DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL PROCESO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL AREA DE SOPORTE TECNICO DE LA EMPRESA ELECTRO AO S.A.S AGUACHICA – CESAR

Álvaro José Pinzón Beleño

Universidad Popular Del Cesar – Seccional Aguachica

Departamento De Administración De Empresas

Programa Administración De Empresas

Aguachica – César

2022

DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL PROCESO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL AREA DE SOPORTE TECNICO DE LA EMPRESA ELECTRO AO S.A.S AGUACHICA – CESAR

Álvaro José Pinzón Beleño

Asesora

Yazmin Hernández Álvarez

Universidad Popular Del Cesar – Seccional Aguachica

Departamento De Administración De Empresas

Programa Administración De Empresas

Aguachica – César

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

YAZMIN HERNANDEZ

Asesor

_____

Jurado 1

_____

Jurado 2

Aguachica, 27 de junio del 2022

DEDICATORIA

A Dios que me dio la sabiduría que hoy tengo, a mi familia ya que me brindaron su apoyo incondicional durante el proceso de realización de mis estudios, me ayudaron y me enseñaron a nunca desfallecer, ser agradecido y organizado en mis labores.

AGRADECIMIENTOS

A Dios que me guía por el camino, me llena de sabiduría para lograr mis objetivos.

A la empresa Electro AO S.A.S, la cual me brindó la oportunidad de realizar las prácticas curriculares y me proporcionó los instrumentos, conocimientos o enseñanzas en el comienzo de mi vida laboral.

A la docente Yazmin Hernández, como asesora por su valiosa colaboración durante el desarrollo de este trabajo, su apoyo, orientación y constante impulso para salir adelante y terminar este trabajo.

A todos los docentes y la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica por brindar el espacio y por la valiosa colaboración que enriquecieron el trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

Pag.

Introducción 14

CAPITULO I 15

1. Aspectos básicos de la empresa 15

1.1 Actividad económica de la empresa 16

1.2 Misión 17

1.3 Visión 18

1.4 Políticas de la empresa 20

1.5. Valores corporativos 21

1.6 Estructura organizacional 23

1.7 Área específica de la practica 24

1.7.1 Área de servicio técnico. 25

1.8 Actividades específicas de la práctica profesional 26

CAPÍTULO 2 28

2. PLAN DE TRABAJO 28

2.1 Nombre del trabajo 28

2.2 Diagnostico 28

2.2.1 Matriz DOFA. 30

2.3 Justificación 31

2.4 Objetivos 34

2.4.1 Objetivo general. 34

2.4.2 Objetivos específicos. 34

2.5 Plan de actividades 35

CAPITULO III 36

3. Desarrollo de la practica 36

3.1 Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa con respecto al servicio al cliente en el área de soporte técnico. 36

3.1.1 Análisis general de la encuesta 45

3.2 Elaborar un diagrama de flujo para el área de soporte técnico. 46

3.3 Presentar estrategias para el mejoramiento del proceso del servicio al cliente para el área de soporte técnico. 48

Conclusiones 50

Recomendaciones 51

Referencias Bibliográficas 52

ANEXOS Y APENDICES 54

Lista de Figura

Pag.

Figura 1 Organigrama ELECTRO AO S.A.S 23

Figura 2 Flujograma de servicio de soporte técnico 47

Lista de Tabla

Pag.

Tabla 1 Información de la empresa Electro AO S.A.S 15

Tabla 2 Matriz DOFA Electro AO SAS 30

Tabla 3 Cronogramas de actividades 35

Tabla 4 Es la primera vez visitando Electro AO 38

Tabla 5 Razones por las cuales visita almacenes Electro AO 39

Tabla 6 De quien depende la garantia 40

Tabla 7 Fue resuelto su problema 41

Tabla 8 Información clara del uso y la garantia del producto 42

Tabla 9 El personal encargado brindo información clara 43

Tabla 10 Calidad del servicio ofrecido 44

Lista de Graficas

Pag.

Grafica 1 Es la primera vez visitando Electro AO 38

Grafica 2 Razones por las cuales visita almacenes Electro AO 39

Grafica 3 De quien depende la garantía 40

Grafica 4 Fue resuelto su problema 41

Grafica 5 Información clara del uso y la garantia del producto 42

Grafica 6 El personal encargado brindo información clara 43

Grafica 7 Calidad del servicio ofrecido 44

Lista de Anexos y Apéndice

Pag.

Anexo a Plan de actividades relacionadas con las estrategias propuestas 55

Anexo b Fachada de la empresa 57

Anexo c Oficinas de la empresa (área de la práctica) 58

Anexo d Visita de la asesor a la empresa y jefe inmediato 59

Anexo e Cliente – Practicante en la recepción de garantía y toma de encuesta 60

Apéndice A Formatos de las asesorías con la tutora……..……61

Glosario

Atención al cliente. Conjunto de acciones interrelacionada, puestas en práctica por una e presa para que sus clientes pasen de la satisfacción del primer momento a la fidelización continua.

Calidad. Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el consumidor y la marca.

Cliente. Es la persona que adquiere productos o servicios con el fin de suplir una necesidad; son lo más importante para cualquier organización.

Estrategia. Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Garantía. Son los mecanismos para asegurar el cumplimiento de una obligación. Esto, dentro de una transacción o relación comercial.

Insatisfacción. Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el producto o servicio que le está brindando.

Proceso administrativo. Es un conjunto de cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible.

Servicio. Es la combinación de varias cualidades (intangibles), como desempeño, esfuerzo, atención y actos tangibles como un trato amable, un obsequio entre otros.

Satisfacción. Es un estado de la mente producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.

Soporte técnico. Prestar un servicio de asistencia a tu cliente para garantizar el perfecto funcionamiento de los componentes físicos (equipos y otros dispositivos).

Introducción

Las organizaciones en la actualidad, están sumergidas en un sin números de situaciones dadas por los servicios o productos no calificados que no satisfacen las necesidades de los clientes, es decir no hacen un control de calidad que permita que no existan fallas o inconvenientes con los servicios o productos que se ofrecen a los clientes, dicho esto es importante mencionar que para una empresa es importante identificar sus falencias para poder buscar soluciones siempre con el fin de hacer un mejoramiento a los procesos para que garantizar al cliente satisfacción.

En el presente informe se desarrollará de la siguiente manera; primero se realizará un análisis a la estructura organizacional de la empresa ELECTRO AO S.A.S Aguachica, Cesar, con el fin de conocer a fondo su ámbito o sector en el que se desenvuelve, poder conocer los alcances a los que la empresa quiere llegar, además de describir el área en la que se realizó la práctica.

Luego se realizó un análisis interno a los procesos y procedimientos de la empresa en donde se implementó una matriz DOFA, en donde se equiparán temas con respectos a las falencias con la que cuenta dicha empresa en el área de soporte técnico en cuanto a las garantías que tiene los productos que compran los clientes.

Por último se realizó diagnóstico de la empresa para conocer la opinión de los clientes y las falencias, para que de esta manera se pudieran elaborar una serie de estrategias que como resultado ayuden a mitigar y mejorar el servicio al cliente en el área de soporte técnico.

CAPITULO I

1. Aspectos básicos de la empresa

Tabla 1 Información de la empresa Electro AO S.A.S

NOMBRE:	ELECTRO AO S.A.S
NIT	806013052-3
DIRECCION	Calle 5 # 23-76 Barrio Las Américas
TELÉFONO	565 3173
TELÉFONO MÓVIL	317 893 8898
CORREO ELECTRÓNICO	comercialaguachica@tiendaao.com
CIUDAD	Aguachica, Cesar
REPRESENTANTE LEGAL	Atanasio Olmedo Pacheco
CLASE O TIPO DE RIESGO	
ACTIVIDAD ECONÓMICA	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomesticos muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados.

Fuente: Elaboración Propia

La empresa ELECTRO AO S.A.S, es una sociedad por acciones simplificadas, con registro mercantil del 28 de noviembre de 2005 con domicilio registrado en la ciudad de Barranquilla. Esta empresa se dedica principalmente a comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomesticos

de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación; Nit 806013052-3, tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, Calle 37 con Cr 44 91 en Barranquilla, Atlántico, y a su vez tiene sedes en varios municipios de Colombia, la empresa tiene una agencia como la sede de Aguachica, Cesar ubicada en la Calle 5 # 23-76 barrio las Américas, su representante legal es el Gerente Atanasio Olmedo Pacheco; es una empresa comercializadora especializada en colchones, muebles y electrodomésticos, con más de 29 años de experiencia en el mercado nacional, líderes en departamentos como Atlántico, Cesar, Magdalena, Bolívar, Santander, Norte de Santander y Cundinamarca. trabajando para mejorar la calidad de vida de los hogares colombianos a través de los 51 Almacenes.

ELECTRO AO S.A.S, es un almacén dedicado a la comercialización de productos de refrigeración y de hogar con más de 16 años de experiencia en el municipio de Aguachica y en el sector de la comercialización, empresa que inicia como un almacén que vendía sus productos de línea hogar, directamente a los clientes y después a través del tiempo se fue contactando con proveedores, distribuidores mayoristas y fabricantes, ampliando cobertura a nivel local, regional y nacional generando empleos en Aguachica y la región.

1.1 Actividad económica de la empresa

El objeto económico a que se dedica la empresa es: Al comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomesticos muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados para el hogar y demás actividades; ELECTRO AO S.A.S, es un almacén dedicado a la comercialización especializada en Colchones y electrodomésticos para el hogar.

Análisis: Se puede inferir que ELECTRO AO S.A.S, es una empresa dedicada a la comercialización de productos para el hogar y negocios como tiendas y demás donde necesiten refrigeradores, es por esto que se logra identificar que la empresa, tiene gran experiencia en este sector por lo cual, es una empresa reconocida en sector por su amplia variedad de productos y sobre todo por la facilidad de créditos que se le pueden otorgar a dicho cliente.

Dicho lo anterior, es importante mencionar que, según Adam Smith, la actividad económica es toda aquella forma mediante la que se produce, se intermedia o se vende un bien o servicio destinado a satisfacer una necesidad o deseo (Ricoy, 2005), es decir, que es cualquier actividad que tiene por objetivo cubrir una necesidad o deseo, es por esto que para la empresa ELECTRO AO S.A.S, es importante tener claridad del producto a ofrecer de manera que se pueda suplir la necesidad con la que llega dicho cliente.

1.2 Misión

"Construir relaciones duraderas con nuestros clientes, ofreciéndoles productos y servicios que mejoren su Calidad de Vida y eso lo hacemos con el mejor talento humano."

Análisis: La misión explica a qué se dedica la organización, hace referencia a lo que hace la empresa para quien lo hace y como lo hace, es por esto que es importante mencionar que según Philip Kotler la misión es la descripción del rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión, es la razón de ser de la empresa, (Kotler, 2016); generando preguntas tales como quienes somos, cuales son nuestros clientes, que nos caracteriza, porque existimos, cual es nuestro mercado; teniendo en cuenta lo anterior mencionado se puede inferir que la misión carece

de argumentos, debería ser un poco más amplia que involucre otros elementos que permita al cliente un mejor conocimiento acerca de lo que realiza la empresa o que se dedica.

Dicho esto, se puede deducir que la misión debe tener en cuenta las siguientes características; en primera medida una misión debe tener un punto medio, y no generar confusiones sobre lo que hace la empresa y lo que es el mercado a impactar; debe también contener un resumen sobre en qué consiste, por qué y para que funciona, así mismo esta deben entender, comprenderla las personas que laboran en la empresa, es decir, debe ser clara y sencilla; y debe servir para distinguirse de la competencia, siendo así es importante mencionar que según Gallardo (2012), la misión es el marco de referencia que orienta sus acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentas y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.

En otras palabras, la misión de una organización establece para que existe dicha organización, es por esta razón por la cual se propone a la empresa la siguiente misión:

Misión propuesta: "Somos una empresa comercializadora de electrodomésticos, mueblería y productos electrónicos que trabaja para brindar a sus clientes diversidad de mercancías para el hogar, con excelentes precios, calidad y servicio de acuerdo a las exigencias del mercado".

1.3 Visión

"Ser los preferidos de la familia colombiana"

Análisis: La visión tiene objetivo un plan a largo plazo que proyecta el gerente de la empresa y lo más importantes expresa sus valores, esta misma marca los esfuerzos que deben enfrentar los

trabajadores; la visión esta encamina hacia a dónde vamos, es la meta hacia donde se desea estar en un futuro; dicho esto según Fleitman Jack la visión es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad (Jack, 2000); en donde la visión cumple con unas características importantes como: que queremos ser, que valores tenemos, para que lo hacemos, dicho esto se deduce que la visión de la empresa ELECTRO AO S.A.S, aunque está clara requiere de un complemento que le deje ver al cliente otros elementos para que haya mayor claridad al objetivo que se persigue porque no se dan los elementos que compone una verdadera visión y por eso se hace la siguiente propuesta.

Según Gallardo, (2012), La visión debe explicitar:

- Un objetivo a futuro.
- El procedimiento para la obtención de un objetivo.
- Los medios para alcanzar el objetivo.

Es por esto que, se puede inferir que una visión parte de una objetivo o estrategia planeada, todo con el fin de cumplir metas, la visión cumple el papel de plantear un futuro posible, basado en los motivos por los cuales se desea dicho futuro, la visión se convierte en el objetivo máximo que toda organización debe alcanzar, debe servir de motivación para que la empresa cumpla sus propósitos, es por esto que al analizar la visión actual de la empresa se logró identificar que le hace falta proponer una visión en un tiempo determinado ya sea a corto, mediano o largo plazo todo con el fin de poder, realizar un comparativo de lo que ha logrado y lo que le falta por cumplir es por esto que se propone la siguiente visión:

Visión propuesta: "En el 2027, estará posesionada como la mayor empresa de comercialización de productos para el hogar a nivel nacional, siendo la primera opción para nuestros clientes, aportando al crecimiento y desarrollo de la región, de nuestros trabajadores y sus familiares".

1.4 Políticas de la empresa

Vigentes: Las políticas que tiene la empresa ELECTRO AO S.A.S, son:

- Política de Calidad: Comercializamos productos de alta calidad para el hogar buscando la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, y comunidad mediante el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

- Política de Alcoholismo y Drogas: La empresa establecido una política de no Alcohol y no Drogas, para prevenir, mejorar, conservar y preservar el bienestar de los trabajadores.

- Política de Servicio al cliente: Es deber de toda empresa garantizar la satisfacción de los clientes, con el fin de generar un vínculo de credibilidad y permanencia.

Análisis: Las políticas son una serie de criterios a las que responden las normas, los procedimientos y las estrategias empresariales, donde se deben desarrollar las actividades de la empresa., mencionado esto cabe resaltar que para una empresa es fundamental generar normas o conductas que promuevan el buen uso de los servicios y de los productos, además proveer a los empleados normas que permitan tener claridad de lo que es contraproducente o prudente para la organización, es porque que se logra evidenciar y analizar que las políticas establecidas por la

empresa ELECTRO AO S.A.S, están claramente definidas en concordancias con la misión, visión, comprendiendo el direccionamiento de la empresa para mejorar su entorno laboral, asegurar su permanencia en el mercado y aumentar la satisfacción de sus clientes, y trabajadores.

1.5. Valores corporativos

Los valores que plante la empresa son:

Integridad:

- Pensamos hablamos y actuamos de manera coherente diciendo siempre la verdad.
- Somos honestos damos un manejo responsable las cosas ajenas y a la información confiada.
- Asumimos las consecuencias de nuestros actos independientemente del resultado buscando siempre el beneficio de nuestros clientes.
- Trabajamos con altos estándares de desempeño siendo conscientes de que siempre podemos mejorar.
- Respetamos las ideas del pensamiento y las emociones tratando a los demás como nos gustaría ser tratados.
- Somos amables en la prestación de nuestros servicios y generamos credibilidad cumpliendo lo prometido.

Responsabilidad: Desempeñar el trabajo con seriedad y prudencia, cumpliendo con las políticas y objetivos de la empresa.

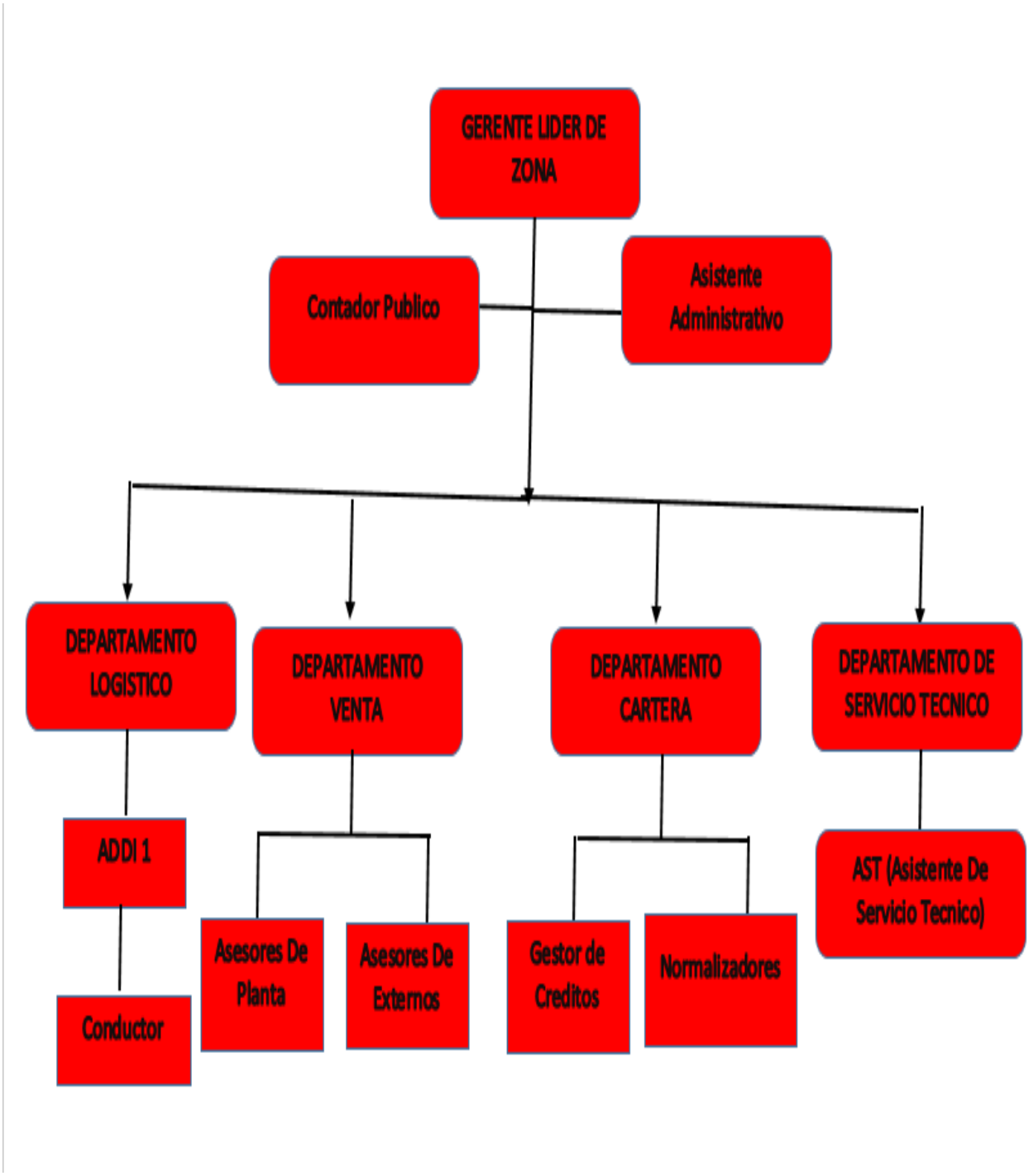
Honestidad: Obrar con coherencia con lo que se piensa, y ser transparente en las relaciones con los clientes y compañeros de trabajo.

Análisis: Los valores corporativos definen en muchos sentidos la naturaleza de una empresa, sus actividades y prioridades y la manera en que entiendan la actividad comercial. Es decir, son parte esencial de la identidad, de acuerdo a Hultman (2005), los valores son los conceptos psicológicos, internos de una persona, por lo cual expresa que las organizaciones como tal no tienen valores, pero al estar conformadas por personas sus culturas son diferentes y formar los valores de una organización, dicho este se puede deducir que los valores fundamentados en la empresa, están basados en las normas y la disciplina que cada empleado forma con la empresa, ya que básicamente no se enseña hacer responsable, honesto, íntegro y demás, es algo con lo que las personas día a día forman, debido a las practicas diarias formadas por las vidas cotidiana.

Se puede concluir, que desde la perspectiva como investigador se podría decir que los valores impartidos por la empresa ELECTRO AO S.A.S, forman parte de la esencia de la persona, lo que quiere decir que comparto la idea de impartir responsabilidad, integridad y honestidad en cada proceso en lo que se intervenga en la empresa, con el fin de promover y afianzar la razón de ser del ser humano como persona y como trabajador.

1.6 Estructura organizacional

Figura 1 Organigrama ELECTRO AO S.A.S



Fuente: Electro AO, sede Aguachica

Análisis: El organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa, representa los departamentos y en algunos casos las personas mostrando así las relaciones jerárquicas, y de orden de rango en la organización; dicho esto cabe mencionar que el organigrama planteado por la empresa ELECTRO AO S.A.S, está compuesto por las siguientes especificaciones:

- Los cargos más importantes
- Los niveles y los estratos jerárquicos
- Las vías de supervisión
- Los niveles de autoridad
- Las relaciones entre las unidades estructurales

Por su forma es un organigrama de tipo vertical (clásico), porque representa con toda facilidad una pirámide jerárquica ya que las unidades se desplazan según su jerarquía de arriba hacia abajo en una graduación jerárquica descendente, Según (Diaz Vial, De castro, & Montoro Sanchez, 2014)“se destaca el principio de jerarquía en la organización”, a lo que se refiere el concepto es que el organigrama vertical representa gráficamente una estructura de arriba hacia abajo en donde el máximo nivel jerárquico se encuentra en la parte superior y por ende los niveles más bajos se encuentran en la parte inferior.

Finalmente, se puede concluir que la estructura organizacional si corresponde a las actividades y procesos de la empresa.

1.7 Área específica de la práctica

1.7.1 Área de servicio técnico.

El área de la empresa el cual se ha asignado para realizar prácticas curriculares, es el área de servicio técnico, el cual es un sector súper importante dentro de las organizaciones y no es la excepción en empresas distribuidoras o comercializadoras como ELECTRO AO S.A.S, las cuales son las encargadas de entregar o vender los productos al cliente final.

Esta área es la responsable de cuidar del buen funcionamiento de los aspectos técnicos de la compañía, así como de brindar soporte a los clientes externos y velar por hacer valida las garantías de los productos adquiridos por el comprador. En este sector de la empresa se da prioridad a la clientela, se toma en cuenta sus requerimientos, quejas y peticiones, se brinda atención al cliente, con el fin de garantizar los productos adquiridos de las diferentes marcas y cumplir o velar en que los problemas o inconvenientes se resuelvan los más pronto posible ofreciendo una atención oportuna.

Como toda área funcional de la empresa, el área de Servicio Técnico posee un coordinador o líder del área a nivel nacional el cual es el señor David Tamayo, de ahí se desprenden los encargados o auxiliares de las correspondientes áreas en las sedes que tiene ELECTRO AO S.A.S.

Existen sedes que tienen a su cargo diferentes zonas o municipios cercanos a su área de cobertura, las cuales también las cubre el Auxiliar de Servicio Técnico. En caso de ELECTRO AO S.A.S con sede en Aguachica, cubre aquellos servicios por garantía de Aguachica, San Martin, Ocaña, Gamarra y San Alberto. El AST (Auxiliar de Servicio Técnico), es encargado de velar porque las garantías de los productos que se venden sean prestadas, velar por la satisfacción del cliente y que se sienta augusto o seguro al momento de comprar en el almacén. Además de esto, se

debe ofrecer una excelente atención al cliente, asistiendo su solicitud, queja o reclamo, en cuanto a la garantía del producto de manera rápida y efectiva.

Seguido a esto, se verifica en sistema si el producto se encuentra dentro del lapso de garantía, después, indicarle al cliente el procedimiento a seguir para cumplir con la garantía de su producto. Se reporta el inconveniente al proveedor encargado para hacer valida la solicitud del comprador, en cuanto a la seguridad o garantía del producto adquirido.

Se procede a la recolección e inspección del producto (para aquellos artículos que ameritan recogida, como los televisores, computadores, celulares, parlantes, ventiladores) para ingresarlo al centro de servicio técnico autorizado. Se debe realizar un seguimiento exhaustivo al artículo que se encuentra en taller por garantía. En cuanto, ya esté el artículo en el taller autorizado se debe mantener informado al cliente de los procesos realizados en el centro de servicio autorizado. Y finalmente se entrega al cliente su artículo totalmente reparado y proporcionarle un documento que constate lo que le realizaron al producto en garantía.

1.8 Actividades específicas de la práctica profesional

Funciones asignadas al área de la práctica:

1. Atención al cliente.
2. Revisar el plazo de las garantías de los productos.
3. Reportar el inconveniente al proveedor, para que asignen a un técnico autorizado; esto para que inspeccione el producto, (esto es el caso de las neveras, congeladores, campanas extractoras, lavadoras, aires), para el caso de tv, celulares, computadores, parlantes, camas,

comedores, somieres, colchones, se pide al cliente evidencia de lo sucedido, se envía pruebas al taller, para reportarles y si pasa por garantía (se procede a recoger, se inspecciona y se lleva al centro de servicio autorizado).

4. Realizar un seguimiento exhaustivo del producto en garantía, los productos en reparación por garantía tienen un lapso de tiempo según la ley, de 15 días hábiles.
5. Gestionar los servicios de garantía en el menor tiempo posible.
6. Certificar el cumplimiento de las garantías; entregar al cliente su artículo totalmente reparado y proporcionarle un documento que constate lo que le realizaron al producto en garantía.

CAPÍTULO 2

2. PLAN DE TRABAJO

2.1 Nombre del trabajo

Diseño de estrategias para mejorar el proceso del servicio al cliente en el área de soporte técnico de la empresa Electro AO S.A.S Aguachica – Cesar.

2.2 Diagnostico

Electro AO S.A.S, es una empresa dedicada a la comercialización de productos para el hogar y demás artículos relacionados con refrigeradores y tecnología, es por esto que se puede mencionar que las condiciones administrativas se basan en procesos reglamentados desde la sede principal en Barranquilla, donde hay un líder de zona, pero no hay independencia administrativa, dado que no cuenta con autonomía administrativa, además estos están definidos para el manejo y entrega de los productos, en el momento solicitado por el cliente, seguido de área de créditos y cartera en donde se visualiza la aprobación de dichos créditos, básicamente cada área de la empresa depende de la otra en cuanto a los procesos, en donde primero se ofrece el producto, (área comercial), segundo se realiza un análisis, donde se investiga si el cliente desea el producto por crédito, estudio crediticios (área de cartera), y por el ultimo la venta final aprobada por el área administrativa.

La empresa tiene una infraestructura moderna, compuesta por una edificación amplia y con una buena ubicación estratégica, además de equipos, y herramientas de primera; y para la comercialización de los productos, cuenta con áreas de exhibición a la vanguardia de la modernidad, lo que quiere decir, que ofrece experiencias únicas que llaman la atención del cliente

ya que está divida en varias sesiones en donde se categorizan dependiendo de lo que el cliente busca, ya sea juegos de alcobas, juegos de salas, comedores, o la sesión tecnología.

Igualmente dispone de herramientas para los empleados, como escritorios, archivadores, sillas, computadores de escritorio para realizar las labores cotidianas de personal de las diferentes áreas. Las condiciones de trabajo para el personal son muy buenas porque cuentan con sus prestaciones sociales, dotación de uniformes, además el pago es puntual y se recibe buen trato de los jefes.

En términos generales, las condiciones de trabajo están supervisadas por los diferentes jefes de áreas, además las instalaciones de la empresa Electro AO SAS, están acondicionadas para un buen desempeño laboral; ya que se cuenta con equipos técnicos y tecnológico óptimos para las labores de los empleados. También se cuenta con ventiladores y aire acondicionado para hacer grato las condiciones climáticas del sitio de trabajo y para los visitantes.

En los procesos de soporte técnico se evidencian falencia de tipo organizativas, dado en que el cliente quiere soluciones de inmediatas, y la empresa depende de los proveedores de las distintas marcas que vende la empresa y son ellos finalmente quienes deben responder por las garantías, esto hace que el proceso demore hasta un mes o hasta los tres meses máximo, y es por esto que se logró identificar y observar las siguientes fallas:

Para analizar las falencias, es necesario conocer sus debilidades, fortalezas, oportunidades, amenazas, por eso se realiza la siguiente matriz.

2.2.1 Matriz DOFA.

Tabla 2 Matriz DOFA Electro AO SAS

FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
• Buena imagen en la región. • Variedad de artículos. • Buen clima organizacional. • Entrega oportuna de los productos.	• Ausencia de un canal de comunicación definido para los clientes. • Carencia de definición de tiempos de respuesta para los clientes. • Poca información brindada al cliente para el seguimiento del caso. • Inexistencia de documentación de las correcciones y mejoras que se le hacen a los aplicativos.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
• Realizar programas de capacitación para el uso óptimo de los productos. • Mejor Posicionamiento en el mercado. • Ampliar cobertura. • Fidelización de los clientes.	• Incursión de nuevos productos. • Respuesta oportuna a las garantías de los productos por parte de la competencia. • Disminución en las ventas por el voz a voz de clientes inconformes. • Clientes insatisfechos.

Fuente: Elaboración Propia

Según lo mostrado en la anterior tabla, se puede inferir que las empresas sin importar la actividad económica a la que se dedica, deben considerar o conocer sus aspectos internos como lo son sus debilidades y fortalezas; y tratar de planificar los posibles aspectos externos como los son la oportunidades y amenazas; dicho esto se logró analizar que Electro AO, es una empresa que dentro sus fortalezas tiene gran experiencia y buena imagen en la región misma que día a día ha logrado por su esfuerzo y trabajo; así mismo se identificó que la debilidad más importante radica en que no existe una comunicación activa con el cliente, básicamente se le vende el producto al cliente, se le brinda una información mínima del uso y no existe un comunicación asertiva.

Dicho esto, se analizaron también los aspectos externos a los que se podría enfrentar dicha empresa, por lo que se hace necesario mencionar que las empresas dedicadas a la venta de productos dependen directamente de las marcas y esto con lleva a que si un producto presenta desperfectos, la empresa que comercializa es la responsable de atender en primera instancia al cliente y este entrega a la marca, y en ocasiones el cliente espera respuesta pronta o no entiende el tiempo depende de la marca y no del distribuidor, permitiendo crear insatisfacción en el cliente como una amenaza, y como oportunidad nace la necesidad de conocer otros mercados diferentes al local.

2.3 Justificación

Hoy en día, las organizaciones enfocan sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de los clientes todo con el fin de poder mantenerse en un mercado cambiante, ya que día a día los clientes cambian de preferencias y de gustos, es por esto que es importante mencionar que para que una empresa

tenga éxito en el mercado debe prestar un servicio de alta calidad a sus clientes, este mismo marca la diferencia de su competencia, permitiendo así aumento en las ventas, y clientes satisfechos.

Dicho lo anterior, se puede inferir que para la empresa Electro AO S.A.S, el cliente siempre ha sido la razón de ser, por lo tanto, es muy importante invertir en mejorar el servicio: y así mejorar la imagen y estabilidad de la empresa y de esta manera se disminuye los constantes reclamos y quejas de los clientes por los errores o demoras en las respuestas de los soportes técnicos con respecto a las garantías, entre otros.

Esta práctica, busca diseñar estrategias que mitiguen o mejoren la perspectiva que tiene el cliente frente al área de soporte técnico, por el uso del recurso de las garantías de los productos, esta investigación radica su importancia en presentar alternativas que ayudan a mejorar las debilidades que surgen por los procesos bases de la empresa, además los resultados que arrojen servirán como base para la toma de decisiones por parte de la gerencia general con el objeto de mejorar sus posicionamiento, aumento de las ventas y la satisfacción del cliente.

Para llevar a cabo este trabajo de prácticas se aplicaron varias teorías referentes:

Según Philip B. Crosby, en su teoría cero defectos, indaga que la calidad es conformidad con los requerimientos, lo cual se mide por el coste de la no conformidad. Esto quiere decir que al utilizar este enfoque se llega a una meta de “cero defectos”. Crosby equipara la gestión de calidad con la prevención. (Crosby, 2001)

Segun Karl Albertch y Jan Carlzon, en su teoría de calidad y servicio, indican que se debe centrar una venta en vender al cliente lo que realmente desea comprar; (Karl Albertch, 2013), su metodología la basa en 10 principios:

1. Conocer al cliente según sus preferencias y como persona.

2. Aplicar los momentos de verdad a la formación de la opinión.
3. Manejar la libreta de calificaciones del cliente.
4. Investigar la percepción de los clientes.
5. Reconocer al cliente.
6. Hablar frente a frente.
7. Manejar las encuestas centradas en el ¿Cuándo? ¿Por qué? ¿Cómo?
8. Analizar la información.
9. Hacer propuestas.
10. Cerrar el ciclo.

Es necesario que Electro AO SAS, tome estas teorías lo cual llevara a que sus empleados desarrollen mejor su trabajo, satisfagan las necesidades de sus clientes, para brindar un buen servicio al cliente.

El estudio de esta investigación es práctica porque lograra proveer estrategias técnicas y precisas de fácil manejo y puesta en marcha por parte de las personas encargadas, para que de esta manera se logre proporcionar procesos agiles, prácticos e información clara para suministrar al cliente.

Es necesario fundamental la investigación en metodologías basadas en la recolección de información, para generar un concepto o conocer la percepción que tiene el cliente frente a la situación de solicitar soporte técnico por un producto que compro, es por esto que esta práctica se fundamenta metodológicamente en proporcionar al cliente información concreta de la situación actual del producto que compro y la respuesta que tendrá por dicha marca, permitiendo que existe

un proceso claro y preciso para que el cliente sienta que sus derechos no son vulnerados y que se le está prestando un servicio personalizado, que el caso que exponga es de vital importancia para la organización por tal motivo se tomara en cuenta un modelo de la calidad de servicio, en el que los clientes evalúan el servicio comparando el producto que compro.

Esta investigación de la práctica, será de gran ayuda para la empresa Electro AO SAS, porque se trata no solamente de mejorar el servicio al cliente para el área de soporte técnico, sino que también permitirá conocer la posición del cliente frente a los productos que se le ofrecen, conocer que lo que realmente quiere comprar y que se le puede vender.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general.

Diseñar estrategias para mejorar el proceso del servicio al cliente en el área de soporte técnico de la empresa Electro AO S.A.S Aguachica – Cesar.

2.4.2 Objetivos específicos.

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa con respecto al servicio al cliente en el área de soporte técnico.
- ✓ Elaborar un diagrama de flujo para el área de soporte técnico.
- ✓ Presentar estrategias para el mejoramiento del proceso del servicio al cliente para el área de soporte técnico.

2.5 Plan de actividades

Tabla 3 Cronogramas de actividades

MESES	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inducción y conocimiento de la empresa																				
Recopilación de información de la empresa (misión, visión, valores, políticas)																				
Presentación de avances a la asesora de practica																				
Entrega de Informe 1 de la practica																				
Elaboración, e investigación te teorias que fundamentan la practica para el análisis situacional de la empresa																				
Entrega de avances para la creación y revisión de objetivos de la practica																				
Diseño de plan de actividades para la realización del trabajo investigativo																				
Entrega de informe número 2 para revisión																				
Realizar encuesta, diseño de estrategias																				
Sustentación de la practica																				

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III

3. Desarrollo de la práctica

Siguiendo con el cronograma de este trabajo que fue expuesto con anterioridad, los objetivos se desarrollaron en el tiempo estipulado, teniendo en cuenta los factores que en él se presentaron durante su realización. A continuación, se mostrará el desarrollo de los objetivos específicos:

3.1 Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa con respecto al servicio al cliente en el área de soporte técnico.

En atención al primer objetivo, el de realizar el diagnóstico, se desarrolló una encuesta que permitió conocer la situación o percepción que tiene el cliente frente a la atención o la respuesta que se le brinda al momento de pedir un soporte técnico o la garantía de los productos comprados en almacenes Electro AO.

Es importante mencionar que la realización de una diagnostico se basa también en el análisis que se puede obtener por medio de la observación, en el que se podrá conocer el comportamiento que tiene el cliente al ingresas a las instalaciones de almacenes Electro AO.

Las siguientes graficas representan las respuestas de los clientes, frente a la encuesta establecida previamente como herramienta para poder conocer la situación en la que se encuentra la empresa frente al servicio al cliente, para la siguiente encuesta se tuvo en cuenta una población correspondiente al número de clientes atendidos en un solo mes del año en curso, el cual

corresponde a 100 clientes que pidieron soporte técnicos; basado en esta información se aplicó un muestreo aleatorio simple (**M.A.S.)** a la población, donde el tamaño de la muestra se determinará mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * P * q}$$

N = Total Habitantes: 100

Z = Valor tipificado para el nivel de confianza: 1.96

E= Margen de error 0.05: 5%

P = Éxito 0.9: 50%

q = Fracaso 0.: 50%

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 100}{(0.05)^2(100-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{3{,}8416 \times 0.25 \times 100}{0{,}0025(100) + 3{,}8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{0.9604 \times 100}{1.2104 + 0.9604} = \frac{96.04}{2.1708}$$

Dicho lo anterior, el tamaño de la muestra es de 44 clientes a los que se deberán ser encuestados.

ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

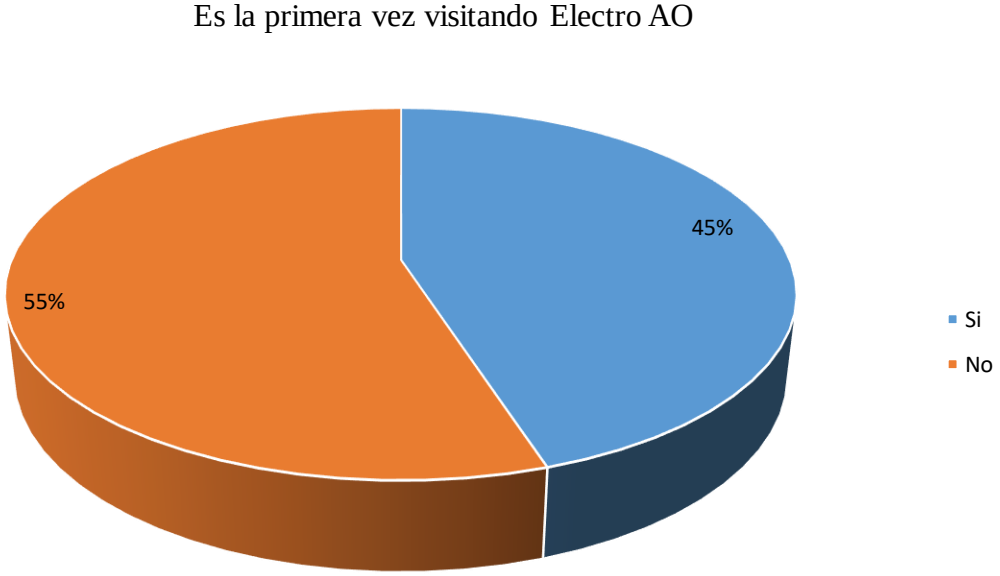
1. ¿Es su primera vez, visitando almacenes Electro AO de Aguachica o ya ha venido otras veces?

Tabla 4 Es la primera vez visitando Electro AO

Detalle	No. De persona	%
Si	20	45%
No	24	55%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 1 Es la primera vez visitando Electro AO



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: La grafica muestra que el 45% de los encuestados han acudido más de una vez al almacén, lugar donde se desarrolla esta práctica, esto permite suponer que son clientes que están llevando algún proceso, además de que están interesados en los productos; sin embargo, un 55% visita el lugar por primera vez buscando solución por la compra que ya realizaron.

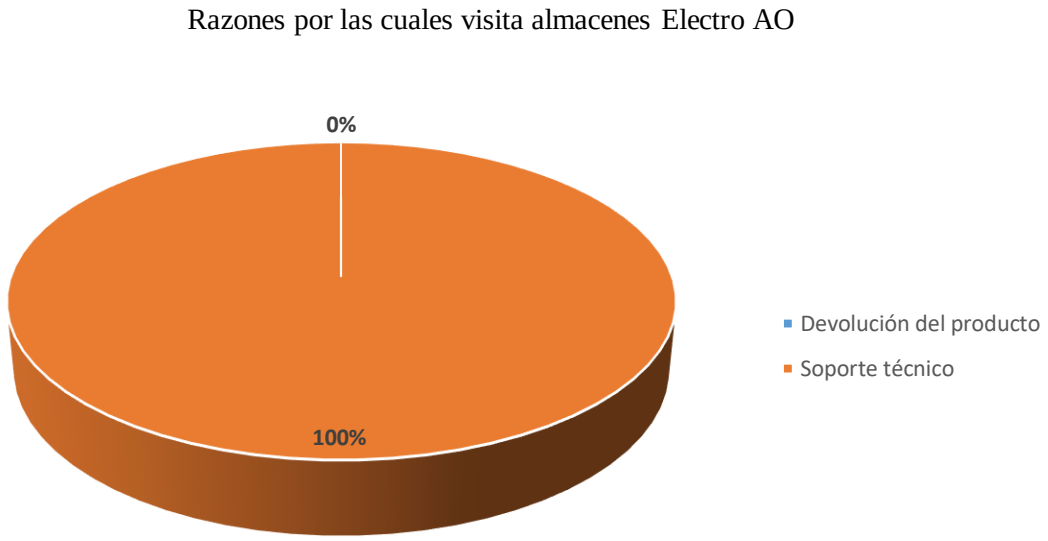
2. ¿Cuáles han sido las razones principales por la cual está visitando almacenes Electro AO?

Tabla 5 Razones por las cuales visita almacenes Electro AO

Detalle	No. De persona	%
Devolución del producto	0	0%
Soporte técnico	44	100%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 2 Razones por las cuales visita almacenes Electro AO



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: La gráfica deja claramente evidenciado a los encuestados que en un 100% de estos acuden al almacén a realizar procesos ligados a soporte técnicos o solicitar la garantía del producto.

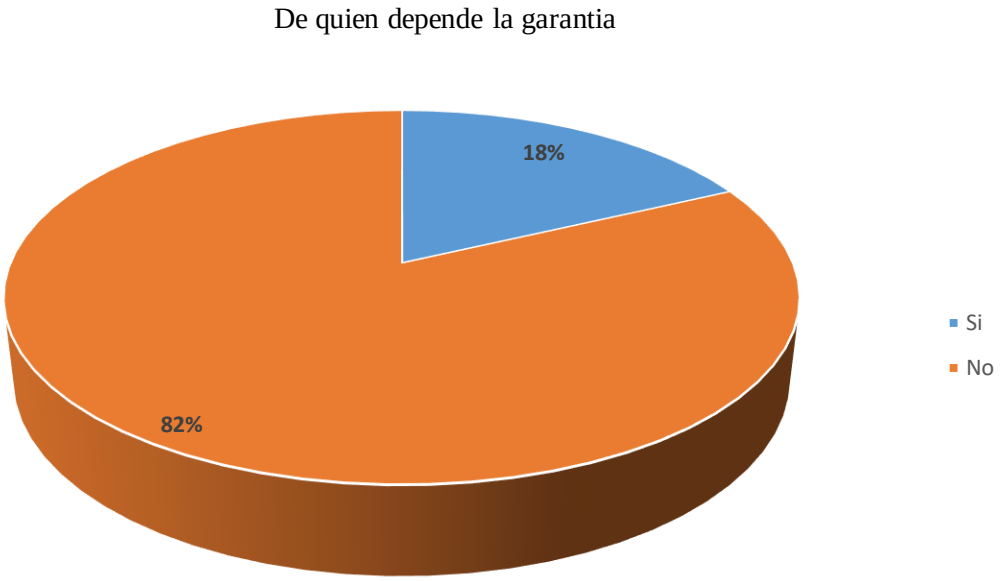
3. ¿Sabía usted que la garantía del producto, debe responder es la Marca y no la empresa distribuidora?

Tabla 6 De quien depende la garantía

Detalle	No. De persona	%
Si	8	18%
No	36	82%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 3 De quien depende la garantía



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Con una superioridad del 82% de la población encuestada manifiesta que no tienen conocimiento acerca de quién responde por el producto comprado en el almacén, esto generando inconformidad ya que al momento que el cliente quiera una respuesta oportuna no se le pueda brindar porque hay que esperar que la marca responda por la garantía.

4. ¿Fue su pregunta o problema resuelto la primera vez que usted se comunicó con el soporte técnico?

Tabla 7 Fue resuelto su problema

Detalle	No. De persona	%
Si	8	18%
No	36	82%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 4 Fue resuelto su problema



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Al analizar las respuestas brindadas por los clientes a esta pregunta, se logró identificar que el 82% de los encuestados no se encuentra satisfecho con las respuestas obtenidas por parte del área de soporte, ya que tienen que irse del almacén sin respuesta alguna de sus producto.

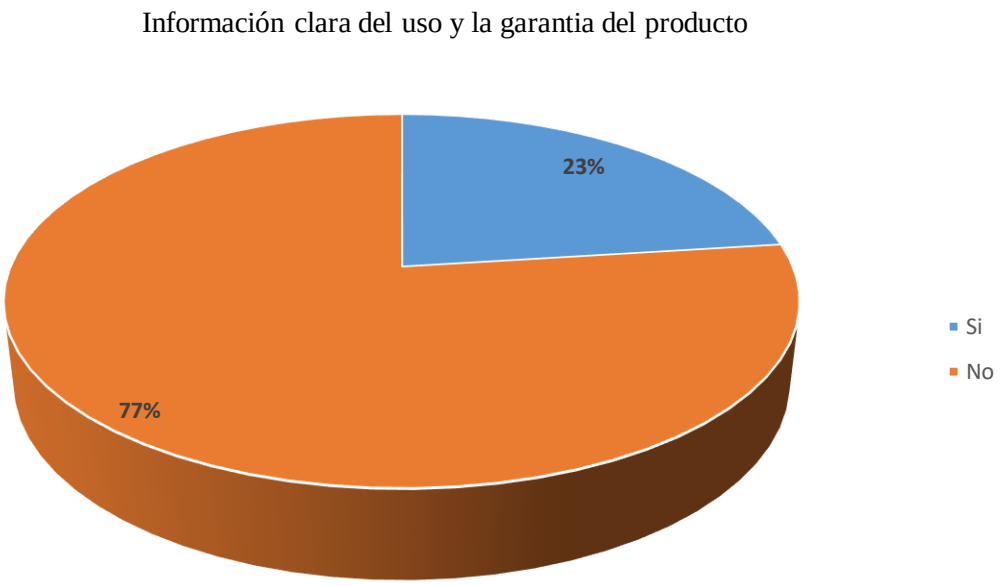
5. ¿Considera que al momento de entregarle el producto le fue brinda, una información clara sobre el uso del producto y que cubre la garantía?

Tabla 8 Información clara del uso y la garantía del producto

Detalle	No. De persona	%
Si	10	23%
No	34	77%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 5 Información clara del uso y la garantia del producto



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Se puede observar con esta respuesta que el 77% de los encuestados consideran que por parte de los asesores comerciales no existe una información clara del uso óptimo del producto, ya que probablemente no existe una buena capacitación por parte de las marcas para que el asesor conozca bien el producto y le informe al cliente la manera óptima de utilizar el producto.

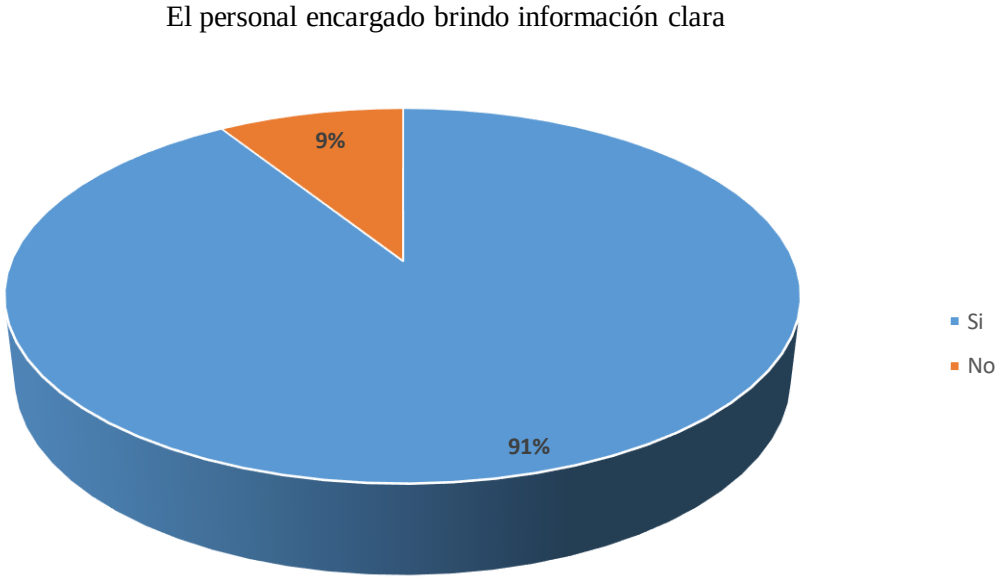
6. ¿Al momento de ser atendido por el personal encargado le brindo información clara del proceso a seguir con respecto al soporte técnico?

Tabla 9 El personal encargado brindo información clara

Detalle	No. De persona	%
Si	40	91%
No	4	9%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 6 El personal encargado brindo información clara



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Es evidente con un 91% de respuesta concuerdan que la información que brindan los encargados del área de soporte técnico es clara y que el cliente sabe el proceso a seguir tan pronto presenta su queja por el producto que presenta fallas.

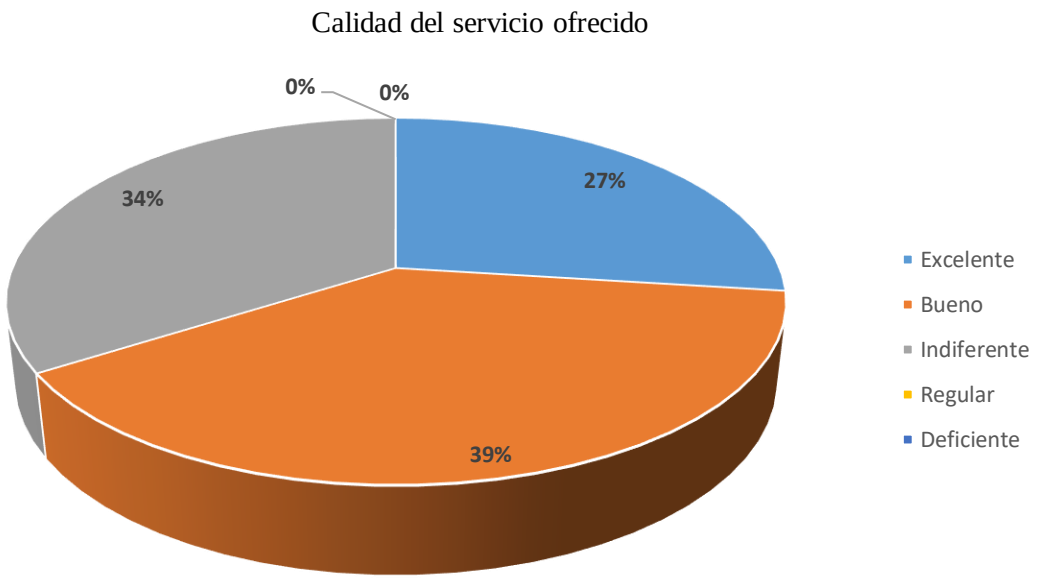
7. Califique la calidad del servicio del área de soporte técnico que le ofrece almacenes Electro AO.

Tabla 10 Calidad del servicio ofrecido

Detalle	No. De persona	%
Excelente	12	27%
Bueno	17	39%
Indiferente	15	34%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
TOTAL	44	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 7 Calidad del servicio ofrecido



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De lo anterior se puede deducir que un 39% de las personas encuestadas consideran que la calidad del servicio es buena, lo que quiere decir que hay procesos por los cuales se debe mejorar para brindarle al cliente una mejor experiencia.

3.1.1 Análisis general de la encuesta

Según la encuesta realizada permito conocer o brindar una información clara y precisa al cliente al momento de comprar un producto, sabiendo que la garantía de un bien no depende de la respuesta oportuna por parte de la Marca, quien es quien genera la insatisfacción del cliente o la satisfacción del mismo ya sea por dar respuesta o cambio a tiempo.

Dicho lo anterior, se logró identificar que la empresa Electro AO presenta las siguientes falencias:

- No hay una comunicación constante con el cliente.
- No hay claridad en el uso del producto, (cuidados y usos del bien) y quien responde por el producto.
- Tiempos de respuesta oportuna.
- Utilizan siempre la misma respuesta, (es la marca quien responde).
- Existe solo un canal de respuesta.
- Falta de capacitación por parte de la marca, para brindar una mejor información al cliente en cuanto al uso del producto.

Dicho lo anterior se pudo identificar que la situación actual de Electro AO, está ligada a la necesidad de que los únicos canales de respuesta para las garantías del producto son limitadas ya que se depende de la respuesta de la marca, además de que no existe una comunicación constante con el cliente, en cuanto a servicios personalizados con la experiencia que tiene que cada cliente con el producto que sale del almacén, esto permitirá crear hábitos de buen uso del producto y generaría un ambiente caluroso o amable con el cliente.

3.2 Elaborar un diagrama de flujo para el área de soporte técnico.

Los procesos y procedimientos de una organización deben estar diseñados conforme a las actividades que diariamente se realizan en dicha entidad, es por esto y basado en el diagnostico obtenido se logró evidenciar la manera como llevan a cabo las actividades enmarcadas por Electro AO cuando recibe a un cliente que presenta inconformismo o daño en el producto comprado.

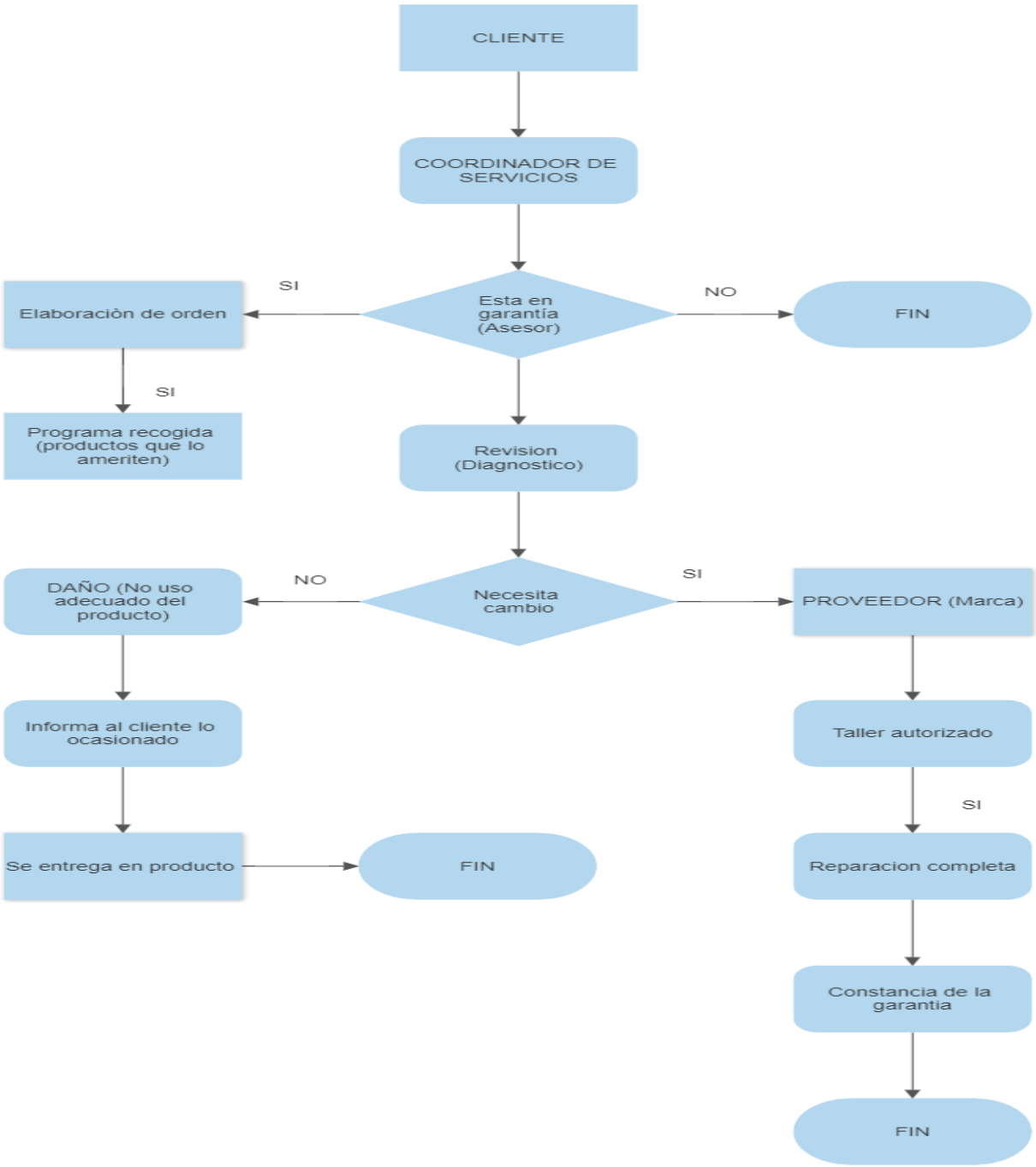
El método que se pudo aplicar en el proceso general en la creación de un flujograma que permitiera a la empresa unificar procesos, generando claridad al trabajador y al usuario al momento de presentarse una situación.

Dicho lo anterior, es fundamental indicar que los procedimientos detallados se describen de la forma en la que interactúan las distintas áreas para llevar a cabo una ágil gestión en donde la reparación y entrega de los electrodomésticos se convierte en una tarea de trabajo en equipo; por tales motivos se tuvo en cuenta para la elaboración del flujograma las siguientes actividades:

1. Proveedor – Almacén, se observó que hay falta de capacitación sobre los productos vendidos, para generar un buen uso del producto.
2. Almacén– Taller Autorizado, validación de la garantía.
3. Almacén – Cliente, se observa que los clientes no tienen información clara del uso del producto o de cómo proceder con la garantía.

A continuación, se presente el flujograma que se propone a Electro AO, con el fin de que sirva como herramienta para tener claridad en los procesos y procedimientos a tener en cuenta al momento que el cliente requiera de un soporte técnico por la garantía del bien comprado.

Figura 2 Flujograma de servicio de soporte técnico



Fuente: Elaboración Propia

3.3 Presentar estrategias para el mejoramiento del proceso del servicio al cliente para el área de soporte técnico.

El área de soporte técnico, es aquella encarga de recibir solicitudes, procesar quejas, recibir productos y dar una respuesta directa al cliente; área en la que se quiere impartir calidad de servicio, y respuesta oportuna al cliente, pero esta depende de la respuesta que dichas marcas indiquen, dicho esto para el mejoramiento continuo de los procesos se proponen las siguientes estrategias que permitirán que haya una respuesta clara hacia el cliente y que este mismo encuentre una respuesta que satisfaga su necesidad, estás fortalecerán la misio y visión por la cual día a día un equipo de trabajo une esfuerzo para cumplir un objetivo general.

Se proponen las siguientes estrategias con fin de mejorar la efectividad de respuesta y satisfacción del cliente:

- Aprovechar los recursos y los suministros de la cobertura total para generar confianza y credibilidad de los productos que se ofrecen y de esta manera tener información constante de lo que el cliente espera; fortaleciendo la participación en el mercado, con marcas de calidad y que brinden servicios en garantía eficazmente.

- Integrar todos los niveles de la empresa para trabajar unidos en dar solución a los reclamos de los clientes; teniendo como objetivo principal lograr una buena comunicación entre las áreas, de arriba abajo y viceversa.

- Mejorar los medios de comunicación, para aquellos clientes que no viven en el municipio ya que por el distanciamiento de la sede impide que haya una comunicación asertiva y

constante; con el objetivo de diseñar herramientas tecnológicas que permitan al cliente informar sobre los procesos en garantía sin llegar a la sede.

- Diseñar programas de capacitación para clientes internos y externos. Esta estrategia se realizará de manera periódica, junto con las marcas, para de esta manera promover el uso óptimo de los aparatos tecnológicos y evitar el mal uso de los mismos; con el objetivo de mejorar los conocimientos, para brindar un mejor servicio.

- Realizar campañas de sensibilización para la misión y la visión de la empresa Electro AO S.A.S**.** Con el fin de promocionar y familiarizar a los empleados con los objetivos de la empresa a través de programas de divulgación para de esta manera ver como las tareas de cada uno logran el cumplimiento de los objetivos de su área.

- Establecer indicadores de medición del servicio en los siguientes aspectos: Trato y relaciones con el cliente, tiempo de espera, tiempo de atención y respuesta de garantía.

- Realizar encuestas de satisfacción a los clientes. Identificando las falencias de los productos y del servicio que se presta a fin de establecer si, lo que los clientes consideran y valoran como calidad se está cumpliendo y de esta manera establecer las fallas del servicio.

Conclusiones

Con este trabajo de practica curricular, se logró comprender la importancia del servicio al cliente no solo al ofrecerle un producto, sino lo que prosigue después si este producto llegase a presentar fallas, y lo oportuno que es generar respuesta que puedan dar satisfacción al cliente; por lo tanto, se puede concluir que el servicio al cliente es muy importante en cualquier organización, y en las diferentes áreas de la empresa, ya que un buen servicio genera efectividad y clientes fieles.

En la investigación de la práctica también se observó que la empresa presenta debilidades de tipo organizativas ya que se le delega solo la responsabilidad de un producto que presente fallas al área de soporte, sin tener en cuenta que el asesor comercial también debe brindar información clara al cliente sobre el uso del bien, porque según lo que se puedo indagar en la práctica la mayoría de casos se presentan por el no uso óptimo que el cliente le da al producto y todo porque en casos es por la no información clara de cómo usar el producto.

De esta manera y en base a los resultados obtenidos en la encuesta, se crearon estrategias de servicio para mejorar en la mayor parte las posibles falencias, además de promover buenas prácticas para generar que el servicio al cliente tenga mejoras en toda la empresa.

Recomendaciones

En base a las respuestas obtenidas en el diagnóstico situacional de la empresa se proponen las siguientes recomendaciones:

- Aplicar las estrategias sugeridas en este informe, las cuales van dirigidas a mejorar el proceso de servicio y hacer un seguimiento exhaustivo.

- Poner en práctica el flujograma realizado para que el personal encargado del proceso de soporte técnico, tenga claro las actividades a realizar.

- Contratar con marcas que promuevan la calidad y efectividad en sus productos para que de esta manera, se reduzca las fallas o falencias en los productos y evitar el cambio, devoluciones de los mismos.

- Colocar un buzón de quejas y reclamos, para conocer cuáles son las insatisfacciones del cliente y así poder encontrar una solución y no caer en la misma falencia.

Referencias Bibliográficas

Gallardo Hernández, José Ramón (2012). Administración estratégica: de la visión a la ejecución. México : Alfaomega.

Hultman, Ken. (2005). Evaluación de los valores organizacionales. Revista de desarrollo organizacional, Pag 23, 32.

Crosby, P. B. (2001). *Universidad Nacional de Cordoba*. Obtenido de https://sceptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/evolucion/philip-b-crosby/

Diaz Vial, I., De castro, G., & Montoro Sanchez, M. (2014). Economia de la empresa. *Paraninfosa S.A*, 88.

Equipo Editorial PY. (s.f.). Obtenido de https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/recursos-humanos/tipos-de-politicas-de-una-empresa#:~:text=Las%20pol%C3%ADticas%20son%20una%20serie,declaraci%C3%B3n%20o%20enunciaci%C3%B3n%20del%20principio.

Jack, F. (2000). *Negocios exitosos.* Mexico: McGraw Hill.

Karl Albertch, J. C. (19 de Marzo de 2013). *Buenas tareas*. Obtenido de https://www.buenastareas.com/ensayos/Teor%C3%ADa-De-Calidad-y-Servicio-De/23834292.html

Kotler, P. (2016). *Marketing.* Mexico: Pearson Educacion.

Olmedo Pacheco, A. (2020). Politicas de empresa ELECTRO AO S.A. Barranquilla, Colombia.

Ricoy, C. (2005). *La teoría del crecimiento económico Adam Smith.* Cuba. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf

Tienda Ao. (2022). Obtenido de https://tiendaao.com/?page_id=2079

ANEXOS Y APENDICES

Anexo a Plan de actividades relacionadas con las estrategias propuestas

ESTRATEGIA	OBJETIVO	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLES
Aprovechar los recursos y los suministros de la cobertura total para generar confianza y credibilidad de los productos que se ofrecen y de esta manera tener información constante de lo que el cliente espera.	Fortalecer la participación en el mercado, con marcas de calidad y brinden servicios en garantía eficazmente.	• Productos de calidad. • Registro de la opinión del cliente.	Jefe de zona y líder de departamento de ST.
Integrar todos los niveles de la empresa para trabajar unidos en dar solución a los reclamos de los clientes.	Lograr una buena comunicación entre las áreas, de arriba abajo y viceversa. Capacitarlos en el área de servicio técnico.	• Clima organizacional óptimo. • Comunicación constante.	Jefes de todas las áreas
Mejorar los medios de comunicación, para aquellos clientes que no viven en el municipio ya que por el distanciamiento de la sede impide que haya una comunicación asertiva y constante.	Diseñar herramientas tecnológicas que permitan al cliente informar sobre los procesos en garantía sin llegar a la sede.	• Internet • Programas o Aplicaciones • Línea directas de atención	Gerencia general
Establecer indicadores de medición del servicio en los siguientes aspectos: Trato y relaciones con el cliente, tiempo de espera, tiempo de atención y respuesta de garantía.	Crear indicadores de medición del servicio, tomando como relevancia el tiempo de espera de la solución al cliente y la relación con éstos.	• Encuestas dirigidas a los clientes	Jefe o líder de zona, AST (auxiliar de servicio técnico) y /o Asesores

ESTRATEGIA	OBJETIVO	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLES
Diseñar programas de capacitación para clientes internos y externos.	Esta estrategia se realizará de manera periódica, junto con las marcas, para de esta manera promover el uso óptimo de los aparatos tecnológicos y evitar el mal uso de los mismos y su vez mejorar los conocimientos, para brindar un mejor servicio.	Contratar personal capacitado de las diferentes marcas para que brinden información óptima de uso de los productos.	Jefe de zona, líder de departamento de ST y / o Marcas distribuidoras
Realizar campañas de sensibilización para la misión y la visión de la empresa Electro AO S.A.S.	Promocionar y familiarizar a los empleados con los objetivos de la empresa a través de programas de divulgación para de esta manera ver como las tareas de cada uno logran el cumplimiento de los objetivos de su área.	• Afiches • Capacitaciones	Jefe o líder de zona
Realizar encuestas de satisfacción a los clientes.	Identificar las falencias de los productos y del servicio que se presta a fin de establecer si, lo que los clientes consideran y valoran como calidad se está cumpliendo y de esta manera establecer las fallas del servicio.	• Encuestas de satisfacción, ya sea de tipo presencial o virtual	Jefe de zona y /o Asesores, AST.

Fuente: Elaboración Propia

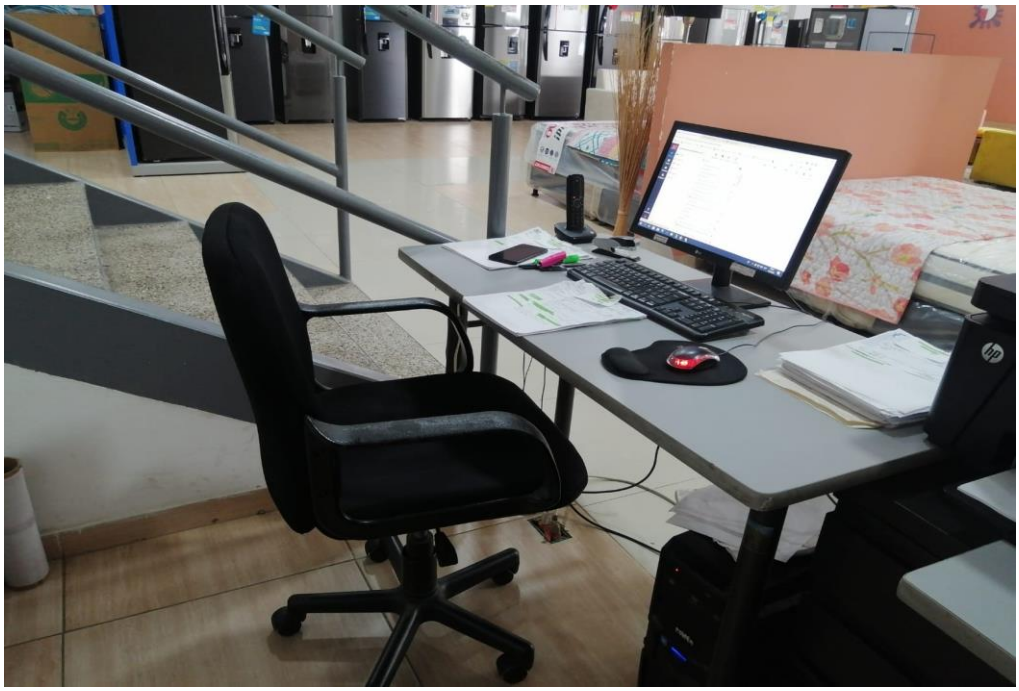
Anexo b Fachada de la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Anexo c Oficinas de la empresa (área de la práctica)





Fuente: Elaboración Propia

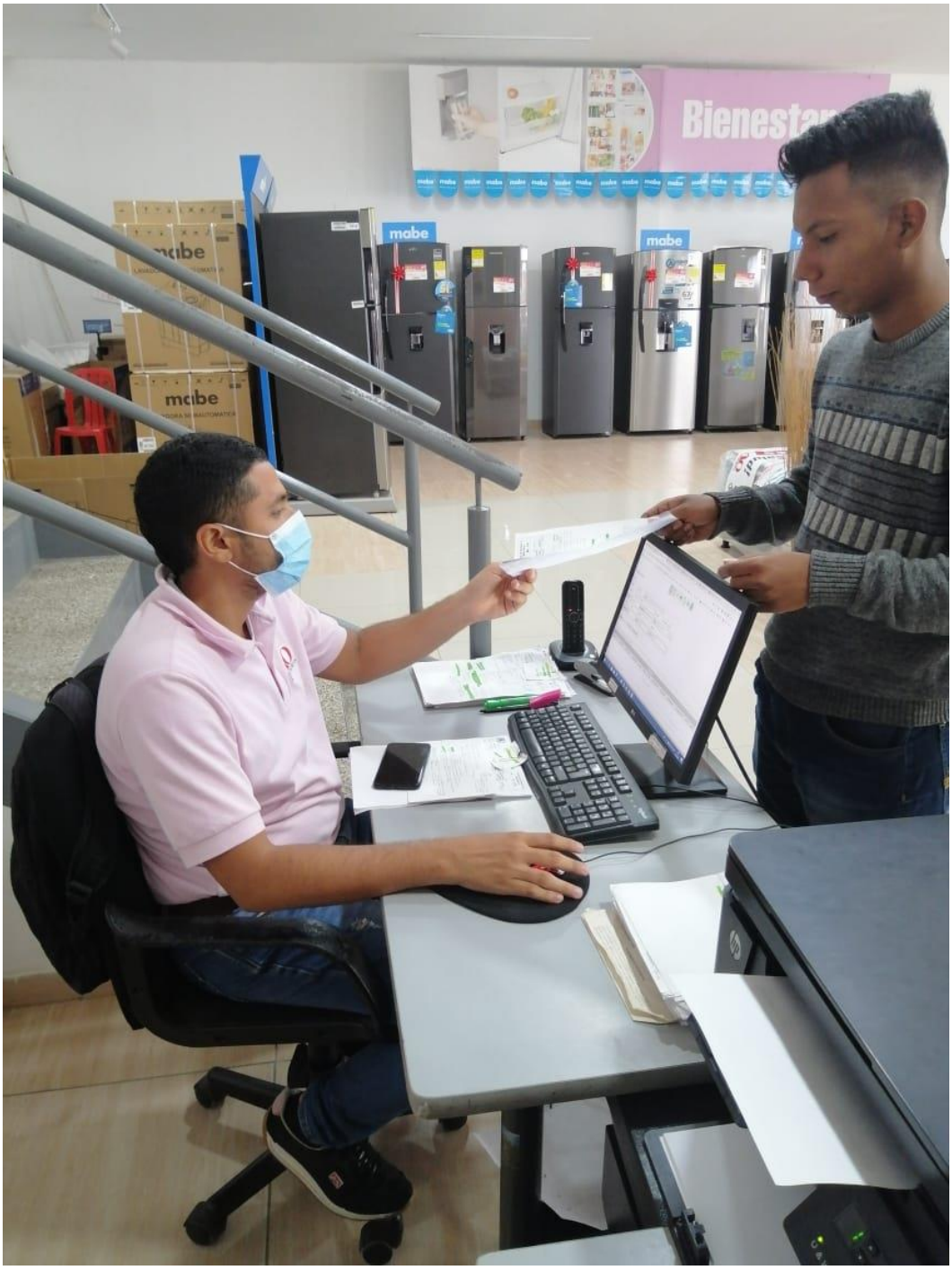
Anexo d Visita de la asesora a la empresa y jefe inmediato





Fuente: Elaboración Propia

Anexo e Cliente – Practicante en la recepción de garantía y toma de encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Apéndice A Formatos de las asesorías con la tutora

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 307-202-PRO05-FOR06
		VERSIÓN: 2
	FORMATO DE TUTORÍA / ASESORIAS	PÁG.: 1 de 2

Marque con una X

TUTORIAS ☐ REFUERZOS ☐ ASESORIAS X

1. IDENTIFICACION

DOCENTE TUTOR / ASESOR : **YAZMIN HERNANDEZ ALVAREZ**

FACULTAD : **CACE**

PROGRAMA : **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PERIODO ACADÉMICO:

FECHA : 26 Mayo.

2. DESARROLLO DEL ACOMPAÑAMIENTO Y SEGUIMIENTO ACADEMICO

TEMA: Capitulo 2.

OBJETIVO: Revisar los avances del capitulo 2.

METODOLOGÍA UTILIZADA: Asesoría.

LOGROS: Quedaron definidos los titulos de la propuesta.

No.	NOMBRE	No. IDENTIFICACION	CORREO	TELEFONO	SEMESTRE
1	Karen Dayana Alfaro C.	1065.919.130	KdalFaro@unicesar.edu.co	3226019486	09
2	Hernando Baena Yaitter	1.002.789.471	hbaena@unicesar.edu.co	3152138738	9
3	Sergely Quintero Banquez	1065916568	sergelyquintero@unicesar.edu.co	3182886068	9
4	Daily Brineth Chiquillo B.	1004846010	dbchiquillo@unicesar.edu.co	3234187928	9
5	Alvaro José Pinzón B.	1065916778	ajpinzon@unicesar.edu.co	3126099804	9
6	Maria Camila Amaya Badillo	1007317287	mcamilaamaya@unicesar.edu.co	3164231587	9
7	Lourdth Trujillo Surubica	1007470376	ltrujillos@unicesar.edu.co	3158352896	9
8	Maria Angelica Sanchez R.	1003246452	Smariaangelica355@gmail.com	3158962726	9.
9	Eilyn Arlena Blanco	1065917223	ehblanco@unicesar.edu.co	3158188620	9
10	Edgar Andres Muñoz Torres	1065914276	eandresmuñoz@unicesar.edu	3154775337	9
11					
12					
13					
14					

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 307-202-PR005-FOR06
		VERSIÓN: 2
	FORMATO DE TUTORÍA / ASESORIAS	PÁG.: 1 de1

LINEA ACADEMICA POA

Marque con una X

TUTORIAS ☐ REFUERZOS ☐ ASESORIAS ☐

1. IDENTIFICACION

DOCENTE TUTOR / ASESOR :
FACULTAD :
PROGRAMA :
PERIODO ACADEMICO:
CICLO DE FORMACIÓN :
NOMBRE DE LA ASIGNATURA:
PERIODO ACADEMICO :
FECHA : 02 junio 2022

2. DESARROLLO DEL ACOMPAÑAMIENTO Y SEGUIMIENTO ACADEMICO

TEMA : Capitulo Tres.

OBJETIVO : Desarrollo del objetivo especifico uno

METODOLOGÍA UTILIZADA : Asesoria - clase magistral.

LOGROS: Se avanzo en el desarrollo de este objetivo

No.	NOMBRE	No. IDENTIFICACION	CORREO	TELEFONO	SEMESTRE
1	Sergeiy Quintero B.	1065916568	sergeiyquintero@unicesar.edu.co	3182886568	9
2	Daily Bimeth Chiquillo	1004846010	dbchiquillo@unicesar.edu.co	3134187928	9
3	Maria Camila Arroyo B	1007317269	Micamilaarroyo@unicesar.edu	3164231[illegible]	9
4	Edwin Hidrona Blanco Re	1065917023	ehblanco@yaceral.edu.co	3158188620	9
5	Karen Dayana Alfaro	1065919150	Kdalfaro@unicesar.edu	3226019486	9
6	Yaudith Trujillo Sarabia	1007470376	Hoytrujillo@unicesar.edu.co	3158352896	9
7	Alvaro J. Pinzón B.	1065916778	ajpinzon@unicesar.edu	3176079790	9
8	Yina Anjeluca Sanchez	1003246915	sinanacuna1e358@gmail.com	3158762726	9.
9	Edgar Andres Muñoz	1065944276	edgarmu06.06@gmail.com	3157775337	9
10	Hernando Barcena M	1002188471	hbarena@unicesar.edu.co	3152138736	9
11					
12					
13					
14					
15					

FIRMA DEL TUTOR /ASESOR _____

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 307-202-PRO05-FOR06
		VERSIÓN: 2
	FORMATO DE TUTORÍA / ASESORIAS	PÁG.: 1 de 1

LINEA ACADEMICA POA

Marque con una X

TUTORIAS ☐ REFUERZOS ☐ ASESORIAS ☐

1. IDENTIFICACION

DOCENTE TUTOR / ASESOR :
FACULTAD :
PROGRAMA :
PERIODO ACADEMICO:
CICLO DE FORMACIÓN :
NOMBRE DE LA ASIGNATURA:
PERIODO ACADÉMICO :
FECHA : 06 junio 2022

2. DESARROLLO DEL ACOMPAÑAMIENTO Y SEGUIMIENTO ACADEMICO

TEMA : Capitulo Tres.

OBJETIVO : Desarrollo del objtivo especifico dos

METODOLOGÍA UTILIZADA :

LOGROS: se reviso el objetivo uno y se avanzo en el desarrollo del segundo objtivo.

No.	NOMBRE	No. IDENTIFICACION	CORREO	TELEFONO	SEMESTRE
1	Dady Bruneth Quiguilla	1004946010	dbdiguilla@unicesar.edu.co	3234197988	9
2	Maria Camila Amaya	1007317287	mcamilaamaya@unicesar.edu.co	3161231587	9
3	Edwin Hilary Blanco R	1065917723	ehblanco@unicesar.edu.co	3681886 20	9
4	Karen Daiyanna Alfaro	1065916113	Kdalfaro@unicesar.edu	3226619480	9
5	Laudith Trujillo Sarabia	1007470376	ltrujillos@unicesar.edu.co	3150352896	9
6	Alvaro Jose Pinzon B	1065916771	ajpinzon@unicesar.edu.co	3176099790	9
7	Sergeiy Quintero B.	1065916568	Sergeiyquintero@unicesar.edu.co	3182886068	9
8	Mayra Angelica Sanchez P.	1003246613	Smayracing358@gmail.com	3158962126.	9.
9	Edgar Andres Muñoz T	1065914276	eandresmunoz@unicesar.edu	3154775359	9
10	Hernando Baena J	1002198471	hbaena@unicesar.edu.co	3152138738	9
11					
12					
13					
14					
15					

FIRMA DEL TUTOR /ASESOR _____

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 307-202-PRO05-FOR06
		VERSIÓN: 2
	FORMATO DE TUTORÍA / ASESORIAS	PÁG.: 1 de 1

LINEA ACADEMICA POA

Marque con una X

TUTORIAS ☐ REFUERZOS ☐ ASESORIAS ☐

1. IDENTIFICACION

DOCENTE TUTOR / ASESOR: Yazmin Hernandez
FACULTAD : Administracion de empresas
PROGRAMA :
PERIODO ACADEMICO: 32022-1
CICLO DE FORMACIÓN :
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Las Practicas Curriculares
PERIODO ACADEMICO :
FECHA : 16 Junio 2022

2. DESARROLLO DEL ACOMPAÑAMIENTO Y SEGUIMIENTO ACADEMICO

TEMA : capitulo tres.

OBJETIVO : Desarrollo del objetivo especifico tres.

METODOLOGÍA UTILIZADA : Asesoria

LOGROS: se revisa el objetivo dos y se avanzo en el desarrollo del objetivo tres.

No.	NOMBRE	No. IDENTIFICACION	CORREO	TELEFONO	SEMESTRE
1	Sergey Quintero B.	1065916568	Sergeyquintero@unicesar.edu	3182886068	9
2	Dasly Brineth Chiguila	1004846010	dlbchiguila@unicesar.edu.co	3234187978	9
3	Maria Camila Amaya	1007317837	mcamilaamaya@unicesar.edu	3164731587	9
4	Eilan Helena Blanco R	1065917223	ehblanco@unicesar.edu.co	3151818620	9
5	Karen Dayana Alfaro	1065919130	Kdalfaro@unicesar.edu	3226079480	9
6	Alvaro J. Pinzon B.	3176099890	ajpinzon@unicesar.edu.co	1065916478	9
7	Judith Trujillo Sanchez	1007470376	Jtrujillo@unicesar.edu.co	3508328996	9
8	Mariana Angulo Sandoval Perez	1003246453	simarangulo358@gmail.com	3158962726	9
9	Edgar Andres Munoz T	1065914776	eandresmunoz@unicesar	3154775337	9
10	Fernanda Baena M	1002188471	hbaena@unicesar.edu	3152138738	9
11					
12					
13					
14					
15					

FIRMA DEL TUTOR /ASESOR _____