



Registro de la atención al cliente y su respectiva trazabilidad a las PQRS a través de indicadores que permitan evaluar, mejorar y satisfacer el cliente en general

Leidy Johana Alzate Velásquez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede / Centro Tutorial Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

Noviembre 05, 2021

Registro de la atención al cliente y su respectiva trazabilidad a las PQRS a través de indicadores que permitan evaluar, mejorar y satisfacer el cliente en general

Presentado por:

Leidy Johana Alzate Velásquez

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a):

María Lucelly Urrego Marín

Doctor of Philosophy PhD (c) in Complex Thinking, Magister en Gestión de la Innovación Tecnológica, Administradora de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede / Centro Tutorial Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre 05, 2021

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo a Dios por proveer lo que necesito y por poner en mi camino a las personas que me ayudaron a cumplir este logro de hacer la carrera, a mi abuela por la paciencia y la dedicación, mi abuelo aunque ya no está con nosotros me dejó grandes enseñanzas y siempre fue un gran ejemplo en mi crecimiento y desarrollo, mi madre una mujer guerrera que siempre ha estado pendiente y ha sido un gran apoyo en mi vida, una gran persona a la cual le tengo plena confianza, mis hermanos por confiar en mí y en mis capacidades, mis amigos, profesores, jefes y demás personas que contribuyeron a la realización de este triunfo.

Gracias a los esfuerzos de cada noche llegar a estudiar, después de una jornada larga de trabajo y sacar el ánimo para cada día cumplir con las tareas y compromisos de la universidad. Tantas noches de traspasar, de dedicación y esfuerzo para llegar hasta donde estoy ahora, hubo momentos de angustia, estrés, en los cuales quise tirar la toalla, pero hay otros de alegría y satisfacción por el aprendizaje y el deber cumplido.

“Todos los triunfos nacen, cuando nos atrevemos a comenzar” Eugene Fitch.

## **Agradecimientos**

Primero que todo gracias infinitas a Dios por guiarme y ayudarme en esta etapa de mi vida, por este nuevo logro que significa el cumplimiento de una meta más. Agradezco a mi familia por el amor y el apoyo incondicional que me han brindado durante estos años de estudio, agradezco a las personas que estuvieron a mi lado brindando ánimo, apoyo incondicional y motivándome a cumplir este sueño.

Agradezco a los profesores que fueron una guía a pesar de las circunstancias por el covid-19 y por la problemática social con Paro nacional, estuvieron al “frente del cañón” brindando asesorías y enseñanzas.

## Contenido

Lista de tablas.....	6
Lista de figuras .....	7
Lista de anexos .....	8
Resumen .....	9
Abstract .....	10
Introducción.....	11
1. Planteamiento del problema.....	12
2. Objetivos .....	14
2.1 Objetivo general .....	14
2.2 Objetivos específicos .....	14
3. Justificación.....	14
4. Marco Referencial .....	15
4.1 Marco Conceptual.....	15
4.2 Marco Contextual .....	18
4.3 Marco Legal .....	29
4.4 Marco Teórico .....	31
5. Diseño metodológico.....	33
5.1 Alcance de la investigación.....	33
5.2 Diseño de la investigación .....	34
5.3 Enfoque de la investigación.....	34
5.4 Instrumento de medición y tamaño de la muestra .....	34
5.5 Fuentes de Información .....	35
5.6 Población .....	35
5.7 Tipo muestreo.....	35
5.8 Análisis de datos .....	35
6. Presentación de los resultados.....	36
7. Conclusiones.....	38
8. Referencias.....	38
Anexos .....	43

## Lista de tablas

Tabla 1 <i>Empresas del oriente Antioqueño</i> -----	18
Tabla 2 <i>Diagnóstico y plan de mejora empresa Redline 2021</i> -----	22
Tabla 3 <i>Matriz DOFA empresa Redline</i> -----	26

## Lista de figuras

Figura 1 <i>Organigrama Redline</i> .....	21
Figura 2 <i>Feedback del proceso estratégico</i> .....	21
Figura 3 <i>Lógica del análisis DOFA</i> .....	25
Figura 4 <i>Gestión para el tratamiento de las PQRS</i> .....	28
Figura 5 <i>Calidad de la atención recibida-Elaboración propia</i> .....	36
Figura 6 <i>Funcionalidad de los equipos-Elaboración propia</i> .....	37
Figura 7 <i>Recomendación del servicio-Elaboración propia</i> .....	37

## Lista de anexos

Anexo 1 <i>Acta de Instalación</i> .....	43
Anexo 2 <i>Formato de Inventario Físico y Digital</i> .....	44
Anexo 3 <i>Formato PQRS Redline</i> .....	45
Anexo 4 <i>Encuesta Post venta</i> .....	46
Anexo 5 <i>Tarjeta Cumpleaños Cliente</i> .....	47

## Resumen

El presente trabajo de grado busca realizar un plan de mejoramiento en la empresa Redline Inc. SAS, principalmente en el área de servicio al cliente y en los demás procesos administrativos de la empresa donde lo requiera, mediante el cual se hará un diagnóstico donde se identifiquen las necesidades y expectativas de la compañía. Esto se hará con el fin de hacer una trazabilidad del cliente y buscar indicadores que permitan evaluar novedades, quejas y reclamos de los clientes. Se procede primero que todo a evaluar conceptos y temas relacionados con la atención al cliente, para ello se hacen ciertas investigaciones referente a temas relacionados con la esencia de lo que es la empresa en relación con las telecomunicaciones. Se buscan referentes de empresas del oriente antioqueño comparando servicios ofrecidos, para analizar y realizar ideas semejantes para ir a la par con la competencia, y mejorar aspectos generales en la empresa Redline Inc. SAS. Se implementó una encuesta post venta con el fin de evaluar la atención al cliente desde el primer contacto hasta la instalación del servicio. Por medio de llamada se evalúa y en caso de no contestar el usuario, se envía al correo o WhatsApp. Finalmente se logra organizar los indicadores a evaluar mes a mes, se realiza una DOFA del entorno para revisar la competencia y se evidencia el valor agregado de la empresa Redline. La atención personalizada y el carisma en cada llamada donde el cliente se siente atendido de una manera servicial y muy familiar.

*Palabras clave: calidad; cliente; mejora de procesos; satisfacción; servicio al cliente.*

## **Abstract**

This degree project seeks to carry out an improvement plan in the company Redline Inc SAS, mainly in the area of customer service and in the other administrative processes of the company where required, through which a diagnosis will be made where the needs and expectations of the company. This will be done in order to trace the client and look for indicators that will evaluate news, complaints and claims from clients. First, we proceed to evaluate concepts and issues related to customer service, for these certain investigations are made regarding issues related to the essence of what the company is in relation to telecommunications. We are looking for references of companies from eastern Antioquia by comparing services offered, to analyze and proceed to carry out similar ideas to keep up with the competition and improve general aspects in the company Redline Inc SAS. A post-sale survey is implemented in order to evaluate customer service from the first contact to the installation of the service. By means of a call it is evaluated and in case the user does not answer, it is sent to the mail or whatsapp. Finally, it is possible to organize the indicators to be evaluated month by month, a mock of the environment is carried out to review the competition and the added value of the Redline company is evidenced. The personalized attention and the charisma in each call where the client feels attended in a helpful and very familiar way.

*Keywords:* client; customer service; process improvement; quality; satisfaction

## Introducción

El presente trabajo busca mejorar el área de servicio al cliente en la empresa Redline Inc SAS con el fin que haya una trazabilidad de la atención de cada cliente y un registro de cada solicitud. El objetivo de este trabajo es analizar y crear estadísticas que permitan evaluar y mejorar el área de atención al cliente, contribuyendo con los parámetros de la empresa.

Redline es una empresa de telecomunicaciones que lleva aproximadamente más de cuatro años en el mercado, nació a raíz de una iniciativa familiar, gracias a la necesidad que se vio en la zona rural de las veredas del municipio de Guarne, se veía que las grandes empresas no llegaban a estos sitios tan recónditos, es por esto por lo que la empresa se fue constituyendo y ahora cuenta con más de 800 usuarios y va creciendo cada vez más.

La empresa brinda dos tecnologías dependiendo la ubicación del usuario, una por radio enlace que funciona mediante la transmisión de señales en forma de ondas a través de antena, se instala esta antena en el punto más elevado del domicilio del usuario y con visual directa a uno de los repetidores donde está ubicada la antena principal.

A principio del año, en curso la empresa implemento el servicio de internet por fibra óptica en la zona urbana del municipio de Guarne, siendo esta su segunda tecnología más estable con mayor velocidad y en múltiples dispositivos al mismo tiempo, mayor ancho de banda y un mayor tráfico de datos simultáneamente. Se ha ido expandiendo por la vereda la Clara y la vereda Montañez del mismo municipio, a mediano plazo está pensado extender la fibra óptica a otra vereda llamada Guapante, donde existen un gran número de usuarios en radio enlace y se migran a la última tecnología de Internet: fibra óptica.

Durante estos cuatro años de servicio se ha observado que la empresa tiene buen nivel de satisfacción del cliente por la acogida y la voz a voz que ha atraído cada vez más clientes. Al conocer cada uno de los procesos de la organización, se identifican posibles mejoras que facilitan el cumplimiento de los objetivos de la empresa, para esto se plantea un problema con el fin de fortalecer el proceso de servicio al cliente que se va a ir desarrollando a lo largo de este semestre; se determinan unos objetivos generales y específicos que ayuden a mejorar el proceso de atención al cliente.

Revisando el enfoque principal de la empresa que es el cliente, uno de los aspectos más relevantes e importantes para toda organización y es conocer a su consumidor, para lo cual se debe estar en constante desarrollo y evolución, partiendo de comprender el entorno y las ventajas competitivas. Para

lograr esto, se debe identificar lo que son: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y lo que es hoy (misión), y lo que desea ser mañana (visión), debe, además, conocer qué es realmente lo que el cliente desea recibir (calidad esperada) para diseñar, finalmente, el camino estratégico que le permitirá llegar a la meta y unos valores corporativos que identifiquen la marca.

Cuando se tienen clientes contentos y satisfechos la lealtad de los servicios es estable, clientes futuros y poder brindar esos momentos de verdad desde el primer contacto del cliente con la empresa hasta obtener la instalación y satisfacción del servicio; el momento de verdad incluso es con la visita del cliente a las instalaciones de la empresa donde la primera imagen impacta sus sentidos, un lugar agradable, iluminado, ordenado y con buena publicidad.

El propósito al desarrollar este plan de mejoramiento es precisamente cooperar en la elaboración de los procesos de la empresa contribuyendo a sus necesidades prioritarias, buscando protocolos de formación y seguimiento en servicio al cliente, que posibilite la comunicación asertiva y la fidelización de los clientes.

Logrando una planificación estratégica donde se proponga aplicar las PQRS como herramienta de anticipación para el mejoramiento continuo del servicio al cliente, donde permite a la empresa revisar la opinión de sus usuarios en forma detallada y específica de alguna novedad, ya sea con el servicio o con algún colaborador; para ello se recomienda realizar capacitaciones en servicio al cliente empoderando a los empleados de la importancia de la calidad en el servicio con el fin de mitigar futuras quejas o reclamos que puedan presentarse.

Cabe resaltar que las PQRS no solo permiten retroalimentar al personal y áreas implicadas, sino también para cumplir las expectativas crecientes de los clientes. Redline Inc SAS esta presta para su mejoramiento continuo es por ello por lo que adopta las sugerencias constructivas para su crecimiento y expansión en el mercado de las telecomunicaciones.

## **1. Planteamiento del problema**

El presente trabajo pretende encontrar alternativas de mejoramiento en servicio al cliente para la empresa Redline Inc SAS ubicada en Guarne, Antioquia. La organización presta el servicio de internet en zona urbana y rural del oriente Antioqueño, brindando dos opciones de tecnología en radio enlace y fibra óptica. La idea es revisar las prácticas de servicio y atención que se tienen para empezar a evaluar y

desarrollar mejoras en atención al cliente, implementación de PQRS en su página web, encuestas que midan la satisfacción y en general en las áreas donde se requiera.

Las solicitudes para la instalación del servicio son obtenidas a través de WhatsApp y llamadas directamente a la línea de atención al cliente. El tiempo estimado para la instalación de radio enlace es de 2 a 3 semanas debido a la alta demanda de solicitudes, se atiende en orden de llegada, para la instalación de fibra óptica se hace agenda una semana antes.

Redline lleva más de cuatro años en el mercado y ha tenido un buen crecimiento y acogida por el buen servicio al cliente, le ha beneficiado la voz a voz entre los clientes del pueblo y de las veredas donde ya disfrutaban del servicio. Cabe mencionar que la pandemia ha hecho crecer la empresa a pasos gigantes porque las universidades, colegios y empresas siguen estudiando y laborando desde casa. Por consiguiente, el servicio debe ser cada vez más rápido, estable y de buena calidad, para darle valor agregado a las empresas.

Cumplir los requerimientos del cliente es brindarle un trato cordial, familiar y a tiempo, es darle la solución en el preciso momento, anticiparse a sus necesidades. Transmitirle tranquilidad y seguridad para ser su primera elección a la hora de cotizar un servicio de internet.

Antes las ofertas eran un poco más limitadas, pero hoy en día el cliente tiene más variedad de marcas, más opciones para cada necesidad y mayor garantía, de esta manera se debe brindar un servicio excepcional, comprendiendo la importancia del servicio al cliente, para valorar los problemas y resolverlos en tiempo real.

De igual manera se debe hacer un seguimiento post venta para saber la opinión del cliente en su primera atención y las encuestas de satisfacción ya que de ahí surgen sugerencias para mejorar la experiencia del consumidor.

Por otra parte, es importante capacitar el personal en servicio al cliente con el fin de que se tenga un sentido común para resolver inconvenientes de los clientes. Los colaboradores son y serán la clave para el éxito de una organización, ahí nace la importancia de la calidad en el servicio porque la relación entre cliente y empresa ayudan a compensar cualquier falla en el servicio, no es necesario regalarle algo al cliente, el simple trato humano crea la diferencia necesaria para exceder las expectativas y necesidades del cliente las cuales proveerán un plus, una lealtad a la marca y ese prestigio establecido desde la visión de la organización.

La finalidad de este trabajo es diseñar un plan de mejoramiento que contribuya a pulir el área de servicio al cliente en la empresa Redline y demás áreas donde se pueda aportar para el mejoramiento y progreso de esta organización.

### **Pregunta de investigación**

¿Qué plan de mejoramiento ayuda a la empresa Redline a medir la satisfacción del cliente y mejorar su respectiva trazabilidad?

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de atención al cliente para la trazabilidad del tratamiento de las PQRS con el fin de diagnosticar mejoras para la satisfacción del cliente.

### **2.2 Objetivos específicos**

1. Identificar las falencias en el área de servicio al cliente en la empresa Redline con el fin de hacer los indicadores a evaluar en esta área
2. Definir estrategias para el mejoramiento del área de atención al cliente en la empresa Redline, analizando en cada indicador su PQRS.
3. Proponer el uso de encuestas de satisfacción en el área de atención al cliente, para brindar trazabilidad a las PQRS.

## **3. Justificación**

El servicio al cliente es el valor agregado a un producto, el cual se debe diferenciar muy bien de la competencia, consiste en tener buena empatía y cercanía con los clientes, manejando una comunicación veraz, eficiente, personalizada y fluida. El cliente debe sentirse escuchado y sobre todo que encuentre respuestas adecuadas y relevantes a sus requerimientos.

Sin clientes no existe la empresa ya que estos son quienes traen los ingresos y el sostenimiento de esta. La idea es generar estrategias que permitan anticiparse a las necesidades del cliente y a resolver oportunamente cualquier percance que resulte en la contratación de la empresa con el cliente, por lo tanto, se contribuye a buscar prontas soluciones que permitan el excelente servicio al cliente.

El pilar de una empresa es cuidar muy bien y delicadamente su atención al cliente, preguntando constantemente como se encuentra el servicio y buscando la mejora continua. Cabe resaltar que un cliente bien atendido siempre traerá dos o tres más por el vos a vos que se va generando como una bola de nieve, he aquí la importancia de mantener los clientes contentos para desarrollar lealtad y confianza.

## **4. Marco Referencial**

### **4.1 Marco Conceptual**

#### ***Calidad***

La calidad es una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea valorada con respecto a cualquier otra de su misma especie; la calidad de un servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho servicio y la capacidad de este para satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, como menciona Kotler, (2001):

La calidad en el servicio es la capacidad de cumplir con los beneficiarios (clientes) a raíz de una serie de medidas que caracterizan la forma en que el servicio se entrega a los usuarios, cuyas dimensiones son: Tangibilidad, confiabilidad, garantía, y empatía (p. 41)

La calidad de servicio es definida por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) como el efecto global de la calidad de funcionamiento de un servicio que determina el grado de satisfacción de un usuario de dicho servicio.

#### ***Cliente***

Desde el punto de vista de la economía, un cliente es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un

comercio o una empresa. La palabra, como tal, proviene del latín cliens, clientis. En este sentido, los sinónimos de cliente son comprador, cuando se trata de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial; usuario, cuando la persona hace uso de un servicio determinado, y consumidor, cuando la persona, fundamentalmente, consume productos o servicios.

Sin duda los clientes son el principal foco de atención de cualquier empresa, en cualquier compañía u organización existe tanto el cliente interno como externo y ambos son de vital importancia y se escriben según su rol o función:

**Cliente Interno:** son aquellas personas que laboran dentro de una empresa, y prestan sus servicios y su fuerza de trabajo para que esta pueda ofrecer productos o servicios que sean comercializables. En este sentido, los empleados de una empresa son sus clientes internos.

**Cientes Externos:** son todas aquellas personas hacia las cuales están orientados los productos o servicios que una empresa pone en el mercado. Como tal, son los clientes externos los que proporcionan el flujo de ingresos dentro de la empresa.

### ***Mejora de procesos***

La mejora de procesos es el resultado de un trabajo esforzado y continuado de una organización para desplegar las herramientas de la gestión por procesos dentro de sí misma, esta permite hacer más eficientes los procedimientos técnicos de la empresa para reducir costes, optimizar el funcionamiento de algunas áreas o departamentos y reducir al máximo los errores que puedan derivar de tales ineficiencias.

Como es lógico, pensar que es posible optimizar todos los procesos de una empresa es algo irreal. En ellos intervienen una gran variedad de factores que no siempre están relacionados entre sí, de manera que las compañías deben buscar aquellos que estén generando más ineficiencias y centrarse en optimizarlos en la medida de sus posibilidades.

En los últimos años, la mejora de los procesos se ha convertido en una de las prioridades de las empresas. La consolidación de las nuevas tecnologías, la necesidad de reducir costes y las nuevas formas de trabajo han sido los principales catalizadores que han impulsado la necesidad de mejorar la eficiencia de los procesos empresariales.

Existen muchas razones para buscar la mejora de procesos en tu empresa:

- Reducir, en la medida de lo posible, todas las ineficiencias técnicas y productivas presentes en la compañía, así como los posibles errores que puedan derivarse de ellas.
- Disminuir el tiempo de ciclo.

- Reducir los recursos necesarios para realizar la actividad, lo que redundará en una mejora de la productividad y una reducción de costos.
- Mejorar la calidad del producto o servicio, al menos la que perciben los clientes.

### ***Satisfacción***

Satisfacción, del latín *satisfactio*, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio. La satisfacción, por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde a una queja o razón contraria. Por ejemplo: “La empresa invierte millones de dólares al año en la satisfacción de las necesidades de sus clientes”

Es importante no confundir la satisfacción con la felicidad, aunque sí es necesario sentir satisfacción para poder entender qué es la felicidad plena. La insatisfacción produce inquietud o sufrimiento. No obstante, dado que la naturaleza del cerebro y la prioridad de la mente es la de establecer caminos sinápticos que consuman lo menos posible, el ser humano siempre tenderá a ir buscando nuevas y mejores maneras de estar satisfecho, por lo que es parte de su naturaleza mantenerse constantemente inquieto y en constante expectativa de peligro por perder la poca o mucha satisfacción que esté experimentando en su presente, comprometiendo de esta manera el grado de felicidad final que se obtiene.

En cambio, la satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, una empresa o un servicio prestado por una empresa. La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido y es clave para las empresas. Este cumplimiento puede basarse en factores tangibles (por ejemplo: calidad de un producto, retraso en la entrega) o factores intangibles (por ejemplo: el comportamiento de su personal hacia el cliente).

### ***Servicio al cliente***

El servicio denomina en líneas generales, la condición de servir, es decir, de dar o prestar apoyo o asistencia a alguien valiéndose de un conjunto de medios materiales o inmateriales. La palabra, como tal, proviene del latín *servitium*. Asimismo, como servicio también se conoce el favor que se hace a alguien, o el mérito que una persona adquiere sirviendo al estado o a otra entidad o persona.

Se denomina servicio al cliente aquel que está orientado a cuidar los intereses o satisfacer las necesidades del cliente. Como tal, supone un conjunto de actividades que buscan responder a las

necesidades del consumidor o usuario de los servicios o productos que ofrece una empresa, tanto pública como privada.

El servicio al cliente son todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.

Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.

La cara de la empresa son los empleados, ellos son los que realmente están en contacto directo con los clientes, los que obtienen, de primera mano, las opiniones y reacciones ante la marca, producto o servicio. Por ello es importante que estén en constante capacitación para brindar el mejor servicio y también que conozcan lo que venden o el servicio que ofrecen.

Los representantes de servicio al cliente deben ser:

- ✓ Accesibles con los clientes
- ✓ Estar bien informados
- ✓ Actuar con cortesía y amabilidad
- ✓ Tener habilidades de escucha y paciencia
- ✓ Voluntad de resolver los problemas o quejas de los clientes

#### **4.2 Marco Contextual**

A partir de la necesidad de crear y organizar el área de servicio al cliente en la empresa Redline, se investigan las empresas del oriente Antioqueño algunas de ellas para mirar cómo están manejando el tema del cliente y que trazabilidad utilizan para las PQRS. Principalmente se buscan características que ayuden a identificar lo que se necesita para tener un buen servicio y atención general al cliente.

#### **Tabla 1**

*Empresas del oriente Antioqueño*

EMPRESA	SERVICIO QUE PRESTA	MANEJA PQRS
CONEKTO	<p>Es una empresa prestación de servicios de Internet para zonas rurales y suburbanas del departamento de Antioquia.</p> <p>Tiene cobertura en los siguientes municipios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oriente de Medellín: Guarne, Santa Elena, Rionegro, La Ceja</li> <li>• Suroeste Antioqueño: Caldas, Amaga, Titiribí, Tarso, Peñalisa, Puente Iglesias, Palermo, Támesis, La Pintada, Damasco, Santa Bárbara, Fredonia, Venecia, Bolombolo, entre otras poblaciones.</li> <li>• Norte de Medellín: Copacabana, Girardota, Barbosa, El Hatillo</li> </ul>	NO
FABRINET	<p>Servicio de Internet rural en el oriente Antioqueño, ubicado en el municipio de san Carlos, Antioquia.</p> <p>Provee servicios internet en áreas suburbanas y rurales con planes de acuerdo con sus necesidades e instalaciones especiales en lugares de difícil acceso; Entre las zonas rurales donde actualmente prestan el servicio están los municipios de San Carlos, San Rafael y Corregimiento Santana del Municipio de Granada.</p>	SI
SIRO	<p>Es una empresa del municipio de san Vicente Ferrer en el oriente de Antioquia. Tienen Internet banda ancha por fibra óptica en la zona urbana de San Vicente. Con cobertura en los municipios de: Guarne, Girardota, san Vicente y el peñol.</p>	SI

RURALINK	Con más de 2.000 usuarios en 10 municipios del Oriente Antioqueño. Provee internet de banda ancha, con fibra óptica en tecnología GPON al sector rural del campo colombiano y en el sector urbano, sujeto a cobertura.	SI
----------	--	----

Tabla 1. Servicios que prestan las empresas de internet del Oriente Antioqueño y si manejan o no las PQRS- Creación propia. (2021)

Después de hacer este recorrido y amplio léxico del tema de servicio al cliente, se realiza el diagnóstico de la empresa en el siguiente diagrama, se realiza un diagnóstico estratégico, para ello se parte primero de la implementación organizacional de la misión, visión y valores corporativos y organigrama, con base en ellos se fijan estrategias necesarias para lograrlos.

### **Misión**

Brindar un servicio cálido, amable y familiar, generando empatía con el cliente desde el primer contacto con la empresa hasta obtener el servicio.

### **Visión**

Alcanzar la mayor cobertura del oriente Antioqueño convirtiéndonos en la empresa pionera de la región en suministrar el servicio de internet tanto en zona urbana como rural y con la mejor tecnología.

### **Valores Corporativos**

- ❖ Servicio al Cliente
- ❖ Pasión
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Sentido de pertenecía
- ❖ Eficiencia y eficacia

### **Organigrama**

**Figura 1**

*Organigrama Redline*

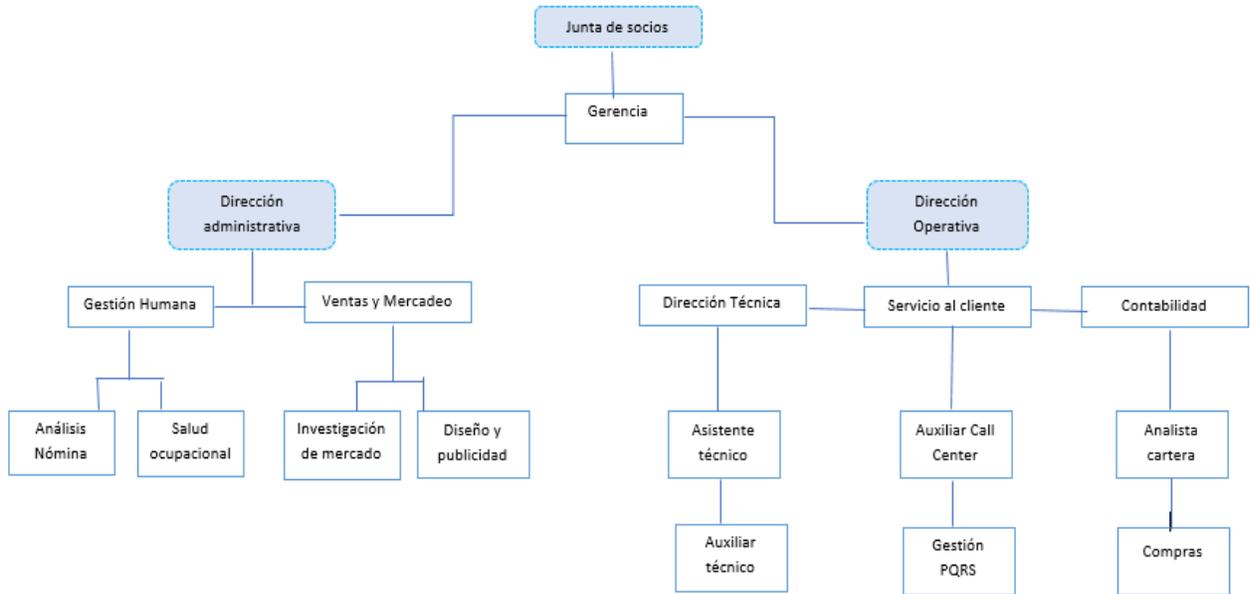


Figura 1. Se toman las áreas de la empresa, para desarrollar el Organigrama Redline-Creación propia (2021)

**Figura 2**

*Feedback del proceso estratégico*

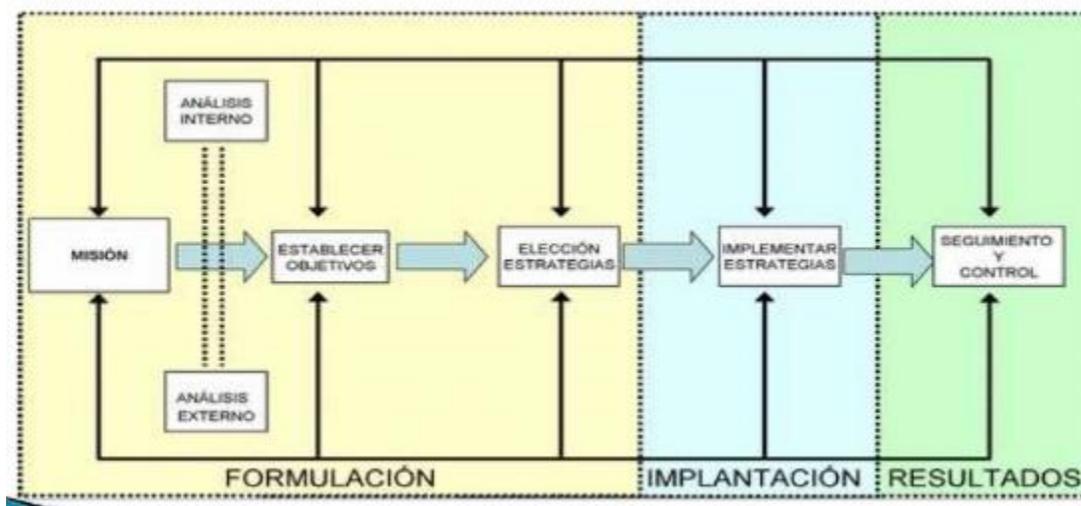


Figura 2. Es la interrelación existente entre la formulación e implementación y la evaluación de la planificación estratégica, sobre la base del modelo de administración estratégica adoptado por: Fred David. (1995)

### Diagnóstico y plan de mejora en el área de servicio al cliente

A continuación, se plasman algunas ideas de posibles mejoras para la empresa Redline, durante el presente año. Se realizan unas estrategias con actividades que permitan cumplir con lo planteado al inicio de esta monografía.

**Tabla 2**

*Diagnóstico y plan de mejora empresa Redline 2021*

Objetivos	Metas	Estrategias	Actividades	Cronograma	Responsable
Crear acta de instalación del servicio de internet	Revisión interna con el fin de llevar control de los equipos e insumos de la empresa	Se diseña en Word la información requerida	Se le explica al personal técnico el uso de este formato	Mes de marzo	Leidy Alzate (Anexo A)

Implementar un formato de inventario tanto físico como digital	Brindar a la empresa Redline un orden y control de sus productos	Realizar un conteo semanal del inventario y llevar un registro diario de entradas y salidas	Ordenando la bodega para que se pueda llevar a cabo esta labor	Mes abril	Leidy Alzate (Anexo B)
Concientizar a los empleados de tener una cultura organizacional dándole un direccionamiento adecuado para que las estrategias implementadas funcionen de manera correcta	Lograr los objetivos mediante los planes de acción propuestos y ejecutados para el mejoramiento del proceso de inventario.	Planificar con antelación el conteo del inventario y hacer participe a los empleados para que se adopten al proceso de inventario	Reunir a los empleados en grupos pequeños y explicarles la metodología de trabajo para el buen funcionamiento del inventario	Mes abril	Leidy Alzate
Cooperar en la creación de la misión, visión, valores corporativos, organigrama y las necesidades de cada área para mejorar, cumpliendo la estructura organizacional	Lograr los objetivos mediante planes de acción para alcanzar el éxito y contribuir al mejoramiento de la empresa	Pasar propuesta al jefe inmediato para que defina y apruebe fecha a la realización de la estructura organizacional	Reunión con las áreas encargadas para determinar y elegir procesos de la organización.	Mes de mayo (Pendiente organigrama)	Alejandro Duque Gerente General Redline Inc SA
Implementar un formato para las PQRSF	Brindar a la empresa Redline conocimiento acerca de las PQRSF	Realizar un informe semanal	Socializar con el personal la importancia del servicio al cliente	Mes Agosto (implementación)	Leidy Alzate
Implementar una encuesta post venta de atención	Brindar a la empresa Redline	Realizar un informe semanal	Socializar con el personal la importancia del	Mes Septiembre	Leidy Alzate (Anexo D)

al cliente	conocimiento del estado de la encuesta Postventa		servicio al cliente, desde el primer momento de atención hasta obtener el servicio		
Enviar felicitación de cumpleaños a los clientes ya sea por correo electrónico o whatsapp	Empezar a realizar las felicitaciones a los clientes	Revisar que todos nuestros clientes tengan foto de la cedula	Actualizar las bases de datos de los titulares del servicio	Octubre	Leidy Alzate (Anexo E)
Capacitar constantemente al personal, con el fin de mejorar sus habilidades de servicio	Programar capacitaciones apoyados en el área de RH	Se organiza un cronograma al mes con el fin de capacitar al personal	Las capacitaciones se realizan en las horas de la mañana para que no atrasen las actividades del día	Octubre	RH Seguridad y Salud en el Trabajo
Realizar los indicadores en ventas de servicio, clientes retirados y solicitudes de nuevos servicios	Organizar un archivo en Excel donde se pueda plasmar estos indicadores	Se debe tener actualizado la base de datos de los clientes	Recopilar toda la información necesaria del cliente	Noviembre	Leidy Alzate

Tabla 2. Se realizan unos objetivos con una serie de actividades, que se llevaron a cabo durante el presente año-Elaboración propia (2021).

La idea con el diagnostico anterior es mencionar en general las mejoras realizadas y las que se tienen planeadas con el fin de lograr lo propuesto al inicio de este trabajo de grado, que es mejorar el área de servicio al cliente, pero a su vez cualquier necesidad que requiera la empresa Redline Inc SAS. Con estas ideas plasmadas se procede a revisar el entorno tanto interno como externo y verificar y analizar las posibles mejoras.

### Diagnostico estratégico

Con base a lo realizado anteriormente se procede con un diagnóstico estratégico con el fin de analizar las fortalezas y las debilidades internas de la empresa, así como las amenazas y oportunidades que enfrenta. Por lo tanto se realiza una matriz DOFA, definiendo que las debilidades son problemas internos de factores negativos que tiene la empresa y generan una posición no favorable comparada con otras organizaciones; oportunidades, se refiere a factores positivos que se generan en el entorno y al momento de ser identificados por la empresa pueden ser aprovechados; fortalezas, reúne los elementos positivos de la organización, es decir, son esas capacidades o recursos especiales que la hacen fuerte ante otras empresas; por ultimo amenazas, son problemas o situaciones externas que ponen en riesgo la empresa.

### Matriz DOFA

La matriz DOFA es una herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto a las condiciones internas de la misma y el contexto externo que la pueda afectar. Este análisis DOFA es importante para las organizaciones porque permite realizar un diagnóstico del estado de la empresa. De esta forma se puede obtener una perspectiva general de la situación estratégica de la organización y así tomar decisiones que permitan mejoras y contribuyan a la gestión empresarial. El proceso de compilación y revisión de la información requiere atención para que las estrategias generadas sean exitosas.

### Figura 3

#### *Lógica del análisis DOFA*

	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>
<b>Interno</b>	Fortalezas	Debilidades
<b>Externo</b>	Oportunidades	Amenazas

Figura 3. Su objetivo es incluir en el plan estratégico estos factores internos y externos, maximizando el potencial de las fortalezas y las oportunidades y minimizando los efectos de las debilidades y las amenazas. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) - SWOT (2002)

**Tabla 3***Matriz DOFA empresa Redline*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con personal comprometido con pasión y responsabilidad</li> <li>• Contamos con alta tecnología en equipos, además de la fibra óptica en zona urbana y rural.</li> <li>• Implementación de la tv como valor agregado para los clientes.</li> <li>• Implementación del área de Recursos Humanos y de la seguridad y salud en el trabajo.</li> <li>• Enfoque en el Servicio al usuario, generando un servicio satisfactorio y eficaz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de publicidad</li> <li>• Falta de expansión en el resto de los municipios del oriente Antioqueño</li> <li>• Falta un sistema integrado de calidad</li> <li>• Carencia en stock de inventario en equipos para instalación de radio enlace</li> <li>• Agilidad para terminar instalación en puntos estratégicos</li> <li>• Mas capacitación al personal en temas relacionados con la empresa</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Somos reconocidos en la región por el buen servicio al cliente y la respuesta oportuna.</li> <li>• Al avanzar los tendidos, también avanza el crecimiento de la población</li> <li>• Diversificación de la demanda y nuevos servicios</li> <li>• Crecimiento de la conectividad digital, estudio y trabajo en casa</li> <li>• Crear nuevas estrategias y planes de desarrollo para la creación de nuevos proyectos, que generen más productividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempleo durante la pandemia por covid-19, conlleva a la cancelación de servicios</li> <li>• Condiciones climáticas adversas. (Pueden degradar la calidad del servicio por radio enlace).</li> <li>• Interferencia de radio provocada por otros equipos no declarados o por contaminación ambiental.</li> <li>• Avance del tendido de a red de fibra por otros proveedores, con soluciones similares y tarifas más favorables.</li> </ul>

Tabla 3. Matriz DOFA de la empresa Redline- Creación propia (2021)

**Consejos Para Mejorar El Servicio Al Cliente**

Analizar las diferentes formas en que las empresas pueden aprender sobre cómo mejorar el servicio al cliente con pequeños momentos de marketing a menudo inadvertidos puede ser la diferencia entre conectar con tu público meta; de tal modo que desde la redacción de un paquete hasta cómo el usuario final experimenta errores en el sitio web; existen factores que se deben corregir y modificar. Por lo que a continuación se mencionan tres consejos sobre cómo mejorar el servicio al cliente con mensajes de marketing, de acuerdo con (Douglas, 2020)

**Haz que sea fácil hacer negocios contigo**

A pesar de que en un servicio parezca complicado de comercializar o que en las preferencias de consumo no sea la primera opción, animar a los usuarios a utilizar tu producto debería tener en consideración y casi como una premisa, lo fácil que puede ser recurrir a esta opción y valerse de los beneficios que representa. En ocasiones, hacer que sea fácil de usar un producto o servicio puede generar que el usuario reconsidere su uso, o en mayor medida que entienda que no existe complejidad alguna y que esto genere agrado por parte del cliente.

**Recuerda a los clientes por qué estás haciendo algo bueno**

A menos que abras la redacción publicitaria para contar una historia y que ello facilite a tus consumidores a tomar decisiones inteligentes; enumerar las ventajas que proporciona tu producto es una forma de convencer a las personas de que elijan tu opción; asimismo, no olvides felicitar a tus clientes por haber elegido tu mercancía.

Debes contribuir a la experiencia personal del consumidor con una fase de diversión y satisfacción, además de que alentar al cliente en todo el proceso de compra, desde la elección del producto hasta la venta, les dejará a los individuos una sensación de agrado e interés en todo momento.

**Guía el viaje de tu cliente**

Incluso si el cliente se encuentra en una página de error 404 en tu sitio web, este lugar puede beneficiarte, en lugar de perder clientes potenciales al pensar que su recorrido termina allí.

Para ello te debes basar en se debe poner un lenguaje claro y la navegación específica allí, puedes dirigirlos a ciertas páginas de tu portal en línea que sabes que pueden llegar a interesarles, lo que se puede convertir en un ganar-ganar para el usuario final y el negocio. De tal forma que, para mejorar la experiencia del cliente no se necesitan cambios drásticos en tu estrategia de marketing, se deben ajustar ciertas medidas, así como tener la claridad de que algunos espacios considerados como perdidos, se pueden convertir en áreas de oportunidad.

### **Las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias**

Son una herramienta que permiten conocer las novedades que el cliente presenta referente al servicio prestado, con el fin de tener oportunidad de mejora. Implementar un sistema de PQRS permite a las empresas brindar soluciones en forma ordenada y ayuda a tomar decisiones para retroalimentación del personal y capacitaciones en servicio al cliente.

Sus conceptos son:

#### **Sugerencia**

Es una propuesta presentada por un usuario para incidir en el mejoramiento de un proceso de la empresa cuyo objeto está relacionado con la prestación del servicio.

#### **Petición**

Es una actuación por medio de la cual el usuario, de manera respetuosa, solicita a la empresa cualquier información relacionada con la prestación del servicio.

#### **Queja**

Es la expresión o manifestación que le hace el usuario a la empresa por la inconformidad que le generó la prestación del servicio.

#### **Reclamo**

Es la oposición o contrariedad presentada por el usuario, con el objeto de que la empresa revise y evalúe una actuación relacionada con la prestación del servicio en términos económicos.

A continuación se muestra un ejemplo para la empresa Redline,

#### **Figura 4**

## Gestión para el tratamiento de las PQRS

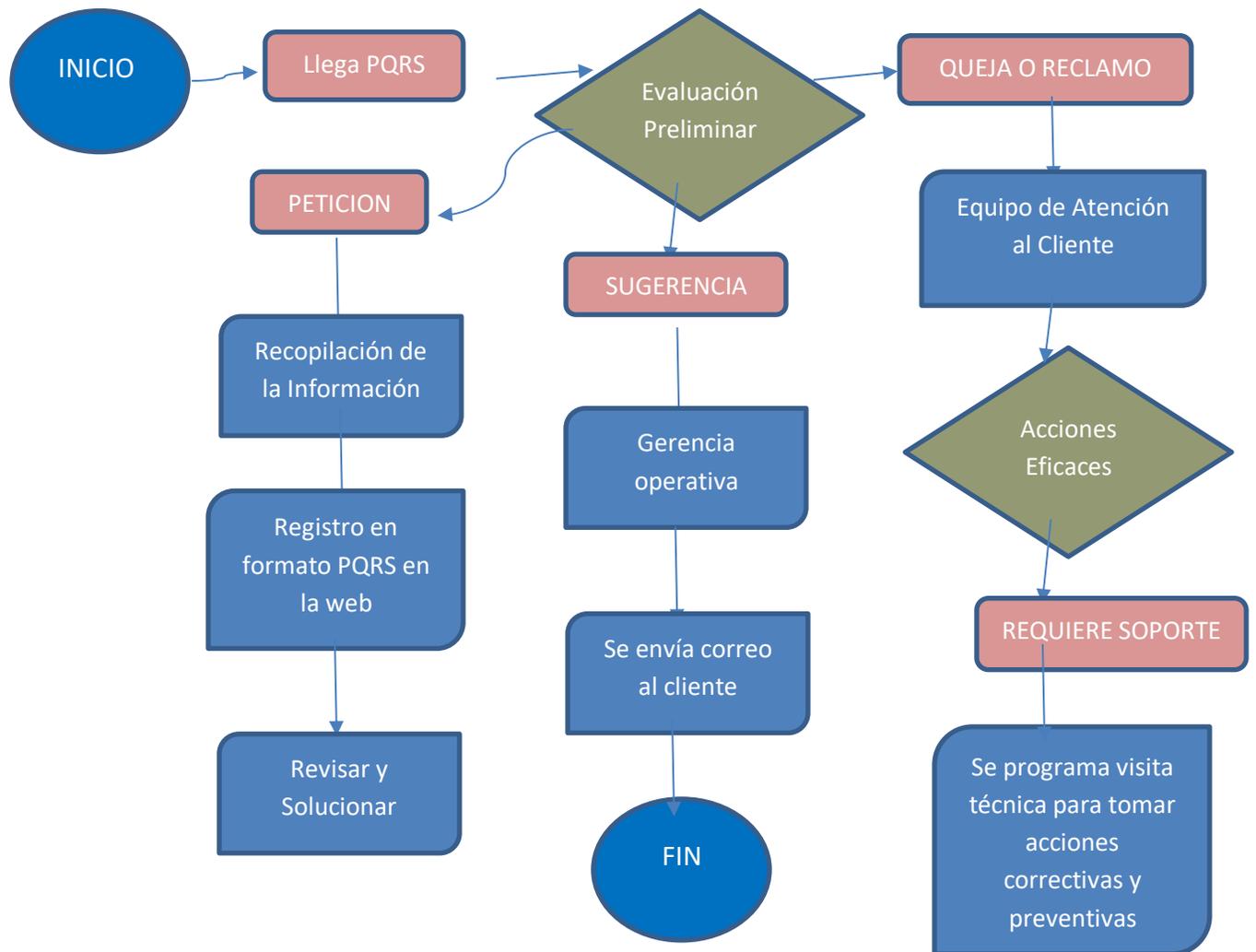


Figura 4. Gestión para el tratamiento de las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias-creación propia (2021)

Se diseñó un formato de las PQRS con el fin de ubicar en la página de la compañía esta opción para poder llevar una trazabilidad (Anexo C).

### 4.3 Marco Legal

#### *Leyes Internacionales*

Ley No. 153-98 Ley General de las Telecomunicaciones. El Congreso Nacional en nombre de la República Dominicana, considera un deber del Estado fomentar el desarrollo de las telecomunicaciones para contribuir a la expansión socioeconómica de toda la Nación.

Toda instalación de una red o servicio públicos de transporte de telecomunicaciones que sea suministrada exclusivamente o de manera predominante por un solo proveedor o por un número limitado de proveedores, deberá suministrar un servicio que no sea factible en lo económico o en lo técnico. La interconexión incluye los mecanismos comerciales y técnicos con arreglo a los cuales los proveedores de servicios conectan sus equipos, redes y servicios, para proporcionar a sus clientes, acceso a las redes. La presente Ley constituye el marco regulatorio básico que se ha de aplicar en todo el territorio de la República Dominicana y se complementará con los reglamentos dictados por las autoridades competentes. El objetivo de estas leyes es garantizar la administración y el uso eficiente del dominio público del espectro radioeléctrico.

Ley 642 de las Telecomunicaciones de Uruguay, Corresponde al Estado el fomento, control y reglamentación de las telecomunicaciones; el cual implementará dichas funciones a través de una Comisión Nacional de Telecomunicaciones en el marco de una política integrada de servicios, prestadores, usuarios, tecnología e industria.

Mientras que en México, La legislación establece que el órgano regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), declarará la preponderancia de una empresa por sector (radiodifusión y telecomunicaciones) y no por servicios (radio, televisión abierta, telefonía fija y móvil, internet y televisión restringida), Partido Revolucionario Institucional (PRI), del Verde Ecologista de México (PVEM).

En la unión europea, defiende los intereses de los usuarios, asegurando su derecho al acceso a los servicios de comunicaciones electrónicas en condiciones adecuadas de elección, precio y buena calidad, promoviendo la capacidad de los usuarios finales para acceder y distribuir la información o utilizar las aplicaciones y los servicios de su elección, en particular a través de un acceso abierto a Internet. En la prestación de estos servicios se debe proteger la juventud y la infancia, la protección de los datos personales y el secreto en las comunicaciones.

### ***Leyes Nacionales***

En Colombia la Comisión de regulación de las comunicaciones, de conformidad con las leyes 1341 de 20091 y 1369 de 20092 , modificadas por la Ley 1978 de 20193 , la CRC es el órgano encargado de

promover la competencia en los mercados, promover el pluralismo informativo, evitar el abuso de posición dominante, regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones y garantizar la protección de los derechos de los usuarios; con el fin de que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad de las redes y los servicios de telecomunicaciones, incluidas todas las modalidades del servicio de televisión y la radiodifusión sonora.

Mintic es el ministerio de tecnología de la información y las comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Decreto 728 del 2017, trata acerca de la conexión del servicio, de acceso a internet inalámbrico deberá estar disponible, como mínimo durante los horarios de atención previstos por cada entidad.

La ley 2108 del 2021 por la cual se modifica la ley 1341 de 2009, estableció el acceso a internet como un servicio público de carácter esencial en Colombia. Esta modificación surgió a raíz de la emergencia sanitaria por el COVID 19, ya que las universidades y empresas empezaron a hacer uso del internet desde sus hogares. Esta ley tiene como fin proteger la población donde la condición social es más vulnerable, a fin de que no les sean suspendidos los servicios y se les garantice la conectividad a todos los habitantes.

Ley 241 de abril de 2011, por la cual se regula la responsabilidad por las infracciones al derecho de autor y los derechos de conexión a internet. Los prestadores de servicio de Internet, los proveedores de contenido, y los usuarios serán responsables por el uso de los contenidos, de conformidad con las normas generales sobre responsabilidad civil, penal y administrativa. La información utilizada en sistemas o redes informáticas será protegida por la legislación sobre derecho de autor y derechos conexos si reúne las condiciones de tal protección.

#### **4.4 Marco Teórico**

El diseño de servicios consiste en alcanzar un equilibrio efectivo de tres componentes básicos: instalaciones, procesos y procedimientos físicos. La meta es proporcionar un servicio cuyos elementos sean uniformes internamente y estén dirigidos a cumplir necesidades de un segmento específico del mercado.

Un valor agregado y destacado en la empresa Redline Inc SAS, es la atención y servicio que se le brinda al cliente, se atiende de forma personalizada, cálida y familiar, además se realiza una llamada post venta, que incluye una encuesta para medir la atención recibida desde el primer contacto, hasta el momento de la instalación del servicio. Además, que en su página web incluya el formato de PQRS, para obtener de antemano oportunidad de mejora y solucionar novedades.

Los procesos de servicio, como por ejemplo la atención de quejas y reclamos son críticos para la operación del negocio. Estos tienen como características principales: primero, que la mayoría de los procesos de servicios implican mayor interacción con el cliente; segundo, a menudo los clientes no pueden identificar sus necesidades de servicio antes de tener algún punto de referencia o de comparación; tercero, los procesos de servicio exigen un nivel de control y administración bastante alto al estar los clientes interviniendo constantemente; por estas razones, la mejora de los procesos de servicios debe estar enfocada a minimizar la complejidad de la operación, disminuyendo las posibilidades de error humano involuntario, principalmente, durante la interacción con el cliente (Uribe Y Torres, 2012, p.1).

Una responsabilidad que tienen las empresas hoy en día es asegurarse de que los resultados de los procesos cumplen con los requerimientos operacionales y del cliente. Por esta razón, es de suma importancia, evaluar continuamente el desempeño del procedimiento, con el fin de emprender acciones correctivas cuando estas sean necesarias. Una acción correctiva debe realizarse, una vez se haya identificado una causa de insatisfacción del cliente. La oportunidad es, ante su descontento, buscar mecanismos, alternativas para solucionar su problema, así, la empresa queda bien y el cliente mucho mejor.

Existen dos caras del servicio al cliente con las que debemos lidiar día a día, son experiencias concretas que tiene que ver con la calidad de vida del ser humano y su carrera hacia los instantes de felicidad. La mayoría de las veces los clientes no tienen la razón, sin embargo, es importante hacerle creer que la tiene, ya que de nada nos sirve enfrentarnos y mirar quien tiene la razón o no, en estos casos se debe escuchar y satisfacer esa necesidad que solicita, lo más probable es que desea una solución eficiente y eficaz.

No importa que tanta tecnología se tenga ni que estrategias se implementen, ya que no somos exceptos de que el mercado se pare. Lo anterior hace pensar en lo sucedido con los comerciantes, empresas etc., durante la pandemia, sin lugar a duda esa temporada que no fue para nada cómoda, nos llama a los principios y valores que como seres humanos se habían olvidado, volver a lo básico, la familia, disfrutar el hogar y compartir más con los seres queridos. En ese compartir de momento encontramos la palabra servir.

En lo empresarial, servir significa retomar los fundamentos: la cultura, esencia del negocio, razón de ser de la organización. Principios y valores, sobre todo, comprender que la razón principal de las empresas es servir. Servir a todos los grupos de interés; especialmente a los empleados y clientes.

El servicio es lo que les permitirá a las empresas hoy en día a superar las adversidades, mantenerse en el mercado y salir adelante. Para lograrlo, es fundamental tener en cuenta dos variables: los empleados y los clientes; los empleados porque son quienes se encargan de ejecutar la propuesta de valor y llevarla a los clientes. Mantener conectados y alineados a los colaboradores permitirá que la empresa sea más resiliente ante la adversidad. (Vallejo L.G, 2020)

Y los clientes, porque son nuestra razón importante, nuestro soporte y sustento. Enfocarnos en la retención permitirá mantener ingresos, en la mayor medida posible, y subsistir como empresa. “Todo lo que hagamos hoy por los clientes será retribuido en las experiencias memorables. La clave de estos días, más que reinventarse es mantener la esencia: tratar a los demás como queremos que nos traten. Ser felices” (Vallejo L.G, 2020. Párr. 5)

## **5. Diseño metodológico**

La importancia de realizar el diseño metodológico es que nos permite determinar los lineamientos a seguir para llevar a cabo el trabajo propuesto. Por lo cual se basó en la Sublíneas de investigación: Administración Estratégica para la globalidad.

### ***5.1 Alcance de la investigación***

El presente trabajo de grado es descriptivo, pretende implementar procesos que mejoren el servicio al cliente en la empresa Redline Inc. SAS. Realizando un plan de mejoramiento y revisando el diagnóstico de su entorno tanto interno como externo, para mejorar procesos no solo en servicio al cliente, sino también en las demás áreas de la empresa. Los posibles resultados de este escrito ayudaran a obtener herramientas que permitan mejorar la calidad del servicio y a los directivos tomar decisiones de interés particular que beneficien la empresa.

### ***5.2 Diseño de la investigación***

Para este trabajo se emplea el diseño no experimental porque no se realiza manipulación de las variables por parte del investigador. Se pretende establecer medidas y criterios de éxito para satisfacción del cliente, logrando una trazabilidad del cliente, y el tratamiento de las PQRS en la empresa Redline.

### ***5.3 Enfoque de la investigación***

Este trabajo de grado tiene los siguientes métodos de investigación: cualitativo y cuantitativo, definidos como enfoque mixto por integrar ambas técnicas, en el primero se escriben las posibles mejoras y se realiza una percepción de los individuos a estudiar y fenómenos que se desean evaluar, ayudando a establecer creencias y percepciones de la empresa a lograr una mejora continua. En el segundo se hacen unas encuestas donde se evalúa la atención post venta para medir satisfacción del cliente desde el primer momento que tuvo contacto con la empresa hasta obtener el servicio; y se realizó una segunda encuesta enfocada a obtener la satisfacción del cliente. Para lograr dar respuesta a la pregunta de investigación fue necesario recolectar la información y analizar los datos que ayudan a establecer los patrones de comportamiento del cliente frente a la atención recibida.

### ***5.4 Instrumento de medición y tamaño de la muestra***

Para el desarrollo de este trabajo se diseñó una encuesta, la cual será el instrumento de medición para los datos cuantitativos, llamada post venta, donde se llama al cliente que se le instalo el servicio con el fin de evaluar el primer contacto que tuvo con la asesora, hasta obtener el servicio, con el fin de evaluar varias áreas de la empresa y medir la satisfacción del cliente. Como la investigación tendrá un lineamiento de enfoque mixto, se utilizan las encuestas como instrumento de medición para las variables cualitativas.

La encuesta postventa está compuesta por 3 preguntas con diferente tipos y opciones de respuesta.

### ***5.5 Fuentes de Información***

La información plasmada en esta monografía ha sido extraída en forma primaria: directamente de información recolectada de la empresa como la encuesta de satisfacción y mercado en general, y secundaria, de información consultada en internet a través de libros, paginas, bases de datos, guías bibliográficas.

### ***5.6 Población***

La población que se tuvo en cuenta en esta investigación fueron los clientes nuevos de Redline del mes de septiembre del presente año, el total fueron 50 los encuestados. La población para esta investigación es finita ya que se conoce el total de elementos y está constituida por 800 clientes de la empresa Redline.

### ***5.7 Tipo muestreo***

Se realiza un tipo de muestreo aleatorio simple, ya que este procedimiento es atractivo por su simpleza, tiene poca o nula utilidad práctica cuando la población que estamos manejando es muy grande. La muestra es probabilística porque los elementos de la población tienen la posibilidad de ser seleccionados para la realización de la encuesta.

### ***5.8 Análisis de datos***

Una vez realizadas las encuestas se procede a tabular los resultados y a hacer el análisis de cada una de las gráficas y la respectiva interpretación. Estas nos permiten sacar conclusiones y recomendaciones.

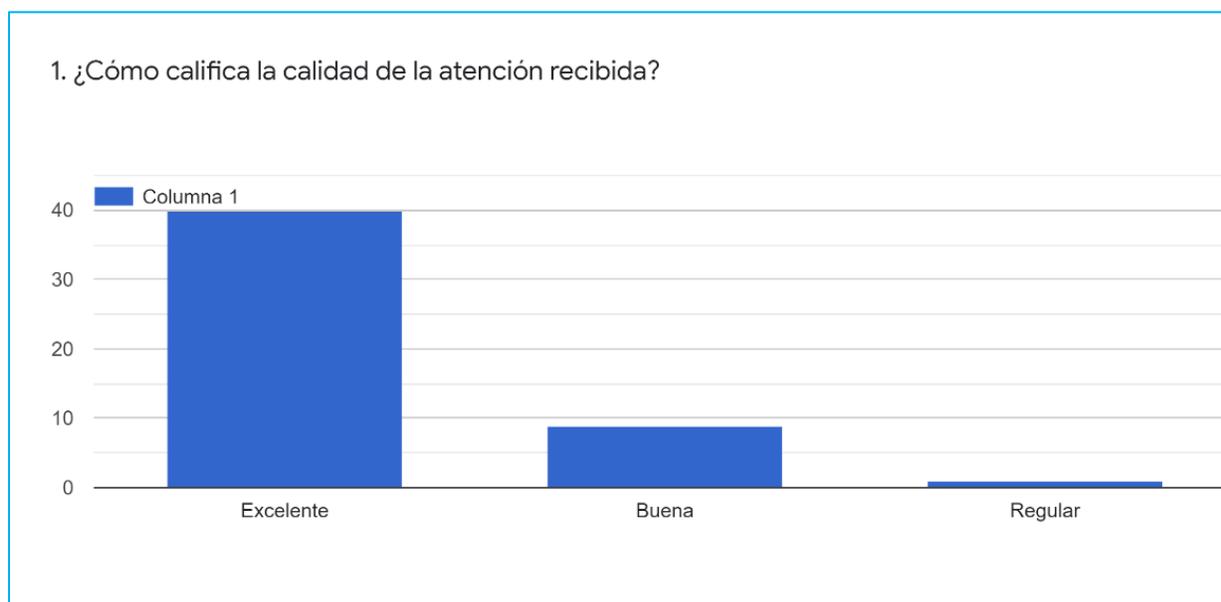
## 6. Presentación de los resultados

### Encuesta Post Venta (Anexo D)

#### Análisis de resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta postventa con sus respectivas gráficas e interpretaciones, de acuerdo con los parámetros mencionados anteriormente en esta investigación:

1. ¿Cómo califica la calidad de la atención recibida?				
Excelente	Buena	Regular	Mala	Total
40	9	1	0	50
40%	9%	2%	0%	50%



**Figura 5** Calidad de la atención recibida-Elaboración propia

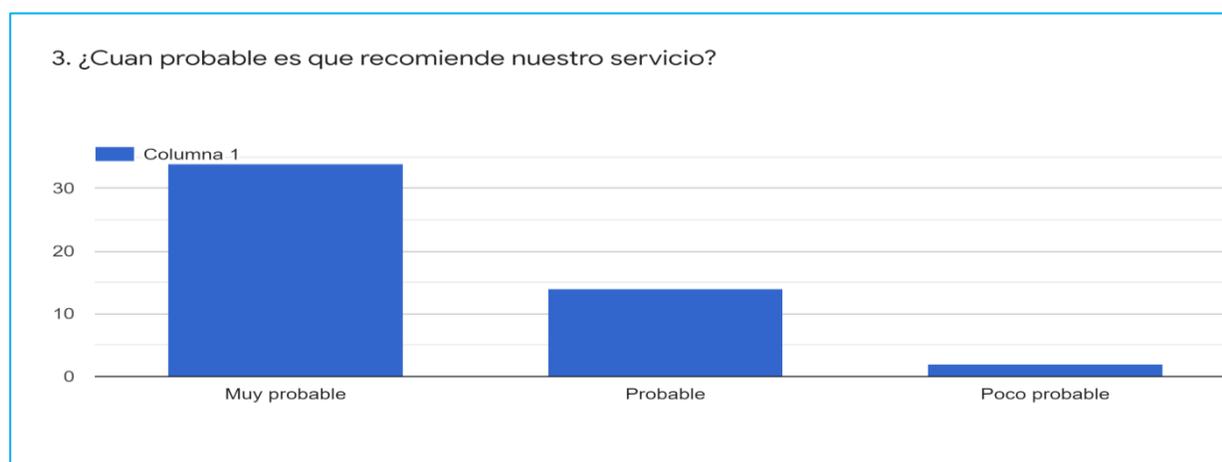
Según el gráfico, el 40% de los encuestados califican la atención recibida excelente, el 9% buena y un 2% regular. Lo que se puede analizar que la mayoría de los clientes se sienten bien atendidos y se evidencia el grado de responsabilidad de los asesores, con la atención prestada.

2. ¿El personal técnico que lo visitó le explico la funcionalidad de los equipos?					
Si	no	yo pregunte	solo información de la red	Excelentes muchachos	total
45	2	1	1	1	50
90%	4%	2%	2%	2%	100%

**Figura 6** Funcionalidad de los equipos-Elaboración propia

Según el grafico, el 90% de los encuestados respondieron que, si recibieron información de la funcionalidad de los equipos, el 4% respondió que no, el 2% dice que preguntó, que solo le informaron de la red y que son buenos muchachos. Basados en lo anterior, es importante retroalimentar al personal de la importancia de explicarle al cliente la funcionalidad de los equipos, aun siendo minoría la que respondieron que no se les explico.

3. ¿Cuán probable es que recomiende nuestro servicio?				
Muy probable	Probable	Poco probable	No lo recomendaría	total
34	14	2	0	50
34%	14%	2%	0%	50%



A nivel de satisfacción, se aprecia que el 48% de los encuestados recomendarían el servicio, solo el 2% respondió poco probable, de esta grafica podemos analizar que el servicio recibido cumple con las expectativas del cliente, desde el primer contacto hasta recibir la instalación del internet.

## 7. Conclusiones

Este trabajo ha permitido investigar un poco más acerca del servicio al cliente, con el fin de aplicar estos conocimientos a la empresa Redline, y cooperar con el crecimiento progresivo de la misma. Al realizar las encuestas el resultado positivo indica que la empresa va por buen camino y debe seguir manteniendo sus clientes satisfechos.

La experiencia enseña que los clientes o consumidores de bienes y servicios están en busca de la mayor satisfacción a cambio de sus recursos disponibles, no solamente que se vean representados en beneficios sino además en la obtención de valores agregados como el ambiente del servicio, así como el seguimiento y buen trato que reciben del personal encargado de prestar los servicios y brindar la atención.

En otras palabras, el cliente está inquieto por establecer un vínculo con la empresa desde el campo de las emociones, alcanzando su convencimiento y satisfacción dándose cuenta de que su bienestar y sus necesidades son importantes. De manera que la necesidad de evaluar los procesos, así como la implementación de estrategias y planes de mejoramiento cobra importancia esencial para ser preferencia del cliente.

Finalmente, es importante mantener capacitado al personal en servicio al cliente, ya que si brindamos un buen servicio interno este se ve reflejado para el cliente externo. Brindando importancia a los colaboradores y entrenándolos se van a sentir más empoderados a la hora de prestar el servicio, y se van a sentir seguros para asesorar a los usuarios.

## 8. Referencias

An official website of the European Union 1 September. SWOT (2017) Análisis DAFO-

[https://europa.eu/capacity4dev/evaluation\\_guidelines/wiki/analisis-dafo-debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades-swot](https://europa.eu/capacity4dev/evaluation_guidelines/wiki/analisis-dafo-debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades-swot)

Bernal F, (2018) *propuesta de mejoramiento del proceso de servicio al cliente, en la empresa Genionet telecomunicaciones SAS*. Repositorio Unimilitar

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20732/FreyzerBernalCastrillon2018.pdf?sequence=2%20HYPERLINK%20%22https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20732/FreyzerBernalCastrillon2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y%22&%20HYPERLINK%20%22https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20732/FreyzerBernalCastrillon2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y%22isAllowed=y>

Cardona, Hernández y Restrepo (2016) *Diseño de un modelo de atención al cliente en empresa de confecciones*. Repositorio UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA FACULTAD DE TECNOLOGÍA  
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/6672/658812C268.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=3.,JUSTIFICACI%C3%93N,quiere%20y%20eso%20le%20ofrece.&text=La%20misi%C3%B3n%20de%20toda%20empresa,o%20no%20a%20su%20visi%C3%B3n>

Conekto, (2021). *Internet para todos*. empresa dedicada a la prestación de servicios de Internet para zonas rurales y suburbanas del departamento de Antioquia <https://www.conekto.com.co/>

Echeverri, García y Ramírez (2008) *Plan de mejoramiento para el área de servicio al cliente empresa de telefonía*. Repositorio UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA [https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16355/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20AL%20CLIENTE%20MASIVO](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16355/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20AL%20CLIENTE%20MASIVO%20EN%20UNA%20EMPRESA%20DE%20TELEFON%C3%8DA%20CELULAR%20DE%20PEREIRA.pdf?sequence=1%20HYPERLINK%20%22https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16355/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20AL%20CLIENTE%20MASIVO)

Expansión, (2014) *20 puntos clave en las nuevas leyes sobre las telecomunicaciones*.  
<https://expansion.mx/nacional/2014/07/09/20-puntos-clave-en-las-nuevas-leyes-sobre-telecomunicaciones>

Fabrinet,( 2021). *Conectando tu mundo*. Acceso a internet en el área rural del oriente Antioqueño.  
<https://www.fabrinet.com.co/>

Gaitán, N (2017) *Proyecto de mejora en la empresa ac distribuciones*. (Publicación N°: 2143030) [tesis Universidad Santo Tomas Bogotá DC]  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>

Gallego, L, G (2020). *Las dos caras del servicio: 34 experiencias que nos recuerdan la importancia de servir*. Penguin Random House Grupo Editorial Colombia, 2020. ISBN 958882186X,

9789588821863. <https://books.google.com.co/books?id=BxD2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Garces, Yor (2018) *plan de mejoramiento para el servicio al cliente área de operaciones en coproseguros agencia de seguros Ltda.* [Trabajo de grado, universidad tecnológico de Antioquia]  
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/373/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20PARA%20EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20AREA%20DE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gerry Johnson and Kevan Scholes, Seventh edition published (2005). Exploring Corporate Strategy  
[www.booksites.net](http://www.booksites.net).

Gobierno de España (2021). Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital - P. de la Castellana 162, C.P. 28046 Madrid, España. <https://avancedigital.mineco.gob.es/es-es/Servicios/CalidadServicio/informes/Paginas/Informes09.aspx>

Guillermo Westreicher 21 de junio, 2020. *Población*. Economipedia.com  
<https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>

Kotler, P. (2001) Dirección de mercadotecnia Análisis, planeación, implementación y control. Magister en Administración-Tiempo Parcial 29 ESAN. Recuperado de <https://es.slideshare.net/jcarreto/direccin-de-mercadotecnia-philip-kotler-62165176>

Ley N° 642 de 1995. Encargada de la regulación de las telecomunicaciones. Julio 27 de 1995. Ministerio De Obras Públicas Y Comunicaciones. Pp104-95 <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/2452/ley-n-642-telecomunicaciones>

Ley 1978 de 2019, Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones. 2019 julio 25. Adicionado por la ley 2108 de 2021. Adicionado por el decreto 658 de 2020. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones. Jefatura del Estado «BOE» núm. 114, de 10 de mayo de 2014 Referencia: BOE-A-2014-4950 <https://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-4950-consolidado.pdf>

Ley 2108 de 2021, Comisión de Regulación de Comunicaciones Decaimiento de algunas medidas regulatorias en virtud de la derogatoria expresa del Decreto 555 de 2020.  
[https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Circular\\_135\\_2021.pdf](https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Circular_135_2021.pdf)

Ley 1341 de 2009, Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Julio 2019. Congreso de la República de Colombia. Código 111711.  
<https://secretariageneral.gov.co/transparencia/normatividad/normatividad/ley-1341-2009>

Ley 241 de abril 2011, Por el cual se regula la responsabilidad por las infracciones al derecho de autor y los derechos conexos en Internet. Proyecto de Ley Derecho Autor, derechos conexos José Cuervo  
<https://www.informatica-juridica.com/proyecto-de-ley/proyecto-ley-241-derecho-autor-los-derechos-conexos-internet/>

Malaver, M (2004) *Diseño de Modelo Administrativo de la calidad en servicio post venta prestado por empresas del sector de telecomunicaciones*. [ PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD DE INGENIERÍA, Bogotá DC]  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7134/tesis171.pdf?sequence=1%20HYPERLINK%20%22https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7134/tesis171.pdf?sequence=1&isAllowed=y%22&%20HYPERLINK%20%22https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7134/tesis171.pdf?sequence=1&isAllowed=y%22isAllowed=y>

Martínez, L. (2020) Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcional. Gestión de Clientes, Hubspot <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>

McCann, Ron, (2006). *El Placer de servir con calidad: cómo triunfar en la nueva economía*. 110 p. [ISBN 9688603872] (#000025541) <https://studylib.es/doc/6430727/el-placer-de-servir-con-calidad>

Niño, y (2016), *Plan de mejoramiento para el proceso de inventario de la empresa sistemas operativos financieros SAS*  
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8654/1/2019\\_plan\\_mejoramiento\\_proceso.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8654/1/2019_plan_mejoramiento_proceso.pdf)

Pallares, A (2013, Julio 02) *La importancia de cuidar de los clientes actuales. PuroMarketing Noticias de marketing, publicidad y marcas en español.*

<https://www.puromarketing.com/13/16615/importancia-cuidar-clientes-actuales.html>

Questionpro, (2021) *sistema de las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.*

<https://www.questionpro.com/blog/es/sistema-pqrs/>

Resolución, 5050 de 2016. Diario Oficial No. 50.064 de 21 de noviembre de 2016. Esta versión no incluye las modificaciones introducidas por las Resoluciones 5031 de 2016. Por la cual se compilan las Resoluciones de Carácter General vigentes expedidas por la Comisión de Regulación Comunicaciones. <https://www.crcm.gov.co/es/pagina/resolucion-crc-5050-de-2016>

Ruralink S.A.S (2021) "Conectando el campo con el mundo" <https://ruralink.com.co/>

Sirointernet, (2021). Internet avance y progreso para todos. <https://sirointernet.com/>

Sistema Wisphuh, Redline Inc SAS <https://wisphub.net/documentacion/articulo/stock-dispositivos-de-red-272/> <https://redline.net.co>

Trujillo, M (2012) *Plan de mejoramiento en servicio al cliente con lineamientos en gestión de la Calidad.*

[Repositorio Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali]

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/2995/TAD00932.pdf;jsessionid=1F593335CD376299A4C75183BD39AAB2?sequence=1>

Uribe y Silva, (2012) *Especialización en Gerencia de mercadeo.* Universidad tecnológica de Bolívar.

<https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/340>

**Anexos**

**Anexo 1**

*Acta de Instalación*

**ACTA DE INSTALACIÓN TÉCNICA DE USO INTERNO**  
**REDLINE INC SAS**



Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_  
 Clasificación: Uso Interno

**DATOS DEL CLIENTE:**  
 Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_ CC: \_\_\_\_\_ Tel/Móvil: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ Coordenadas: \_\_\_\_\_ Plac: \_\_\_\_\_  
 WiFi CLIENTE: Usuario \_\_\_\_\_ Contraseña: \_\_\_\_\_

**FIBRA ÓPTICA**  
 IP: \_\_\_\_\_ NAP: \_\_\_\_\_ PUERTO NAP: \_\_\_\_\_  
 SEÑAL ONU: OLT R01: \_\_\_\_\_ OLT R02: \_\_\_\_\_

**RADIO ENLACE**  
 IP: \_\_\_\_\_ AP: \_\_\_\_\_ SERIAL: ~~UN/BA~~: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 ZONA: \_\_\_\_\_

REQUIERE ESCALERA: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**OBSERVACIONES:**

**EQUIPOS INSTALADOS**

TIPO DE EQUIPO	MARCA	MODELO/MAC	SERIAL	CANTIDAD
Cable				
Roseta				
Pach Cond				
Tensores				
Conectores				

<b>Carrera Drop</b>	Inicial	Final
---------------------	---------	-------

**HISTORIAL EQUIPOS INSTALADOS**

CONCEPTO	PRIMERA VEZ	CAMBIO 1	CAMBIO 2	CAMBIO 3
Mac Modem				
Serial				
Fecha instalación				
Observación				

\_\_\_\_\_  
 Firma Técnica

**Anexo 2**

*Formato de Inventario Físico y Digital*

Fecha:	lunes			martes			miércoles			jueves			viernes			sábado		
PRODUCTO	STOCK	INTRAD	SALIDA	STOCK	INTRAD	SALIDA	STOCK	INTRAD	SALIDA	STOCK	INTRAD	SALIDA	STOCK	INTRAD	SALIDA	STOCK	INTRAD	SALIDA
<b>HERRAJERIA</b>																		
Cinta Bandit	4																	
Paquete Hebillas	1																	
Helecoidaes	136																	
Soporte de buje (Platina)	95																	
Tornillos buje	64																	
Tuercas de tornillo	20																	
Tuerca de Ojo	89																	
Bujes	6																	
Trompo platino	35																	
Cornetas	2																	
<b>FIBRA</b>																		
Patch Core	161																	
Splitter 1*8 sin Conector	17																	
Splitter 1*8 con Conector	136																	
Splitter 1*4 sin Conector	4																	
Mufflas	16																	
Naps	142																	
Ont (China)	16																	
ONT (Nueva)	0																	
<b>OTROS</b>																		
Conector UPC	43																	
Conector APC	55																	
Conversor medio	2																	
Roseta	35												3					

The screenshot shows the Wisphub web application interface. At the top, a green notification bar states "Se agregó correctamente el Stock NanoBridge0M". Below this, the main heading is "Lista de Stock". A sidebar on the left contains navigation menus for Dashboard, Clientes, Finanzas, Sistema, Fichas / HotSpot, Soporte Técnico, Almacén, and Sucursales. The main content area features a table with columns: Imagen, Modelo, Marca, Disponibles, Total, and Acción. A single record is displayed for "NanoBridge0M" by Ubiquiti, with 0 available units and a total of 0. The table includes search filters for each column and a "Buscar" button. A red dashed box highlights the record row. At the bottom, it shows "Mostrando registros del 1 al 1 de un total de 1 registros" and navigation buttons for "Anterior", "1", and "Siguiete". The footer contains copyright information: "Copyright © 2021 Wisphub 13/02/2021 10:34 - EST -05:00".



#### Anexo 4

##### Encuesta Post venta

1. ¿Cómo califica la calidad de la atención recibida?

Excelente	<input checked="" type="radio"/>
Buena	<input type="radio"/>
Regular	<input type="radio"/>
Mala	<input type="radio"/>

2. ¿El personal técnico que lo visito le explico la funcionalidad de los equipos?

- Si
- No

3. ¿Cuan probable es que recomiende nuestro servicio?

Muy probable	<input checked="" type="radio"/>
Probable	<input type="radio"/>
Poco probable	<input type="radio"/>
No lo recomendaria	<input type="radio"/>

Sugerencias y/o Recomendaciones

---

Encuesta Redline- Creación propia (2021)

[https://docs.google.com/forms/d/1A7G626nDdqURt11wdE\\_eYRVBkhrDh\\_YvBQ70kyT\\_K7E/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1A7G626nDdqURt11wdE_eYRVBkhrDh_YvBQ70kyT_K7E/viewform?edit_requested=true)

## Anexo 5

*Tarjeta Cumpleaños Cliente*

