio de un instrumento de encuesta y plan de intervención.

Cordial saludo, Dr. Horta, conforme a los lineamientos, pongo a consideración de Dispac la propuesta para la medición del nivel de satisfacción de usuarios- NSU y con los resultados, el plan de intervención que permita a la empresa mejorar y acrecentar la satisfacción por parte de sus usuarios.

Atentamente,

**Ing. Stephany Garzón**
Stephany.garzon@accionintegral.com.co
Máster Sistemas Integrados de Gestión
Representante Legal Acción Integral
Anexos. RUT, Existencia y representación legal, Cédula representante legal

www.accionintegral.com.co

## 1. Presentación

La satisfacción del cliente o usuario es definida como "la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan" (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1985).

La satisfacción al cliente se basa en tres aspectos:

-El Rendimiento Percibido: Hace referencia a cuanto el cliente considera haber recibido al momento de obtener un bien o servicio.

-Las Expectativas: Según Vroom, las expectativas indican que es la relación entre el esfuerzo y el desempeño, es decir mide la confianza del individuo depositada en conseguir o no resultados esperados.

-Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Extremadamente satisfecho o complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

La satisfacción al cliente es un factor que corresponde tanto a las empresas privadas, como a las entidades públicas, en las últimas es obligatorio mejorar la calidad de vida de las personas, aspecto complejo, cuando deben administrar con responsabilidad social, los presupuestos e ingresos asignados por el gobierno y los usuarios.

Para generar satisfacción en los usuarios de Dispac es imperativo revisar aspectos más allá de la función de acceso a la luz eléctrica, también lleva al reto de sensibilizar y educar al usuario a través de campañas, que animen el ahorro de energía y su correcto uso. Se deben hacer recomendaciones que concienticen a las personas, provoquen en ellas un cambio en el uso de artefactos eléctricos y en la seguridad de las instalaciones, para disfrutar del servicio

www.accionintegral.com.co

Así mismo, es importante recalcar que el poder de compra colectivo de los usuarios y/o clientes es un factor que puede potenciar el crecimiento de una empresa.

Por lo anterior, es necesario que las empresas presten un buen servicio al cliente y realicen la medición del nivel de satisfacción de los usuarios, para agregar valor y considerar que esté presente en la totalidad de áreas de la organización, sobre todo en aquellas que asumen contacto directo con el cliente.

## 2. Propuesta comercial

La propuesta comercial se basa en inicialmente medir y luego evaluar la satisfacción de los usuarios NSU del servicio de energía Dispac- Chocó en seis dimensiones como son:

**1. Caracterización socio demográfica del usuario**. Estrato, género, predio, edad, entre otros.

**2. Evaluación general del servicio de Energía**. Aspectos relacionados con la prestación del servicio en la residencia, suministro, interrupciones, entre otros.

**3. Usuarios - Oficina.** Aspectos relacionados con el servicio asociado a la infraestructura de la oficina. Información y comunicación con el usuario y atención al usuario, suspensiones, fallas, mantenimiento, errores de lectura, entre otros.

**4. Facturación y cobro del servicio de energía.** Entrega de factura, disponibilidad de medios de pago, entre otros.

**5. Aspectos generales del servicio de energía.** Compensaciones, medios para reportar fallas, tiempo para atender un requerimiento, entre otros.

**6. Imagen corporativa y Responsabilidad Social Empresarial- RSE.** Aspectos relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible- ODS, buscando la sostenibilidad de la comunidad Chocoana a partir de las acciones emprendidas por Dispac en 2023 y otros aspectos como recordación de marca, deseo de trabajar con Dispac, entre otros.

Así mismo, se incluye una dimensión cualitativa que incorpora un análisis del contexto por las características del departamento de Chocó en el que la empresa opera y desarrolla las actividades valorando los factores Políticos, Seguridad, Económicos (pobreza, Necesidades Básicas Insatisfechas, empleo, etc.), Sociales, Tecnológicos y Legales - PESTEL y su clasificación como como oportunidades o amenazas.

Un último análisis comparativo de los informes de los resultados de Dispac 2022 con los de Electro Caquetá u otro operador en un departamento con características similares a Chocó.

www.accionintegral.com.co

Teniendo en cuenta, las directrices del actual gobierno, se incluye la realización de una mesa de trabajo con la participación de la dirección comercial, gestión social, atención al cliente, un representante de área de distribución, un representante del área de control de energía y el secretario general, con el propósito de ajustar el instrumento de encuesta y alinearlo a los nuevos objetivos de la medición NSU 2023.

### 2.1 Objetivo General

Determinar el nivel de satisfacción de usuarios por medio de la medición y evaluación de las dimensiones (Caracterización socio demográfica del usuario, evaluación general del servicio de Energía, usuarios – oficina, facturación y cobro del servicio de energía, aspectos generales del servicio de energía e imagen corporativa y Responsabilidad Social Empresarial- RSE), respecto a la prestación del servicio que permita contar con los insumos para la mejora continua y el incremento en el nivel de satisfacción de los usuarios.

### 2.2 Objetivos Específicos

-Medir el nivel de satisfacción de los usuarios de Dispac Chocó por medio de la aplicación presencial de la encuesta al tamaño calculado para cada municipio.

-Evaluar los resultados obtenidos por dimensiones y variables.

-Comparar los resultados obtenidos 2023 con los de 2022 con el propósito de tener en cuenta los aciertos y desaciertos en la elaboración de la propuesta de plan de acción 2024.

-Revisar el plan de responsabilidad social empresarial e indicadores de gestión para su alineamiento con la propuesta de plan de acción 2024.

-Comparar los informes de los resultados de Dispac 2022 con los de Electro Caquetá u otro operador en un departamento con características similares a Chocó.

-Proponer un plan de mejoramiento 2024 por dimensiones y/o variables alineado al plan de responsabilidad social empresarial e indicadores de gestión que permita tomar las acciones necesarias para el incrementó en el nivel de satisfacción de usuarios.

## 3. Metodología

Para desarrollar el presente estudio se apoya en un estudio de tipo descriptivo- propositivo, teniendo en cuenta que se caracterizará el Nivel de Satisfacción de Usuarios- NSU de los servicios de energía prestados por Dispac, se utilizará el método deductivo identificando las dimensiones y variables y



www.accionintegral.com.co

luego estas se miden de manera particular en la muestra seleccionada de usuarios y de esta manera conocer la percepción de los mismos que permitan a obtener la percepción global de la calidad del servicio.

El método de muestreo es estratificado el cual permite la división previa de la población del Chocó en grupos (municipios) que se suponen homogéneos respecto a las características a estudiar. A cada uno de estos estratos (municipios) se le asignará una cuota que determina el número de miembros del mismo que compondrán la muestra y posteriormente se hará de manera aleatoria, donde cada uno de los elementos de la población tiene la misma oportunidad de ser incluidos en dicha muestra, calculada probabilistamente para no sesgar los resultados.

Para la recolección de la información se contratará personal nativo con apoyo de hojas de vida del SENA, los cuales se capacitarán para la labor de aplicación de encuestas y se les certificará la capacitación como la labor desarrollada de recolección de información. El procesamiento de la información se realizará en el software estadístico IBM SPSS versión 25.

**3.1 Población.**

Está conformada por el total de matrículas en el departamento del Chocó, las cuales asciende a 106.513 y están distribuidas por municipios. Ver tabla 1.

Tabla 1. Población usuarios servicio de energía matrículas departamento de Chocó noviembre 2024

| Municipio | Rural | Urbano | Total | Participación % |
|---|---|---|---|---|
| Alto Baudó | 410 | | 410 | 0,004 |
| Atrato | 992 | 915 | 1907 | 0,018 |
| Bagadó | 767 | 1074 | 1841 | 0,017 |
| Cantón de San Pablo | 906 | 1021 | 1927 | 0,018 |
| Certegui | 94 | 1336 | 1430 | 0,013 |
| Condoto | 1018 | 3726 | 4744 | 0,045 |
| Istmina | 1040 | 12353 | 13393 | 0,126 |
| Lloró | 611 | 1292 | 1903 | 0,018 |
| Medio Baudó | 1810 | 423 | 2233 | 0,021 |

www.accionintegral.com.co

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Medio San Juan | 1914 | 1025 | 2939 | 0,028 |
| Novita | 929 | 1247 | 2176 | 0,020 |
| Quibdó | 2948 | 55439 | 58387 | 0,548 |
| Rio Iró | 628 | 656 | 1284 | 0,012 |
| Rio Quito | 1025 | 694 | 1719 | 0,016 |
| Sipí | 554 | 271 | 825 | 0,008 |
| Tadó | 1504 | 5066 | 6570 | 0,062 |
| Unión Panamericana | 1318 | 1507 | 2825 | 0,027 |
| **Total, general** | **18468** | **88045** | **106.513** | **1,000** |

### 3.2 Muestra.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas y como criterios se tuvo un nivel de confianza del 95% y un error del 5%. Así mismo, se utilizó un tipo de muestreo estratificado - aleatorio simple, es decir, de acuerdo a la participación porcentual del municipio, así es su tamaño muestral. En la cual aplicando la formula se obtiene:

Dado que:

Z= Variables estandarizada Z= 1.96

P= Probabilidad de éxito P= 0.50

Q= Probabilidad de fracaso Q= 0.50

E = Porcentajes de error E= 0.05

N= 106.513.

$$n = \frac{N*Z^2*p*q}{E^2*(N-1)+Z^2*p*q} = 3.920.$$

Tabla 2. Muestra representativa porcentualmente (encuestas a aplicar en cada municipio).

| Municipio | Total | Participación % | Muestra |
|---|---|---|---|
| Alto Baudó | 3920 | 0,004 | 16.0 |
| Atrato | 3920 | 0,018 | 70.00 |



www.accionintegral.com.co

| | | | |
|---|---|---|---|
| Bagadó | 3920 | 0,017 | 66.00 |
| Cantón de San Pablo | 3920 | 0,018 | 70.0 |
| Certegui | 3920 | 0,013 | 51.00 |
| Condoto | 3920 | 0,045 | 176.0 |
| Istmina | 3920 | 0,126 | 494.0 |
| Lloró | 3920 | 0,018 | 71.00 |
| Medio Baudó | 3920 | 0,021 | 82.00 |
| Medio San Juan | 3920 | 0,028 | 110.00 |
| Novita | 3920 | 0,020 | 78.0 |
| Quibdó | 3920 | 0,548 | 2148.00 |
| Rio Iró | 3920 | 0,012 | 47.00 |
| Rio Quito | 3920 | 0,016 | 63.00 |
| Sipí | 3920 | 0,008 | 32.00 |
| Tadó | 3920 | 0,062 | 243.00 |
| Unión Panamericana | 3920 | 0,026 | 103.00 |
| **Total, general** | **3920** | **1,000** | **3920** |

Fuente. Calculo con base en el tamaño de la muestra y participación porcentual

Nota: En los municipios que tienen participación 0%, se aplicará entre 1 y 4 encuestas, respectivamente, para tener información de la totalidad de los municipios.

## 4. Presupuesto

El valor total es de $47.957.000 cuarenta y siete millones novecientos cincuenta y siete mil pesos moneda corriente. Ver tabla 3.

Tabla 3. Presupuesto

| Rubro | Valor |
|---|---|
| Construcción de los instrumentos | 3.300.000 |
| Validación del instrumento | 3.500.000 |
| Diseño muestral | 2.900.000 |
| Aplicación de los instrumentos, transporte y alimentación | 16.800.000 |



www.accionintegral.com.co

| | |
|---|---|
| Sistematización de los datos | 4.800.000 |
| Análisis de la información, resultados e informe final | 9.000.000 |
| **Sub -total** | **40.300.000.** |
| **IVA 19%** | **7.657.000** |
| **Total** | **47.957.000** |

Fuente. Elaboración propia.

## 5. Cronograma

En general son tres fases para el desarrollo del estudio, como se presentan en el siguiente cronograma.

Tabla 4. Cronograma

| **2024** | | | |
|---|---|---|---|
| **Actividades** | **Enero** | **Enero** | |
| | **Semana** | **Semana** | |
| | **2** | **3** | **4** |
| Elaboración de la propuesta y legalización del contrato con Dispac, contratación personal desarrollador del proyecto e inicio de recolección de la información | | | |
| Recolección de la información por medio de la aplicación presencial de las encuestas a la muestra calculada | | | |
| Tabulación, análisis e interpretación de resultados por medio de tablas y gráficas e informe final con plan de acción y/ o mejora de la satisfacción de usuarios | | | |

Fuente. Elaboración propia.

## 6. Equipo de trabajo

- El proyecto contará con la participación de un especialista con gran experiencia y manejo del tema.
- Encuestadores en los diferentes municipios del departamento
- Un (1) Coordinador en la zona por el tiempo de recolección de la información.



www.accionintegral.com.co

**7. Forma de pago**

El valor del contrato es ($ 47.957.000 m/cte.), cuarenta y siete millones novecientos cincuenta y siete mil pesos moneda corriente IVA incluido y se cancelará el 100% al final con la entrega a satisfacción del informe final.

ACCIÓN INTEGRAL
HSSEQ

www.accionintegral.com.co