



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

APLICACIÓN DE LISTA DE VERIFICACIÓN PARA SOLVENTAR LAS
QUEJAS DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TWINS.

CALDERON MILLAN MARTHA DEL ROCIO
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

APLICACIÓN DE LISTA DE VERIFICACIÓN PARA SOLVENTAR
LAS QUEJAS DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TWINS.

CALDERON MILLAN MARTHA DEL ROCIO
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

APLICACIÓN DE LISTA DE VERIFICACIÓN PARA SOLVENTAR LAS QUEJAS DE
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TWINS.

CALDERON MILLAN MARTHA DEL ROCIO
INGENIERA EN MARKETING

NOVILLO MALDONADO ERNESTO FELIPE

MACHALA, 11 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
11 de diciembre de 2020

Aplicación de lista de verificación para solventar las quejas de los clientes de la empresa Twins.

por Rocio Calderón Millán

Fecha de entrega: 13-nov-2020 07:25p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1445508830

Nombre del archivo: TITULACION_ROCIO_CALDERON.docx (203K)

Total de palabras: 6239

Total de caracteres: 33319

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CALDERON MILLAN MARTHA DEL ROCIO, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Aplicación de lista de verificación para solventar las quejas de los clientes de la empresa Twins., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 11 de diciembre de 2020

CALDERON MILLAN MARTHA DEL ROCIO
0703506857

DEDICATORIA.

Este trabajo es dedicado al creador del universo a quién me ha permitido disfrutar de cada respiro, de cada experiencia, de cada momento feliz y difícil en mi vida, a quién me ha enseñado a vencer hasta mis propios miedos. El que me ha dado la fuerza y la valentía de atravesar cada obstáculo durante el proceso de mi vida personal y formación profesional, mi dedicatoria es totalmente para DIOS.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer desde el fondo de mi corazón a las personas más importantes en mi vida, primeramente a DIOS por su infinito amor.

A mis hijos Axel, Maykel, Deysler y Jeremy por su paciencia y espera durante mi ausencia, por entender que me alejaba de ellos por cumplir uno de mis sueños. Su amor ha sido uno de los motores fundamentales en mi vida para avanzar y estar decidida a cumplirlos, siendo hoy su ejemplo y así guiarlos por el buen camino del saber.

A mi compañero de vida Fabricio Jácome por su apoyo incondicional, por su constancia, por su paciencia, por acompañarme en cada momento durante mi proceso académico. Por decirme las palabras indicadas cuando sentía que ya no podía, gracias por estar a mi lado y ser siempre la persona con la que pude y puedo contar.

A mis Padres Martha Millán y Juan Calderón, por estar en mi pasado en mi presente y Dios permita en mi futuro, a mis hermanos, a mi tía Amy por el apoyo en mis inicios de este largo proceso, a mis suegros por sus sabias palabras, y mi estimada Sra. Juana, a cada uno de ustedes les estoy eternamente agradecida.

A todas las personas que directa e indirectamente fueron apoyo en algún instante de mi vida, por sus palabras indicadas en el momento justo.

Y a cada uno de los docentes de la Universidad Técnica de Machala quienes con sus enseñanzas fueron parte de mi formación profesional, a ustedes mi sincero agradecimiento.

Resumen

El presente trabajo investigativo permitió realizar el análisis de las principales quejas de los clientes de la empresa TWINS, ocurrido en los meses de abril y mayo del presente año obtenidos a través del uso de investigación cualitativa, siendo esto la entrevista realizada al Gerente, e investigación de fuentes secundarias . Se Identificó las principales falencias de la empresa en cuanto a su atención al cliente final y se propuso mejorar el servicio de calidad.

Dentro del presente proyecto se realizó la implementación de una lista de verificación para un mayor control de las actividades dentro de la empresa, sobre el tiempo de demora en entrega de productos y tiempo de respuesta de mensajes en atención en redes sociales, siendo estas las quejas más frecuentes para la empresa.

Palabras claves:

Calidad- cliente final- cliente intermediario- servicio- quejas- lista de verificación.

Abstract:

The present investigative work included the analysis of the main complaints of the clients of the TWINS company, which occurred in the months of April and May of this year, obtained through the use of research which, this being the interview with the Manager, and investigation of secondary sources. The main shortcomings of the company in terms of its customer service were identified and it was proposed to improve the quality service.

Within this project, a checklist proposal was made for greater control of the activities within the company, on the delay time in product delivery and response time of messages in attention on social networks, these being the most complaints frequent for the company.

Keywords:

Quality- end customer- checklist- service- complaints.

INDICE GENERAL DEL CONTENIDO

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO	2
Resumen	3
INTRODUCCIÓN.....	7
Objetivo Principal	9
Objetivos secundarios:.....	9
MARCO TEÓRICO	10
Lista de verificación.....	10
Importancia de una lista de verificación	10
Objetivo de una lista de verificación.....	10
Tipos de lista de verificación.....	11
Listas simples	11
Cuestionarios	11
Ventajas de una lista de verificación.....	11
Desventajas de una lista de verificación	11
Pasos para realizar una lista de verificación o check list adecuado	11
Lista de verificación sobre calidad de servicio	12
Tipos de clientes.	12
Cliente consumidor.	12
Servicio de calidad	13
Errores en la prestación de un servicio.....	13
Tipos de quejas hacia la empresa	13
Sugerencias a la empresa.....	14
Quejas de atención al cliente.....	14
Comunicando del cliente a la empresa	14

• Por teléfono	14
• Por escrito.....	15
• Por internet	15
Proceso de atención de una queja de atención al cliente	15
Satisfacción del cliente	15
METODOLOGÍA	16
Entrevista	17
Lista de verificación	18
PRIMERA QUEJA: Demora en entrega de productos.	18
SEGUNDA QUEJA: Tiempo de respuesta en mensaje	22
PROPUESTA:	23
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES	26
TRABAJOS CITADOS	27
ANEXOS.....	29
Información de fuente secundaria proporcionada por el GERENTE.....	31

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo investigativo se desarrolla el análisis de la calidad del servicio brindado hacia el cliente consumidor, a través de la aplicación de una lista de verificación por quejas y reclamos hacia la empresa Twins, quien actualmente no mantiene clientes intermediarios, por tal razón se aplica el análisis al cliente final, TWINS ubicada en la ciudad de Machala, quien se encuentra en el mercado desde hace ya 5 años con el esfuerzo arduo de sus propietarios.

Ante la situación actual que se vive y un mercado cada vez más competitivo se requiere cumplir con la necesidad de innovar constantemente y ubicarse como la solución número uno para los clientes finales, dicho de esta manera es muy común que la competencia priorice generar una ventaja competitiva para acaparar más mercados, lo cual resulta una batalla a la hora de producir ventas y mantener un servicio eficaz, es por eso que el desarrollo de quejas y reclamos por parte de quienes consumen los productos de la empresa Twins han venido desarrollando en quejas a lo largo del tiempo, y es precisamente ahora el momento de enfocarse en brindar buenas soluciones.

El mantener una gestión de calidad apropiada en las empresas, sin importar el tamaño de la misma, por medio de su atención al cliente es clave al momento de ofertar, porque se considera la carta de presentación que tienen nuestros consumidores sobre la empresa y es precisamente el punto más fuerte de las compañías. A su vez, brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades permite abarcar y mantenerse en más mercados, hoy en día la situación actual por la pandemia covid-19 ha topado fuertemente las empresas, desestabilizando la economía y provocando el cierre de aquellas que no han logrado sostenerse ante los cambios (Benzaquen de las Casas, 2008).

Las quejas y reclamos son inconformidades ante la obtención de un bien o servicio a causa de que no satisface sus necesidades, por parte del cliente final (Quien se encuentra activo en todo el proceso de la venta y es quién utiliza el bien) son prácticamente las molestias que sienten ante un producto o servicio que han adquirido y el cual permite a la empresa tener una mejor visión

de cómo lo ven sus clientes, reconocer sus errores y enmendarlos, mejorar la calidad del servicio e innovar para sacarle provecho a lo que comúnmente sería una desventaja, siempre que se tenga la disposición de verificar dichas quejas, llevar un control y seguimiento sobre lo que está ocurriendo y poner en marcha un plan para mejorar. Los reclamos de los clientes ocurren cuando existen molestias que quieren ser compartidas hacia la empresa, permitiendo expresar su inconformidad sobre el producto o servicio que obtuvo de la empresa, y brindando la oportunidad de que ésta pueda mejorar y no perder el cliente. Por eso es importante llevar un control de quejas que vaya más allá de conocer el reclamo, analizar la situación y brindar una pronta solución ante la molestia (Hernández, 2016).

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo realizar una lista de verificación para el control de las principales quejas de los clientes de la empresa TWINS. La empresa se mantiene activa ante los cambios, gustos y necesidades de un cliente cada vez más exigente, por lo que se desarrolla un análisis por medio de investigación cualitativa, a través de lista de verificación, entrevista y búsqueda de información de fuentes secundarias, para mejorar la calidad del servicio y atención al cliente final. Evidenciamos que la lista de verificación o también conocida como check list, consiste en enumerar información en cuanto a un tema determinado para poder analizar sus resultados.

Tema: Aplicación de lista de verificación para solventar las quejas de los clientes de la empresa Twins.

Objetivo Principal:

Implementar una lista de verificación para el control de las principales quejas de los clientes de la empresa TWINS.

Objetivos secundarios:

- Identificar las principales quejas de la empresa TWINS, durante los meses de abril y mayo del presente año.
- Recopilar información de fuentes secundarias para su análisis de las principales quejas
- Proponer estrategias para mejorar la situación de quejas de la empresa.

MARCO TEÓRICO:

Lista de verificación.

La lista de verificación o también llamado check list es una herramienta de ayuda para el trabajo utilizada para hacer anotaciones de manera ordenada sobre información a evaluar, es un listado de información que permite tener por escrito una situación para analizar sus resultados y tener un mayor control de la misma, dentro del cual se puede llevar un control de cumplimiento de las actividades a realizar, sea esto de manera mensual, diario o de acuerdo al tiempo establecido (Global, 1995).

Importancia de una lista de verificación

Es importante una lista de verificación porque permite dejar por escrito información valiosa para un análisis, ayuda a minimizar errores, y controlar al detalle para la posterior toma de decisiones.

Muchas veces se confía tanto en toda la información que se registra y procesa en nuestro cerebro que se deja de un lado lo fácil que puede llegar una equivocación, es así como interviene una lista de verificación, ayudando a monitorear información en un tiempo determinado, cuando se realiza una lista de verificación para una inspección o buscar una falencia dentro de una empresa es importantísimo tener anotadas las principales ideas a evaluar, de esta manera se realizarán las acciones correctivas (Ishikawa, 1986).

Objetivo de una lista de verificación

El objetivo principal de una lista de verificación es recopilar datos para su análisis, tener de forma simplificada el control de los ítems que se evaluarán y poder medirlos en el tiempo. Es decir, poder realizar un seguimiento de las actividades realizadas y posteriormente acertar en la toma de decisiones (Ishikawa, 1986).

Tipos de lista de verificación.

Existen diferentes tipos de check list de acuerdo a su utilidad u objetivo, entre ellas tenemos:

Listas simples

Consiste en tener enumerado una serie de factores a evaluar en un tiempo determinado. Se realiza colocando una lista de ítems de actividades a evaluar dentro del cual se lleva un control según lo establecido.

Cuestionarios

Son una serie de preguntas en frecuencia para garantizar el cumplimiento de la misma, es decir, una pregunta con opciones de respuesta para su posterior tabulación. Pueden ser preguntas de cumplimiento con secuencia.

Ventajas de una lista de verificación

- Fácil entendimiento sobre los factores a evaluar
- Mayor control sobre la información
- No se necesita de un experto en la materia para su realización
- Proceso simple de realizar

Desventajas de una lista de verificación

- Puede ser visto como una herramienta de análisis no profundo
- Una lista de verificación por cuestionario, cuya respuesta es Sí o NO, no permite conocer mayor alcance de la problemática.
- Una lista de verificación mal elaborada puede dejar temas importantes sin tomar en cuenta.

Pasos para realizar una lista de verificación o check list adecuado.

Es necesario contar con los siguientes pasos a la hora de realizar un check list:

1. Tener un área determinada a evaluar (Empresa, oficina, departamento).
2. Tener claro lo que se desea evaluar (Calidad, cumplimiento, seguridad).

3. Realizar un escrito con los principales indicadores a evaluar.
4. Registrar la información obtenida en una base de datos para su análisis.

Lista de verificación sobre calidad de servicio

La lista de verificación no solo permite conocer las quejas por parte de los clientes, permite ahondar sobre los errores comunes que se llevan a cabo y conocer el tiempo que han tenido estas falencias, proporcionando información cuantitativa para tabular y en base a estos resultados generar un plan de mejora, lo cual no solo dará mayores resultados en cuanto a ventas en la empresa sino que permitirá generar un vínculo y recuperar clientes antiguos (Cuevas, 2016).

Tipos de clientes.

De acuerdo al mercado que enfocado con un producto o servicio es común que nos encontremos con diversos tipos de clientes, es por eso, que es necesario conocer hacia qué público estamos dirigidos. Existen clientes consumidores, clientes intermediarios, cliente mercenario, cliente rehén, y cliente prescriptor (Escandon et al, 2016).

Basándonos en nuestro estudio dirigiremos nuestro enfoque a un tipo de cliente, y desarrollar un mejor enfoque sobre las características de los diferentes clientes.

Cliente consumidor.

El cliente consumidor es aquel que tiene la oportunidad de generar una respuesta activa en el proceso de la compra como en la utilización o consumo del producto o servicio, es decir, es quien compra y quien consume (Roca, 2016).

Por tal motivo el cliente consumidor es quien recibe lo mejor o peor de las empresas, y quien provee la mayor parte de las ganancias, aquí se hace evidente que un cliente satisfecho es más rentable para la empresa que querer gestionar diez nuevos prospectos, y por ende merece el cuidado y dedicación en cada venta (Pedraza, 2015).

Servicio de calidad

(Botero, 2006) Nos indica “En la actualidad atender el tema de servicio al cliente es una práctica que se ha vuelto inevitable, permanente y necesaria” (p.218). Por tal motivo cuidar del servicio y atención al cliente es un punto fuerte para las empresas a la hora de querer ofertar un producto o servicio.

Lo que permite una fidelización del cliente será un servicio de calidad adecuado que genere un estímulo de satisfacción acompañado con la compra realizada, otorgando un plus y haciendo enganche con la compra (De León et al, 2017).

Errores en la prestación de un servicio.

Los errores en la prestación de un servicio se dan frecuentemente por desconocimiento y falta de estrategias por parte de la empresa, indistintamente si es una pequeña o grande organización, es necesario tener conocimiento de servicio, producción, calidad y estar innovando para que el cliente este satisfecho, lo cual generará una venta eficaz a largo tiempo (Franco, 2016).

Las empresas que utilizan tecnología tienen una mejor visualización sobre sus errores, y pueden tratar de solucionarlos en menor tiempo (Marín, 2020).

Dentro de los errores más frecuentes a la hora de prestar un servicio o brindar productos tenemos:

- Mala atención por parte de los encargados
- Falta de capacitación al personal
- Entrega de productos en mal estado
- Publicidad engañosa
- Inconformidad con el producto
- Demora en respuestas (García, 2016)

Tipos de quejas hacia la empresa

Las quejas que recibe la empresa deben ser vistas como una motivación para cambiar aquello que no está siendo bien percibido por los clientes, existen

diferentes tipo de “quejas” a las cuales se debe prestar atención y tener una pronta solución (Cendales, 2016)

Sugerencias a la empresa

Es común que dentro de las empresas se encuentre el botín de sugerencias, donde los clientes pueden dar a conocer su percepción de manera muy educada para hacer llegar a la empresa que es lo que deberían mejorar según sus criterios, dicho de esta manera los administradores de la empresa puede o no hacer caso omiso de las mismas (González eat, 2016).

Algunas de las sugerencias más comunes dentro de un local son: bajar el volumen, poner más personal para que sea más ágil la atención, colocar aire acondicionado, entre otros (Morales, 2016).

Quejas de atención al cliente.

Las quejas de atención al cliente vienen de la mano de una insatisfacción provocado por un disgusto por el servicio recibido o por una inconformidad del producto adquirido.

Es necesario que la empresa disponga de una persona encargada para hacer frente a las reclamaciones del cliente con amabilidad y educación y así poder llevar mejor la situación. Las quejas suelen venir de parte de los clientes cuando consideran que no han recibido satisfacción en el producto o servicio por el cual han pagado (Salamanca, 2005).

Comunicando del cliente a la empresa

Las sugerencias, quejas y reclamaciones por parte de los clientes se pueden llevar a cabo de tres diferentes maneras, todas ellas con la misma importancia a la hora de brindar una solución (Apunte et al, 2016).

- **Por teléfono.-** Mediante llamada telefónica puede indicar su inconformidad con el servicio o producto recibido, y poner el aviso a la empresa de que algo no anda bien. Es común que si no se dan las respuestas correctas puede provocar aún más molestias, por lo que es importante que quien está encargada de brindar una respuesta sea una persona amable en todo momento,

- **Por escrito.**- Se puede realizar una queja por escrito dejando por sentado la molestia y la pronta solución. Es este sentido es muy fácil que el cliente se exprese de manera abierta cual ha sido el problema y sobretodo que espera para que le solucionen.
- **Por internet.**- A través de páginas web se puede permitir que el cliente llene un formulario y exponga su molestia, luego de aquello brindar un seguimiento ante la reclamación.

Proceso de atención de una queja de atención al cliente

Para llevar a cabo un proceso de atención al cliente es indispensable tener predisposición para brindar una solución, tener el tino y el tono de escuchar al cliente para poder explicarle el proceso y una posible respuesta (Maldonado et al, 2016).

El proceso para llevar a cabo una queja por parte de la empresa es:

- Recibir la queja o sugerencia
- Revisar y re direccionar la queja al departamento correspondiente
- Brindar una pronta solución
- Dar seguimiento
- Medir la satisfacción del cliente
- Mantener un informe de manera periódica.

Satisfacción del cliente.

Medir la satisfacción del cliente permite tener una ventaja ante la competencia porque demuestra el valor de un trabajo bien realizado. Para poder hacerlo es necesario después de una queja, sugerencia y de la misma venta realizar un seguimiento se satisfacción la cual permita verificar y llevar un control de los aspectos más importante (Zapata et al, 2016).

La satisfacción del cliente va más allá de la compra, se prioriza con el sentimiento de que sus expectativas han sido cubiertas y por ende también se convierte en nuestro mejor aliando al momento de realizar una publicidad (Torres et al, 2015).

METODOLOGÍA

La metodología aplicada al proyecto consiste en técnicas de búsqueda de información que se utilizó para obtener referencia sobre la empresa y lo que ocurre actualmente en su entorno, se decide hacer uso del método cualitativo dada las circunstancias de la empresa, para establecer cuáles han sido las diferentes quejas que ha recibido la empresa TWINS durante un tiempo establecido siendo esto, abril y mayo del presente año 2020, y por ende brindar un plan de mejora para pronta solución.

Es importante utilizar una metodología acorde al caso de estudio, donde permita conocer y analizar información para poder brindar una solución, es decir, poder medir cuales hasta el momento se han identificado como falencias y poder ofrecer un plan de acción para mejorar los resultados

El método cualitativo aplicado al proyecto se fundamenta en la realización de una entrevista al Gerente de la empresa TWINS, e investigación de fuentes secundarias, porque es necesario realizar preguntas de manera directa para conocer cómo ha sido el proceso de atención de quejas, cuáles han sido las quejas frecuentes, y cómo ha marcado a la empresa la pandemia que estamos atravesando. Así mismo la realización de una lista de verificación para tener un mayor detalle sobre las quejas recibidas en la empresa.

.

.

Entrevista

La entrevista realizada al Gerente y Propietario de la empresa TWINS, tuvo lugar el día martes 27 de Octubre del 2020 mediante una videoconferencia, donde se llevó a cabo la obtención de información valiosa para el análisis.

La entrevista realizada al gerente permitió conocer a profundidad sobre la empresa TWINS, dedicada a la comercialización de productos para el hogar desde el año 2015, quien este año se vio afectado por la emergencia sanitaria que se vive en el país y que llevó a afrontar cambios en su proceso de la venta que ocasionó un aumento de quejas por parte de los clientes, es por eso que se decide realizar un análisis sobre las quejas que han ocurrido en la empresa, priorizando los meses de mayor afectación, así como conocer cuál ha sido hasta la fecha el proceso de su atención, es decir, que medidas se han estado llevando a cabo para brindar una solución. En el diálogo se dio a notar que es el Gerente de TWINS quien se encarga de atender las quejas de los clientes, quien recibe la queja es el personal encargado y quien dirige la queja hacia él y que hasta la fecha ha tenido muy buenos resultados pues manifestó que dedicó calidad de atención a cada inconveniente presentado.

La entrevista fue muy amena, pues el gerente muy amablemente pudo brindar su respuesta a mis inquietudes, proporcionando información valiosa para el análisis.

Lista de verificación

La lista de verificación realizada para mejorar la estrategia de solución de quejas de los clientes, se fundamenta en las dos quejas de mayor importancia para el Gerente de la empresa.

A continuación se detalla las quejas de los clientes de la empresa TWINS.

- Demora de entrega de productos
- Productos en mal estado
- Tiempo de respuesta en mensajes
- Precio alto
- Mala atención al cliente

Para su análisis tenemos como respuesta del gerente que la queja de mayor significancia durante los meses de abril y mayo fue:

1. Demora de entrega de productos
2. Tiempo de respuesta en mensajes.

PRIMERA QUEJA: Demora en entrega de productos.

PROBLEMA: Durante los meses de abril y mayo la empresa TWINS se vio afectada gravemente por la pandemia (Covid- 19) en cuanto a que se vio restringido el paso para la entrega de productos a nivel nacional, las carreteras tenían cerrado el acceso, y por ende no se permitía llegar a otras provincias, quedando mal a muchos clientes porque el producto no podía llegar a sus hogares.

SOLUCIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA: La empresa TWINS se acogió a las normas impuestas por el COE Nacional para poder realizar los envíos a todo el país y cumplir con los clientes, quienes tenían los pagos de sus pedidos realizados. Se procedió a conversar con los clientes para explicarles el motivo de la demora, el cual era muy evidente y por ende ofrecer el servicio esperado.

TWINS

Lista de Verificación por demora en entrega de productos

Fecha: _____

Responsable: _____

Venta N°: _____

Cliente: _____

Marque la casilla a continuación si realizó la actividad, o deje en blanco si continúa en proceso.

#	Actividad	SI	NO	Observación
1	Existe en stock el producto vendido			
2	En caso de no existencia, contactó con el proveedor			
3	Compruebe que el pago del cliente sea el correcto			
4	Valide información con el cliente (Lugar de entrega)			
5	Coordine con la empresa de transporte fecha y día de entrega			
6	Se realizó llamada de confirmación de entrega de producto con el cliente			

Observaciones:

PROPUESTA PARA MITIGAR EL TIEMPO DE ESPERA EN ENTREGA DE PRODUCTOS:

1. Se recomienda al propietario de la empresa la ejecución de la lista de verificación de manera diaria para monitorear el cumplimiento de las actividades a realizar y por ende tener un mayor control sobre la entrega de productos.
2. Se aconseja se tomen decisiones de medidas correctivas una vez al mes, en cuanto a los resultados obtenidos de la lista de verificación, implementando propuestas de mejora de tiempo.
3. Se recomienda la aplicación de un protocolo en cuanto a la entrega de productos, monitorear que la entrega de productos sea dentro de las 60 horas después de haber realizado el pago del cliente siendo este un cliente fuera de la ciudad.
4. Tiempo de entrega de productos para clientes dentro de la provincia de El Oro, un tiempo máximo de 48 horas, pasado este tiempo se tomarán medidas de sanción.
5. Se sugiere al Gerente ampliar su red de entrega, tener mínimo dos empresas de entrega de productos fuera de la provincia para garantizar una entrega en tiempo oportuno.

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

Seguimiento diario

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
1	Realizar lista de verificación	Diario	Indefinido		
2	Verificación que se realice entrega de productos fuera de provincia	Diario	Indefinido		

3	Verificación que se realice entrega de productos dentro de provincia	Diario	Indefinido		
---	--	--------	------------	--	--

OBSERVACIÓN:

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

SEGUIMIENTO MENSUAL

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
1	Medidas correctivas en base a resultados de check list	Una vez por mes	Indefinido		

OBSERVACIÓN:

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

SEGUIMIENTO SEMANAL

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
5	Contacto con empresa de entrega de productos	Una vez por semana	Indefinido		

OBSERVACIÓN: _____

SEGUNDA QUEJA: Tiempo de respuesta en mensaje.

PROBLEMA: Clientes sin respuesta de información por los productos ofertados empezaron a realizar quejas mediante mensajes en redes pues al pasar los días no recibieron ningún tipo de respuesta, y por ende la molestia se incrementó.

SOLUCIÓN: Al ser la puerta de entrada hacia los clientes se tomó la decisión de colocar a una persona encargada de vigilar constantemente los mensajes y las redes sociales, asegurando de que no quede mensaje sin respuesta. De esta forma se brindó información a todos los usuarios, aunque en algunos casos ya no requerían información por la tardanza.

Lista de Verificación por tiempo de respuesta en mensajes

Fecha: _____

Responsable: _____

Venta N^o: _____

Cliente: _____

Marque la casilla a continuación si realizó la actividad, o deje en blanco si continúa en proceso.

#	Actividad	SI	NO	Observación
1	Verificar que las cuentas en redes sociales se encuentren activas 9:00am			
2	Revise bandeja de entrada de redes sociales			
3	Respuesta a mensajes de información de redes sociales			
4	Revisión de notificaciones y respuesta comentarios en redes sociales.			
5	Realizar llamada a contactos que proporcionaron sus números telefónicos para información			
6	Dejar mensaje de recordación de la empresa a clientes en bandeja de salida			

Observaciones:

PROPUESTA:

1. Se aconseja mayor supervisión al personal en el área de redes sociales, llevando un control de personas que han requerido información, es decir, llevar un detalle de control diario.
2. Se recomienda tener presente los ajustes de redes sociales para mensajes de contestación automática para garantizar las respuestas en menor tiempo a los clientes interesados.
3. Realizar el contrato con un especialista en redes sociales para que brinde su guía una vez a la semana y de mantenimiento a las cuentas, así como la capacitación al personal durante tres meses.
4. Se sugiere realizar llamadas telefónicas para medir la satisfacción del cliente en verificación de cómo llegó su producto y por ende evaluar la atención del servicio recibido. Dicho proceso se puede realizar con dos horas al día, tres veces por semana para verificación.

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

Seguimiento diario

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
1	Revisión detalle diario de clientes interesados	Diario	Indefinido		

Observaciones:

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

Seguimiento MIÉRCOLES

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
1	Revisión de ajustes de redes sociales	Una vez por semana	Indefinido		
2	Capacitación al personal en redes sociales	Una vez por semana	3 meses		

Observaciones:

LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA EL ÁREA DE SUPERVISIÓN

Fecha: _____

Responsable: _____

Seguimiento LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES

#	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	DURACIÓN	SI CUMPLE	NO CUMPLE
1	Llamada de satisfacción de productos	3 veces por semana	Indefinido		

OBSERVACIONES:

CONCLUSIONES

- Se cumplió con el objetivo planteado en la realización de la lista de verificación para mitigar las quejas de los clientes,
- Se aplicó medidas correctivas para la toma de decisiones que promuevan su avance en atención al cliente.
- Se cumple un mayor control sobre las actividades de mayor importancia dentro de la empresa en el servicio de atención al cliente.
- Se logró identificar las principales quejas de los clientes y conocer cuáles son las de mayor significancia para la empresa.
- Se obtuvo información valiosa por parte del Gerente de la empresa mediante el uso de investigación cualitativa, entrevista, en cuanto a quejas de los clientes.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al propietario de la empresa la ejecución de la lista de verificación de manera diaria para monitorear el cumplimiento de las actividades a realizar y por ende tener un mayor control sobre la entrega de productos y atención mediante redes sociales.
- Se aconseja se tomen decisiones de medidas correctivas una vez al mes, en cuanto a los resultados obtenidos de la lista de verificación.
- Se recomienda la aplicación de una norma en cuanto a la entrega de productos, monitorear que la entrega de productos sea dentro de las 60 horas después de haber realizado el pago del cliente.
- Se sugiere al Gerente ampliar su red de entrega, tener dos empresas de entrega de productos para garantizar una entrega en tiempo oportuno.
- Se aconseja mayor supervisión al personal en el área de redes sociales.
- Se recomienda tener presente los ajustes de redes sociales para mensajes de contestación automática para garantizar las respuestas en menor tiempo a los clientes interesados.
- Se sugiere realizar llamadas telefónicas para medir la satisfacción del cliente en verificación de cómo llegó su producto y por ende evaluar la atención del servicio recibido.

TRABAJOS CITADOS

- Apunte et al, G. R.-P. (2016). Diseño y aplicación de sistema de gestión en Inventarios en empresa ecuatoriana. *Ciencias Holguín*.
- Benzaquen de las Casas, J. (2008). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Pontificia Universidad Católica del Perú.*, vol. 20(núm. 35), 2.
- Botero, M. M. (2006). CALIDAD EN EL SERVICIO: EL CLIENTE INCÓGNITO. *Suma Psicológica*, vol. 13,(núm. 2), 218.
- Cendales, A. B. (2016). Desafíos conceptuales y metodológicos para la investigación en empresa y sociedad. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. XII, (núm. 23), 3.
- Cuevas, I. Y. (2016). Incentivos, motivaciones y beneficios de la incorporación de la gestión ambiental en las empresas. *Universidad & Empresa*, Vol. 18(Núm. 30), 18.
- De León et al, S. I.-P.-H. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, vol. 23(núm. 3), 3.
- Escandon et al, B. D.-A. (abril-junio de 2016). Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas exportadoras colombianas. *Estudios Gerenciales*, vol. 32, (núm. 139,), 22.
- Franco, Á. (2016). Factores determinantes del dinamismo de las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XXII, (núm 1), 112.
- García, A. (septiembre-diciembre de 2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, vol. 18(núm. 3), 383.
- Global, F. E. (1995). *El Auditor de Calidad* (Vol. 1). (F. Confemetal, Ed.) Madrid, España: FC Editorial.

- González eat, A. M.-J.-F. (septiembre- diciembre de 2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniera Industrial*, vol. XXXVII(núm. 3), 254.
- Hernández, L. (abril-junio de 2016). Entorno y Empresa. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XXII(núm. 2), 1.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control de calidad? La modalidad Japonesa* (Vol. 1). (H. A. Coronado, Ed.) Colombia, Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Maldonado et al, G. G. (2016). Orientación emprendedora y rendimiento en las pequeñas empresas de México. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XXII,(número. 4), 14.
- Marín, L. j. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales. *Universidad & Empresa*, vol.22, (n.38), 12.
- Morales, R. M. (2016). Estrategias para fortalecer capacidades de innovación: una visión desde micro y pequeñas empresas. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, vol. 27, (número. 53), 25.
- Pedraza, M. N. (2015). La Calidad del Servicio: Caso UMF. *Conciencia Tecnológica*(número. 49), 40.
- Roca, E. E.-G. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y Negocios*, vol. 11(número. 22), 21.
- Salamanca, A. L. (2005). El ombudsman: ¿Un profesional del cambio?. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*,(num 89), 60.
- Torres et al, S. M. (julio-diciembre de 2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, vol. 18,(número. 35,), 68.
- Zapata et al, R. G. (2016). TOMA DE DECISIONES Y ESTILO DE LIDERAZGO: ESTUDIO EN MEDIANAS EMPRESAS. *Compendium*, vol. 19, (número. 36), 22.

ANEXOS

¿Puede usted presentarme a qué se dedica la empresa TWINS? ¿Qué tiempo tiene en el mercado?

TWINS es una empresa cien por ciento nacional, que tuvo sus inicios en abril del 2015, creada por la necesidad de tener un trabajo propio.

Nos cuenta que para el 2015 se vio obligado a salir de la empresa en la que laboraba y pues, con el dinero que tenía en su momento decidió introducirse en el mundo emprendedor.

TWINS es una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el hogar a nivel nacional, productos que hacen la vida cotidiana más fácil de llevar, productos innovadores y accesibles.

¿Quién es la persona encargada de estar al frente de la empresa, para brindar respuesta ante una queja?

Como es de conocimiento Gerente de TWINS es quien supervisa el control de las quejas y permite las soluciones en tiempo prudente, pero existe una persona encargada de redes sociales por donde usualmente se reciben los pedidos y por ende también es el medio de comunicación de quejas.

Sr. Gerente de acuerdo a su responsabilidad en la empresa, ¿cuál considera usted que es la queja más frecuente por parte de los clientes?

Gerente indica: “Hemos llevado un trabajo por años, llenos de entusiasmo por brindar un buen servicio, consideraría que en la actualidad ha sido un verdadero reto mantenernos a flote por todo lo que hemos pasado, pues la pandemia ha golpeado fuertemente el proceso de la venta, y hemos recibido quejas por demora en entrega de productos, demora de respuesta en los mensajes vía redes sociales, consideraría que es algo que se debe mejorar”.

Siendo una respuesta muy consciente por todo lo que hemos pasado en lo que va del año, el gerente nos mencionó también que se han tomado correctivos para estar atentos en todo momento, pues el uso de redes sociales no implica un horario de atención fijo al momento de brindar el servicio.

¿Cuál es el proceso actual que se lleva en la empresa para dar solución a una queja?

1. Actualmente se lleva un control de queja de manera mensual, donde se indica el motivo de la queja y los datos del cliente.
2. Una vez realizada la verificación del problema se procede a dar una solución casi de inmediato en lo posible.
3. Esto nos puede llevar un tiempo de demora entre 24 a 48 horas.
4. Si es un problema con entrega de productos por falta de stock se anuncia un producto de igual características, tratando a toda forma de salvar la venta.

En los meses de abril y mayo ¿Cuál fue la queja con mayor representación para la empresa?

Gerente indica: “Definitivamente esos meses fueron muy duros para TWINS, si bien el número de clientes interesados por adquirir nuestros productos fue alto, fue un reto hacer la entrega”

Nos indicó que en abril y mayo el número más alto de quejas fue sin lugar el tiempo de demora en entrega de sus productos, y fue aún más conflictivo el hecho de que sus proveedores no podían cumplir con la entrega, dejando en algún momento sin stock, fue precisamente este punto el que les hizo ampliar sus proveedores.

Dentro de su queja habitual tenían que las personas requerían sus productos en un tiempo menor pero dadas las circunstancias se realizaban las entregas una vez por semana a distintas partes del país, esto causaba molestias pese a que se conversaba con el cliente al momento de hacer la venta.

En las cifras que usted tiene en cuanto quejas de los clientes finales del mes de abril y mayo, ¿Se les dio seguimiento en estos meses para tener una medición de satisfacción?

Por lo que indica que es algo que llevará a cabo para tomar medidas correctivas en un futuro, conversando con el Gerente muy amablemente

podimos mencionar la importancia de un cliente satisfecho, pues está claro que un cliente satisfecho es la mejor publicidad, y por ende mayores ventas.

Se agradeció la entrevista realizada al Sr. Gerente porque nos brindó su tiempo para dialogar de manera clara y honesta sobre lo que actualmente puede ser un punto a favor o en contra para su empresa, las quejas de los clientes tienen real importancia en los resultados de las ventas y la estabilidad en el mercado.

Información de fuente secundaria proporcionada por el GERENTE.

El Gerente nos proporcionó los valores reflejados en sus apuntes del mes de abril y mayo del presente año en cuanto a quejas de los clientes, para tener una visión más detallada en cuanto a las quejas de los clientes.

TIPOS DE QUEJAS DE LOS CLIENTES	ABRIL	MAYO	RESULTADOS
DEMORA DE ENTREGA DE PRODUCTOS	35	22	57
PRODUCTOS EN MAL ESTADO	5	3	8
TIEMPO DE RESPUESTA	18	24	42
PRECIO ALTO	3	3	6
MALA ATENCION AL CLIENTE	0	0	0
TIENDA FISICA	10	6	16
QUEJAS TOTALES	71	58	129

RESPUESTA DEL GERENTE DE TWINS



Twins ventas online
para Martha ▾

15:54 (hace 0 minutos)



Buenas tardes Rocío, le agradezco por su gentileza y espero haber aportado de manera significativa con mi contribución.
Estoy a las órdenes.

Saludos cordiales
Jorge Jácome Beltrán

