



TÉRMINOS DE REFERENCIA “FORMACION COSTUMER EXPERIENCE (ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE) ”

A. CONCEPTUALIZACION DE LA CAPACITACIÓN

El ENTE OPERADOR REGIONAL, que puede abreviarse EOR, es una institución regional constituida por medio del Tratado Marco del Mercado Eléctrico de América Central, suscrito por las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, firmado en la Ciudad de Guatemala el día 30 de diciembre de 1996. El Ente Operador Regional (EOR), es una institución con personalidad jurídica propia y capacidad de Derecho Público Internacional, con domicilio en la Ciudad de San Salvador, República de El Salvador.

El EOR dirige y coordina la operación técnica del Sistema Eléctrico Regional (SER) y realiza la gestión comercial del Mercado Eléctrico Regional (MER) con criterio técnico y económico de acuerdo con la Regulación Regional aprobada por la Comisión Regional de Interconexión Eléctrica (CRIE).

En e marco del ROF 2022 aprobado por la junta directiva del EOR se ha delegado las funciones relacionadas con atención y servicio al cliente EOR a la coordinación de los sistemas de calidad y riesgo, lo que representa un desafío nuevo y por tanto el personal debe ser capacitado en nuevos conocimientos de la ciencia de atención y servicio al cliente en el mundo digital y la industria 4.0.

B. JUSTIFICACION Y BENEFICIOS PARA EL EOR

Con el personal Capacitado EOR podrá manejar herramientas nuevas y técnicas modernas para ejecutar actividades que requiere el proceso de atención y servicio al cliente y evitar de esta forma que se materialice el riesgo de que se apliquen nuevas sanciones y demandas

por parte de los clientes y que por el contrario se incremente la satisfacción con los servicios brindados lo que se reflejara en una mejor imagen y reputación institucional.

En este contexto el EOR requiere formar a 3 colaboradores en Customer Experience de manera que se puedan adquirir estos conocimientos para contar con las herramientas necesarias para poder gestionar de manera eficiente y eficaz el proceso de atención al cliente y otras partes interesadas

El EOR necesita que este equipo cuente con capacidades para:

- Ejecutar conceptos rectores de la experiencia al cliente en una organización.
- Identificar los nuevos ecosistemas de consumo aplicados en el diseño de la experiencia al cliente.
- Construir arquetipos de clientes y customer Journey Map.
- Resignificar el valor estratégico de la experiencia al cliente y del empleado en el entorno organizacional.
- Desarrollar oportunidades estratégicas innovadoras en el contexto de negocios global.

C. CONTENIDOS:

- **Principios rectores del Customer Experience**
 - i. Experiencia del cliente, customer centric, diferenciación y ventaja competitiva, elementos claves de la estrategia corporativa.
 - ii. Principios para desarrollar una experiencia al cliente en las organizaciones aplicando un modelo de design thinking y propuesta de valor como herramientas de innovación en la creación de experiencias.
 - iii. Construcción de cultura y cambio de mentalidad; elementos catalizadores de la conexión sensorial y emocional con la organización, marca, producto o servicio.
- **Entendimiento de los nuevos ecosistemas de consumo.**
 - i. Pirámide de necesidades básicas y embudo de ventas aplicados al entorno actual y enfocado a la experiencia.
 - ii. Digitalización de la experiencia (UX), Omnicanalidad e importancia de los datos como instrumentos para la generación de cercanía y entendimiento del cliente.
 - iii. Conceptualización del B2C y B2B aplicados a la experiencia como herramienta de atracción y sostenimiento de clientes en los nuevos entornos.
- **Diseño de arquetipos y Customer Journey.**
 - i. Mapa de empatía y construcción de arquetipos, elementos primordiales en la estrategia de personalización del servicio (buyer persona).

- ii. Customer journey, conceptos básicos, inputs/outputs y operatividad de un journey map organizacional.
- iii. Herramientas digitales para desarrollar un customer journey aplicado.
- **Transversalidad del Customer Experience en las organizaciones**
 - i. Principio de Transversalidad y omnipresencia de la estrategia de CX en las organizaciones.
 - ii. Importancia de la cultura organizacional y experiencia del empleado en la construcción de movilizadores de la marca.
 - iii. Gobierno corporativo y elementos de medición que ayuden al entendimiento, administración y toma de decisiones en la estrategia de CX.

D. DURACIÓN

La capacitación debe tener una duración de 3 meses calendario, dividiendo cada tema del contenido en una duración de 3 semanas.

E. DIRIGIDO A

La formación está dirigida a tres (3) colaboradores de la gerencia de desarrollo estratégico con el objetivo de formarse en temas de vanguardia acerca de la experiencia del cliente.

F. METODOLOGÍA

Técnicas de formación de adultos, tratando los contenidos desde un enfoque teórico-práctico combinado con recursos didácticos: manuales, talleres, videos explicativos, etc. Para ello se realizan sesiones de formación online sincrónica o asincrónica siguiendo una metodología amigable y fácil de seguir, generando conocimiento e intercambio de experiencia profesional, de igual forma se involucra a los participantes para la realización de casos prácticos/ejercicios, de forma que ejerciten la sistemática expuesta en cada curso formativo.

G. DOCUMENTACIÓN

El oferente proporcionará a todos los asistentes el material didáctico que se utilizará en el curso, y que servirá de apoyo al instructor y de consulta a los participantes (Documentos y libros digitales y Videos).

H. MODALIDAD

El modelo pedagógico de la capacitación debe estar basado en clases online en directo, de modo que permita al profesional seguir el curso en cualquier momento y desde cualquier lugar, para adaptarse a su agenda.

La plataforma de formación deberá permitir a los participantes cursar y asistir a una serie de instancias sincrónicas virtuales que enriquecerán su formación a través de dinámicas de trabajo en equipo sobre temáticas transversales, y además permitir la vinculación con otros pares, establecer contacto y compartir experiencias y retroalimentarse entre ellos fomentando el networking para el desarrollo profesional.

I. FORMA DE PAGO

El total de los honorarios por los servicios se cancelará en un solo monto, cancelando el 100% de los honorarios antes del inicio de la capacitación. En el caso de empresas localizadas en el extranjero deben considerar en sus ofertas el impuesto local de El Salvador equivalente al 20% sobre el precio de la oferta.

J. CERTIFICADOS

El oferente deberá emitir un certificado de "Participación" por cada asistente, indicando el número de horas y las fechas, considerando una asistencia mayor o igual 80% de la duración total de cada curso. En el título del Certificado deberá indicarse "Programa Especializado en Customer Experience".

Estos certificados deberán enviarse por correo electrónico a las cuentas rrhh@enteoperador.org y cgonzalez@enteoperador.org