

Fase 2. Mesa de trabajo No. 1 Acercamiento al cliente potencial de la organización

Resultados encuesta de satisfacción

El apoyo brindado por el consultorio estadístico de la Universidad Santo Tomás al proyecto de grado “ Metodología para la integración de los sistemas de gestión NTC-ISO 9001:2015 y sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo en la empresa Electrocerraduras la 85 ”, desarrollado en el marco de la Maestría en calidad y gestión integral, se enfocó en hallar las herramientas necesarias para dar respuesta al objetivo específico nº1 0el cual busca establecer la metodología de integración de los sistemas de gestión adecuada al nivel de madurez de la empresa Electrocerraduras la 85.

Principalmente se busca identificar con cuales procesos y actividades propias del negocio los clientes no están satisfechos, y establecer la importancia que los mismos les dan a la hora de realizar una evaluación general de la ferretería. Para lograr lo anterior se construyó un instrumento que lograra medir lo descrito anteriormente y se realizó el correspondiente análisis.

Instrumento

El instrumento construido consta de cuatro constructos que logran acaparar todos los procesos y actividades del negocio:

- 1. Claridad de la información:** acerca de las condiciones del servicio: es importante conocer si el cliente tiene claridad acerca de los costos y cobertura de los servicios, horarios de atención, citas programadas, condiciones de pago, entre otras, debido que para la organización es importante fortalecer los lazos de comunicación.
- 2. Atención al cliente:** mide la satisfacción del cliente con respecto a la amabilidad, presentación, el respeto con que los empleados prestan sus servicios.
- 3. Producto:** mide la satisfacción del cliente en cuanto a los costos de los productos, la disponibilidad, la variedad de marcas, la garantía, el costo beneficio, entre otros, con el fin de identificar posibles problemas con el manejo de inventarios como se tenía hipótesis.
- 4. Servicios:** valora la calidad con la que se prestan los diferentes servicios ofrecidos (cerrajería, plomería y electricidad), la capacitación de los trabajadores encargados, la calidad de la herramienta, entre otra.

Estos cuatro constructos tienen una calificación asociada y a su vez evalúan diferentes atributos de interés los cuales son calificados en una escala Likert, en

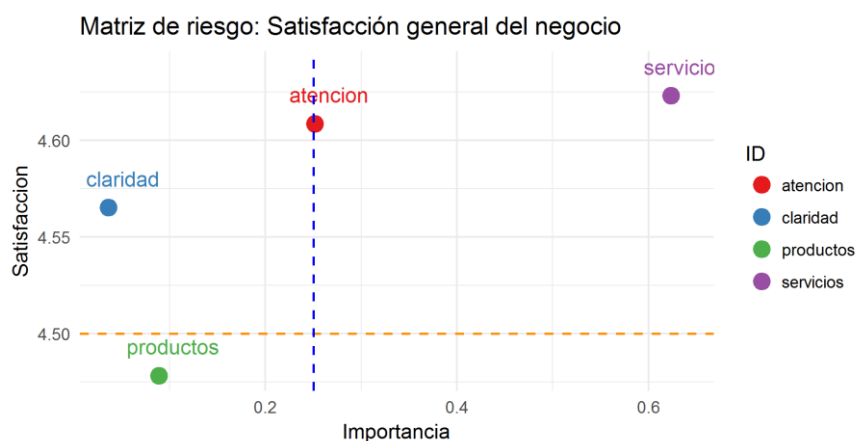
una escala de 1 a 5, siendo 1 “totalmente insatisfecho”, 2 “insatisfecho”, 3 “satisfecho”, 4 “bastante satisfecho”, 5 “totalmente satisfecho”.

Además de estos constructos, la encuesta solicita recomendaciones, se informa acerca de cómo conocieron el negocio y lo más importante realiza la calificación de la satisfacción general que cada cliente tiene con la empresa.

Para cumplir con el objetivo se tiene un universo de todos los clientes del negocio, divididos en dos clases, los de mostrador y los institucionales que son los que cuentan con una cuenta de crédito dentro del negocio. Para aplicar un instrumento se hace un censo de los clientes institucionales; y una muestra por conveniencia para los clientes de mostrador, seleccionando a los más representativos.

➤ Resultado satisfacción general del negocio

Ilustración 1 Matriz de riesgo: satisfacción general del negocio



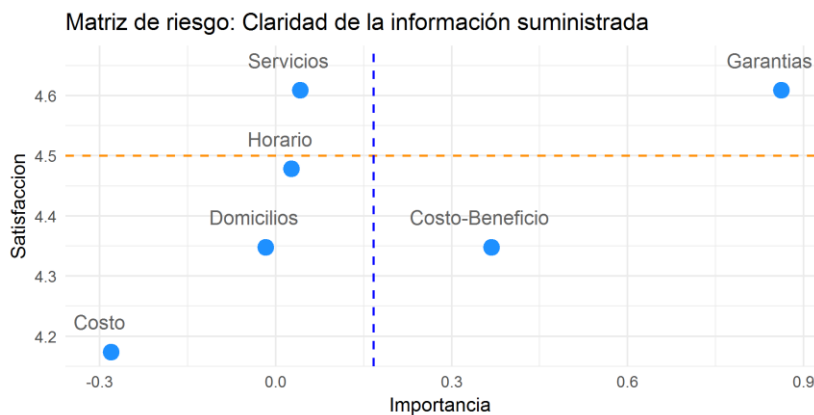
Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA.

En la matriz de riesgo de satisfacción general se puede observar que el constructo mejor calificado y de mayor importancia para los clientes es el de servicios con un resultado de satisfacción de 4.65 e importancia de 0.62, este comprende los servicios de cerrajería, plomería y electricidad, el resultado dado principalmente por la capacidad de los colaboradores al momento de prestar el servicio; el segundo mejor calificado y con una importancia media es el de atención al cliente, con un resultado de satisfacción de 4.61 e importancia del 0.25. Por otro lado los constructos con menor calificación fueron el de productos y claridad de la información.

Con el fin de determinar que atributos debería la ferretería mejorar en cada constructo se hacen las matrices de riesgo¹ para cada uno de ellos, las cuales se exponen a continuación:

➤ **Resultados constructo claridad de la información suministrada**

Ilustración 2 Claridad de la información suministrada



Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA.

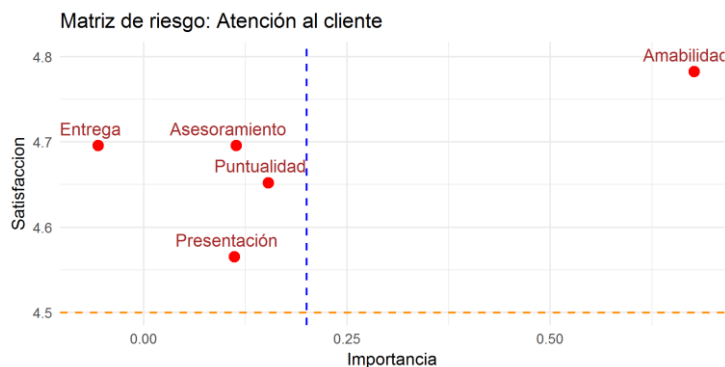
En la matriz de la claridad de la información suministrada se puede observar que los clientes califican muy bien la información sobre las garantías y los servicios que presta la ferretería; lo que indica que tienen muy clara la información, donde lo más importante para los clientes es la claridad sobre las garantías. Por otro lado la ferretería debe mejorar el suministro de la información sobre los costos de los servicios, así como la información sobre el costo beneficio de los mismos y los horarios de atención al cliente.

➤ **Resultado constructo atención al Cliente**

Ilustración 3 Atención al Cliente

¹ **Satisfacción:** siendo 1 “totalmente insatisfecho”, 2 “insatisfecho”, 3 “satisfecho”, 4 “bastante satisfecho”, 5 “totalmente satisfecho”.

Importancia: -1 a 1.

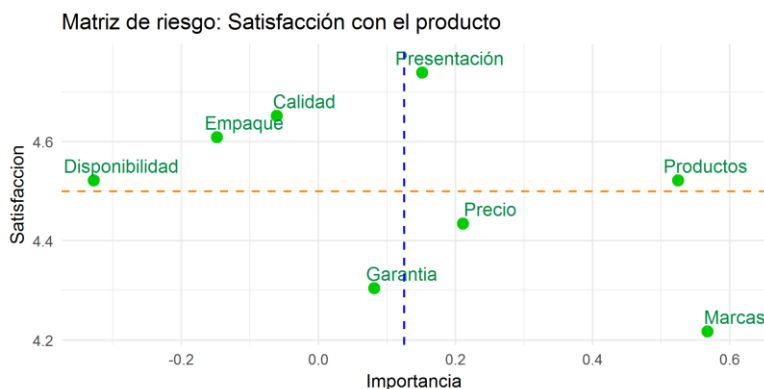


Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA

La matriz de atención al cliente en general tiene una buena calificación, donde lo más importante para los clientes es la amabilidad, el asesoramiento, la puntualidad. La presentación y entrega a domicilios, es de satisfacción para los clientes pero no se considera de gran importancia.

➤ Resultado constructo satisfacción del producto

Ilustración 4 Satisfacción del producto



Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA

En la matriz de riesgo de la satisfacción del producto se observa que para los clientes la variedad de las marcas y productos es lo mas importante con un resultado de 0.52 y 0.58 respectivamente. Se recomienda realizar una revisión de la garantía y el precio de los productos, con el objetivo de mejorar las calificaciones en próximas evaluaciones. Se observa el factor de relevancia de presentación del producto, la cual es de satisfacción para los clientes con un valor de 4.75 pero una importancia de 0.15, lo anterior se da probablemente por el cuidado que se le da a los productos.

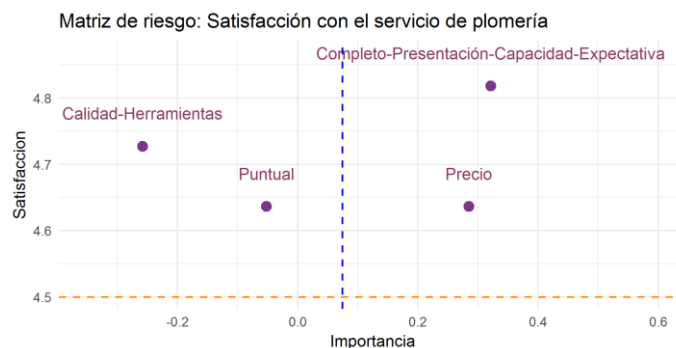
Por otro lado los atributos de calidad, empaque y disponibilidad de productos son de satisfacción para el cliente pero no tan importantes como los factores anteriormente descritos.

➤ Resultado constructo de servicios

Dado que el constructo de servicios se divide en tres, se presentan la misma cantidad de matrices de riesgo, dónde se observa:

Servicio de Plomería

Ilustración 5 Satisfacción con el servicio de plomería



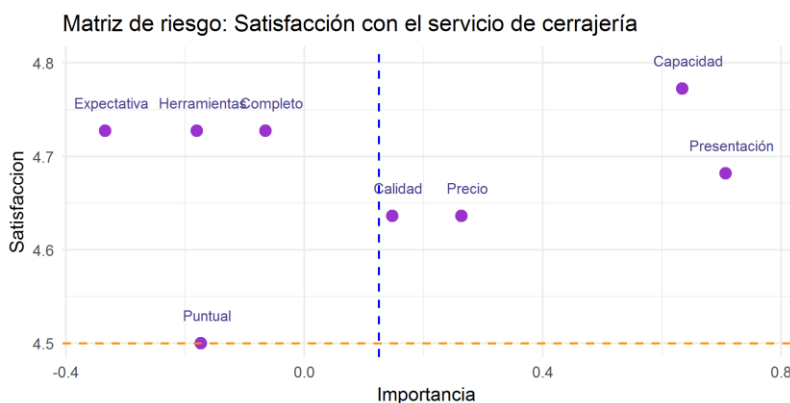
Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA

Para el servicio de plomería lo que más valoran los clientes es lo completo de la prestación del servicio con un valor de satisfacción de 4.81 e importancia de 0.31. El siguiente factor en satisfacción e importancia es el precio ofrecido con valores de 4.64 y 0.29.

Por otro lado, factores como el cumplimiento de las expectativas, la presentación y capacidad de los trabajadores están muy bien calificados. Sin embargo, el factor puntualidad, calidad del servicio y contar con las herramientas adecuadas para el servicio, se consideran menos importantes para el cliente a diferencia de los otros factores ya mencionados aunque se encuentran satisfechos.

Servicio de cerrajería

Ilustración 6 Satisfacción con el servicio de cerrajería



Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA

Para el servicio de cerrajería el aspecto a mejorar es la puntualidad en el servicio prestado, debido a la calificación de satisfacción de 4.5. Por otro lado, lo que más valoran los clientes es la capacidad del colaborador a la hora de prestar el servicio con una satisfacción de 4.78 e importancia de 0.63 y la presentación de los trabajadores con una satisfacción de 4.68 e importancia de 0.70, seguido por la calidad y el precio. Por último, la menor calificación la atribuyen a las herramientas adecuadas que usan para la prestación del servicio, probablemente a que el cliente le da mayor prioridad a la finalización exitosa del trabajo.

Servicio de electricidad

Ilustración 7 Satisfacción con el servicio de electricidad



Fuente: Elaborado por la autora y estudiantes USTA

Para el servicio de electricidad el resultado más satisfactorio y de gran importancia para los clientes es la capacidad y la presentación de los trabajadores al momento

de prestar el servicio con valores de 4.75 y 0.5. Por otra parte, los factores con menor calificación en importante es el servicio completo, la puntualidad, la calidad.