



IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS AL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
PROYECTO FIN DE MÁSTER
GESTION DE CALIDAD Y REINGENIERIA DE PROCESOS
SPRINT 6. MEMORIA

Integrantes:

María Sonia Gilba Charles
Ruth Esther Sosa Guerrero
Clara Trillo-Figueroa Calvo
José Antonio Muñoz Patino
Gabriel Alejandro Hidalgo Rosario

Tutor:

Pedro Coronado

13 de octubre 2019

Los conceptos expuestos en esta investigación son de la exclusiva responsabilidad de su(s) autor(es).

TABLA DE CONTENIDO

2.	INTRODUCCION.....	8
3.	ANTECEDENTES	8
4.	ORGANIGRAMA ACTUAL DE LA EMPRESA	9
5.	DIAGRAMA DE FLUJO ACTUAL.....	10
6.	DEFINICION DEL PROBLEMA (HIPOTESIS)	12
6.1	Identificacion Del Problema.....	12
6.2	Identificacion De Las Causas Del Problema	12
6.3	Hipotesis De La Causa Raiz.	13
7.	MODELO DE NEGOCIOS ACTUAL.....	14
8.	VALIDACIÓN MODELO DE NEGOCIO (HECHOS).....	15
8.1	Problemas identificados.	15
8.2	Hechos Observados.	15
8.3	Modo De Procedimiento.....	16
8.4	Analisis Sobre El Propietario	16
8.5	Analisis De Los Clientes	17
8.6	Análisis Sobre La Calidad Del Servicio.....	17
8.7	Analisis De Los Clientes Prospectos	18

9.	ANALISIS Y DIAGNOSTICO, PLAN ESTRATEGICO Y PLAN DE ACCION	18
9.1	Analisis Y Diagnostico	18
9.2	Plan Estrategico	19
9.3	Plan De Accion	19
9.4	Propuesta Mision, Vision Y Valores	22
9.5	Identificacion Del Mapa De Procesos Propuesto.....	23
9.6	Recursos Fisicos Necesarios.....	23
9.7	Organigrama Propuesto	24
9.8	Recursos Humanos Necesarios.....	25
9.9	Diagrama De Flujos Según Propuesta.....	27
10.	PROPUESTA DE SOLUCION	29
11.	ACCIONES DE COMERCIALIZACION	33
11.1	Cuanto Nos Cuesta Todo Esto	34
11.2	Costo De La Inversión	34
12.	OPTIMIZACIÓN DE RESULTADOS	35
12.1	Cuadro de Mando Integral.....	35
12.2	Definición Cuadro de Mando Integral	35
12.3	Costo de la inversión.....	36
12.4	Costo de la Inversión	37

12.5	Indicadores Financieros	37
	Resumen Ejecutivo	39

TABLA DE IMAGENES

Ilustración 1	Organigrama Actual de la Empresa.....	9
Ilustración 2	Diagrama de Flujo Actual.....	10
Ilustración 3	Diagrama de Flujo Actual.....	11
Ilustración 4	Diagrama de causa-efecto problemas.....	12
Ilustración 5	Modelo de Negocios Actual	14
Ilustración 6	NPS Actual de la Empresa.....	17
Ilustración 7	Modelo de Negocios Propuesto.....	19
Ilustración 8	Gestión del Tiempo.....	21
Ilustración 9	Imágenes ilustrativas.	24
Ilustración 10	Organigrama Propuesto de la Empresa	24
Ilustración 11	Diagrama de Flujo Propuesto	27
Ilustración 12	Diagrama de Flujo Propuesto	28
Ilustración 13	Icono de la aplicación.....	29
Ilustración 14	Pantallas de Acceso	30
Ilustración 15	Registro de Usuario.....	30
Ilustración 16	Selección de Inmobiliario.....	31
Ilustración 17	Estimación de Presupuesto.....	31
Ilustración 18	Seguimiento a solicitudes	32
Ilustración 19	Encuestas de Satisfacción	32

Ilustración 20 Pantalla de cierre	33
Ilustración 21 Proyección de los Estados Financieros	38

TABLA DE ANEXOS

Figure 1 Encuesta Satisfacción del Cliente Post Servicios.	46
Figure 2 Encuesta de estudio de Mercado Potencial	57
Figure 3 Entrevista al propietario.	67

1. EQUIPO DEL PROYECTO

Nuestro proyecto consiste en la implementación de mejoras al proceso de prestación de servicio al cliente, implementando en la empresa recursos tecnológicos que incrementen la satisfacción de estos, y a su vez mejorar la imagen corporativa.

El equipo de este proyecto está compuesto por profesionales capacitados en diferentes ramas, enfocados en un objetivo principal, "La Satisfacción del Cliente".



Clara Trillo

Española

Ingeniera Química con más de 10 años de experiencia en energías renovables.



Ruth Esther Sosa

Dominicana

Licenciada en Administración de Empresas

Auditor Senior, Banreservas, Republica Dominicana



María Sonia Gilba

Dominicana

Ingeniera Industrial con experiencia en procesos productivos y de servicio, encargada de procesos de IDOPPRIL, Republica Dominicana.



Gabriel Hidalgo

Dominicano

Ingeniero Industrial con más de 5 años de experiencia en documentación y mejora de procesos en el sector financiero.



José Antonio Muñoz Patino

Español

Ingeniero industrial con larga experiencia en producción aeronáutica.

2. INTRODUCCION

J. Gentle Van Lines Es una empresa que brinda servicios de mudanza en 48 estados de los Estados Unidos, tiene un tiempo establecida de diez (10) años.

Su fuente de ingresos proviene de clientes que solicitan los servicios de mudanzas. También perciben ingresos brindando servicios tercerizados de mudanzas a otras compañías que no tienen disponibilidad de camiones o choferes.

La compañía cuenta con un tráiler con capacidad para 4,200 pies cúbicos, en los casos de mudanzas menores renta camiones más pequeños a otras compañías para brindar el servicio.

3. ANTECEDENTES

La empresa en la actualidad tiene tercerizado el 98% de los servicios que ofrece de la siguiente manera:

- **Leads Providers (Proveedores de Servicios):**

Marketing (servicio tercerizado) el cual se encarga de dar seguimiento a las búsquedas de servicios de mudanzas por parte de los clientes prospectos en la web, toman los datos de correo electrónico de los mismos y los remite a los Vendedores. Estos reciben un pago entre \$500 a \$1,000 dólares a la semana, el cual está sujeto a discreción del gerente en función de sus ingresos semanales.

- **CEOS (Representantes de Ventas):**

Reciben la información de los clientes prospectos por parte de los Leads Providers (Proveedores de Servicios), contactan al cliente para realizar la venta del servicio, toman los datos del servicio, informan al cliente sobre el costo de este, agendan la fecha y posteriormente remite la información al Gerente de la empresa a través de una aplicación llamada EMOVING. Este servicio tercerizado tiene un costo del 16% del valor de la mudanza vendida.

- **FOREMAN (Personal de Mudanza):**

Personas que dan la cara al cliente, llevan los contratos y además ofrecen servicios adicionales a los clientes tales como materiales para empaques, servicios de empaques entre otros. Además, se encarga de gestionar los ayudantes para realizar la carga de los efectos a transportar. Este servicio tercerizado tiene un costo del 12% del total cobrado por el servicio de mudanza.

4. ORGANIGRAMA ACTUAL DE LA EMPRESA

A continuación, se muestra el organigrama que posee la empresa J. Gentle Van Lines en la actualidad:

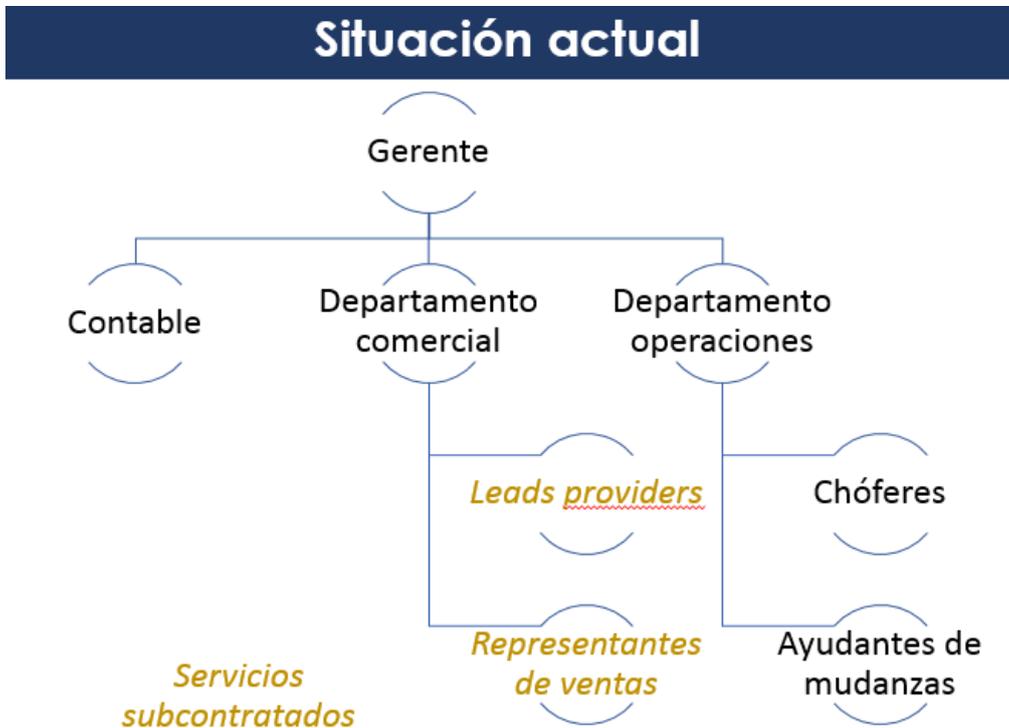


Ilustración 1 Organigrama Actual de la Empresa

5. DIAGRAMA DE FLUJO ACTUAL

A continuación, se muestra el diagrama de flujo de los procesos que posee la empresa J. Gentle Van Lines en la actualidad:

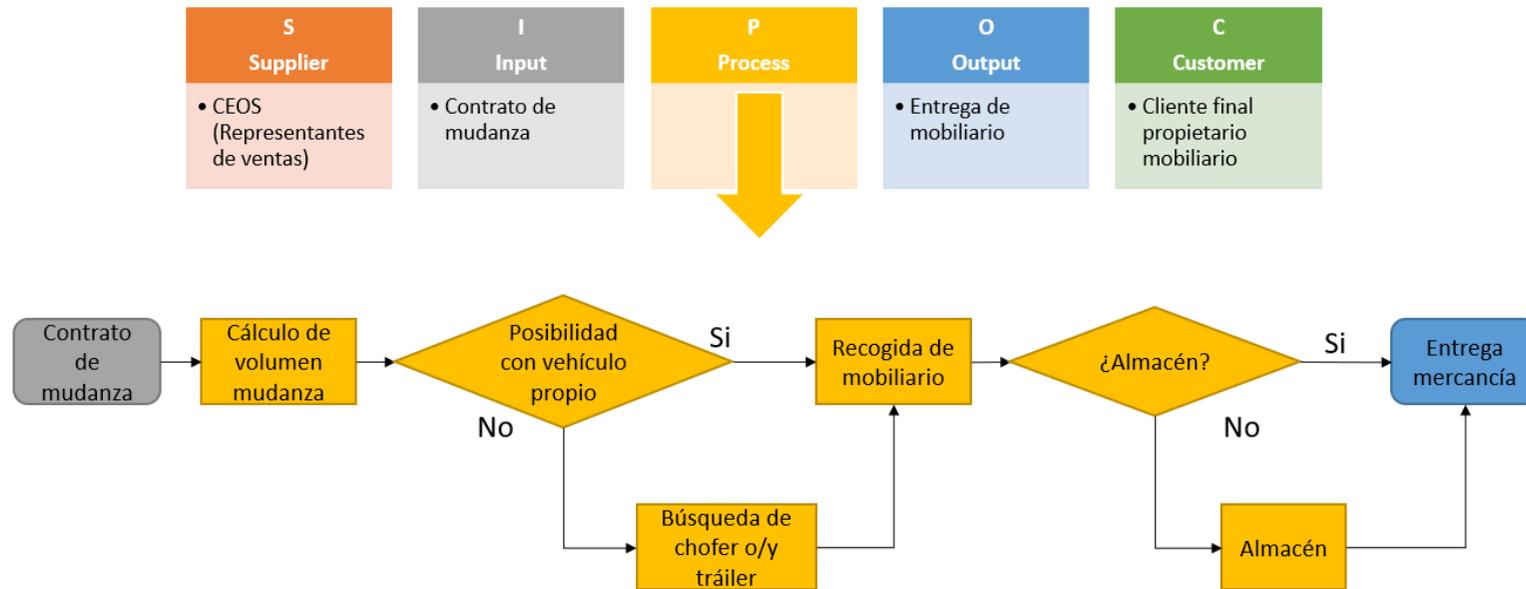


Ilustración 2 Diagrama de Flujo Actual

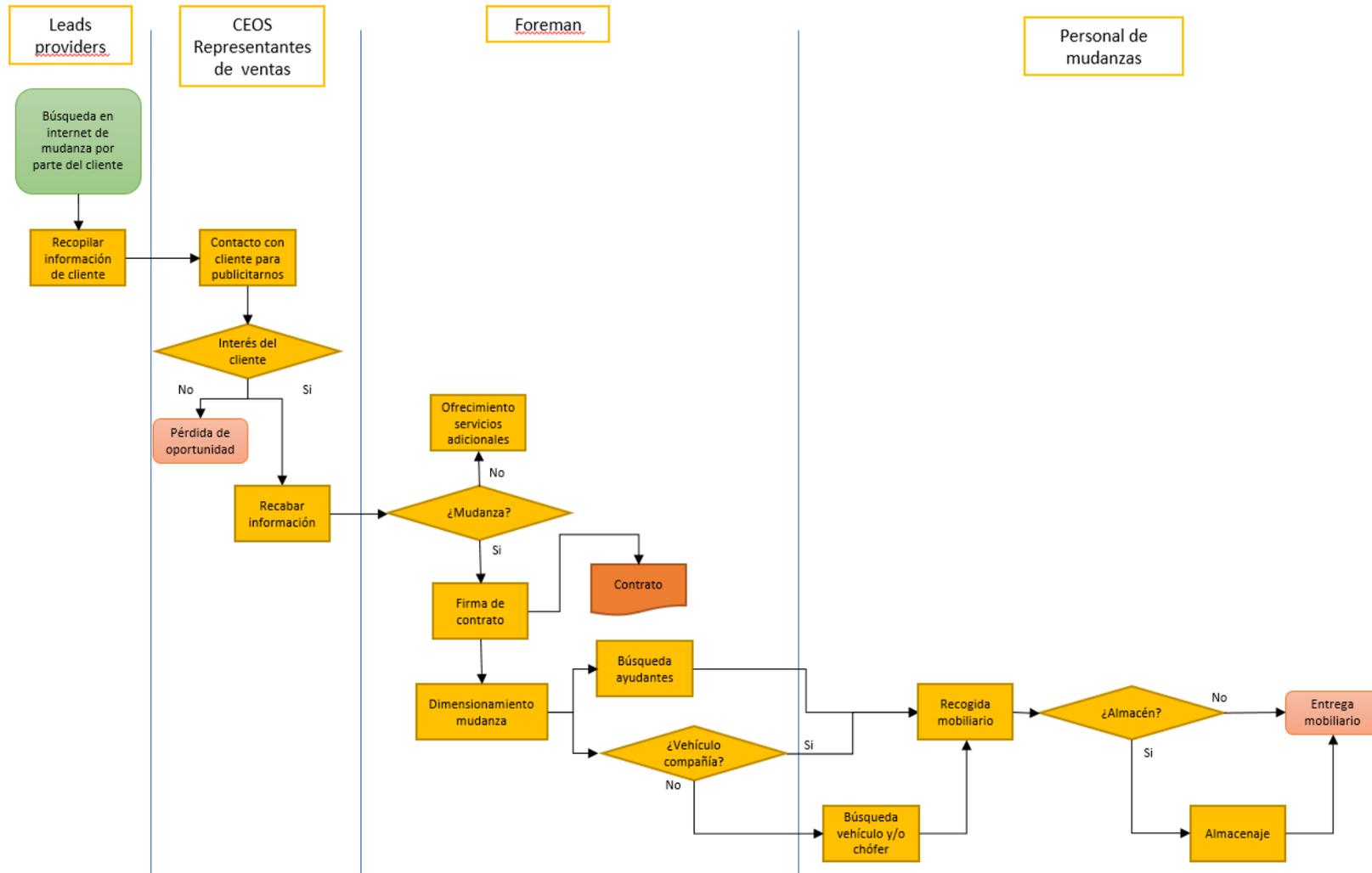


Ilustración 3 Diagrama de Flujo Actual

6. DEFINICION DEL PROBLEMA (HIPOTESIS)

6.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

La empresa ha estado presentando una reducción en las ventas debido a las constantes quejas presentadas por los clientes a través de las redes sociales, a consecuencias de inconformidad en el servicio que reciben, esto ha afectado la imagen de esta.

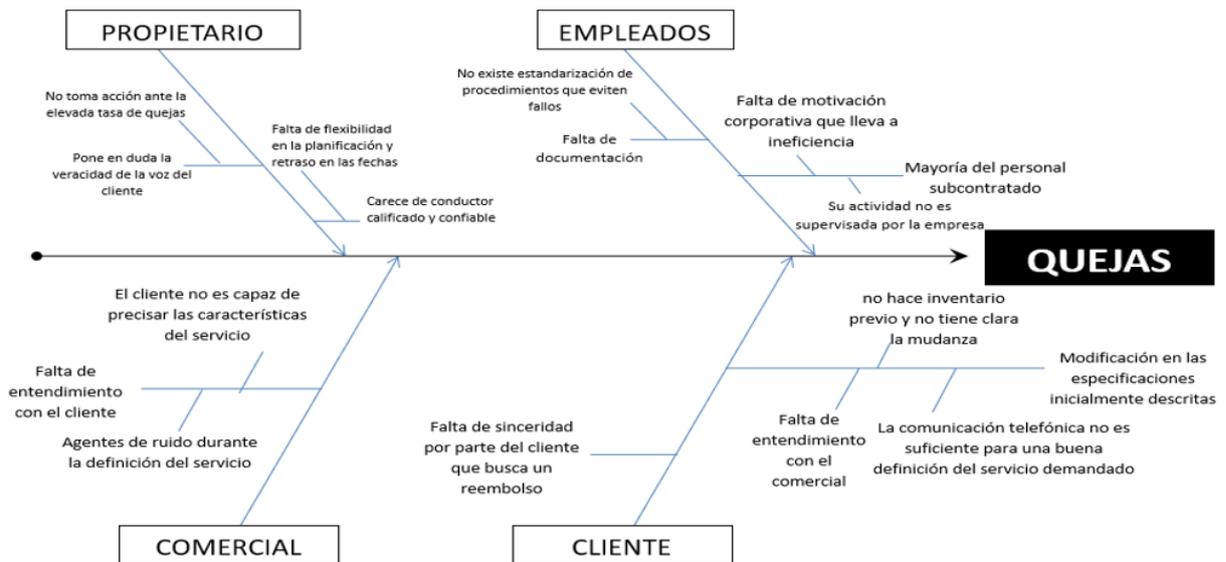


Ilustración 4 Diagrama de causa-efecto problemas.

6.2 IDENTIFICACION DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA

De acuerdo con la información recabada en la web, redes sociales, encuestas realizadas a los clientes y personal de la empresa, se identificaron los siguientes puntos:

- La información suministrada a los clientes por parte de los vendedores no coincide con el resultado del servicio que recibe finalmente.
- Se presentan reclamos debido a impuntualidad en el servicio
- Inconsistencia en el costo informado al cliente en relación con el costo cobrado al finalizar el servicio
- Falta de confirmación de las dimensiones de los efectos a trasladar.

6.3 HIPOTESIS DE LA CAUSA RAIZ.

- El Gerente es quien está a cargo del seguimiento de todos los procesos incluyendo el traslado de las mudanzas ya que en la actualidad carece de chofer calificado para operar.
- La empresa carece de una oficina establecida, la misma está ubicada en la vivienda del gerente en una habitación debidamente equipada.
- No se observa llenado de encuestas de satisfacción al cliente posterior a brindar el servicio.
- La empresa paga a una compañía para el manejo de los comentarios y opiniones de los clientes, no obstante, dicha compañía no tiene el manejo de los casos específicos reportados en las redes, por tal razón la defensa de sus puntos no es objetiva.
- El Gerente carece de tiempo para dar seguimiento y respuestas a los comentarios en las redes.
- El Gerente atiende reclamos directos por parte de los clientes, responde inquietudes, registra los ingresos y gastos de la compañía, etc.,
- La empresa realiza devolución de efectivo en caso de que algún reclamo proceda en favor del cliente, aunque no posean la debida documentación soporte.

7. MODELO DE NEGOCIOS ACTUAL

A continuación, se muestra el modelo de negocios que posee la empresa J. Gentle Van Lines en la actualidad:



Ilustración 5 Modelo de Negocios Actual

8. VALIDACIÓN MODELO DE NEGOCIO (HECHOS)

8.1 Problemas identificados.

La empresa presenta una reducción en las ventas debido a las constantes quejas de los clientes a través de las redes sociales, no conformes con el servicio que reciben que está afectando a la imagen de esta.

De acuerdo con la información recabada en la web, redes sociales, encuestas realizadas a los clientes y personal de la empresa, se identificaron los siguientes inconvenientes en la prestación del servicio:

- La información suministrada a los clientes por parte de los vendedores no coincide con el resultado del servicio que recibe finalmente.
- Se presentan reclamos debido a impuntualidad en el servicio.
- Inconsistencia en el costo informado al cliente en relación con el costo cobrado al finalizar el servicio.
- Falta de confirmación de las dimensiones de los efectos a trasladar.

8.2 HECHOS OBSERVADOS.

A continuación, se establecen los hechos que pudimos constatar a través del levantamiento de información realizado:

- El propietario está a cargo del seguimiento de todos los procesos incluyendo el traslado de las mudanzas ya que en la actualidad carece de chofer calificado para operar.
- La empresa carece de una oficina establecida. La misma está ubicada en la vivienda del propietario en una habitación debidamente equipada.
- No se observa llenado de encuestas de satisfacción al cliente posterior a brindar el servicio.
- La empresa paga a una compañía para el manejo de los comentarios y opiniones de los clientes, no obstante, dicha compañía no tiene el manejo de los casos específicos reportados en las redes, por tal razón la defensa de sus puntos no es objetiva.
- El propietario carece de tiempo para dar seguimiento y respuestas a los comentarios en las redes.
- El propietario atiende reclamos directos por parte de los clientes, responde inquietudes, registra los ingresos y gastos de la compañía, etc.
- La empresa realiza devolución de efectivo en caso de que algún reclamo proceda en favor del cliente, aunque no posean la debida documentación soporte.

8.3 MODO DE PROCEDIMIENTO

Para poder confirmar las hipótesis planteadas se han realizado los siguientes procedimientos:

- Análisis de las quejas que han publicado en redes sociales los clientes.
- Análisis del procedimiento de trabajo de la empresa.
- Encuestas: Al propietario de la compañía, a clientes de la empresa y a clientes potenciales.
- De acuerdo con las informaciones recompiladas, se procedió a realizar el siguiente análisis por cada sector:
 - Propietario
 - Cliente.
 - Comercial
 - Empleados

8.4 ANALISIS SOBRE EL PROPIETARIO

Durante la entrevista pudimos observar como el propietario no tiene inculcada la importancia de la voz del cliente, y cree que las quejas y reclamaciones provienen por parte de clientes aprovechados que quieren el reembolso del servicio.

Además, tal como recoge en la encuesta, confirmamos que no tiene ningún tipo de sistema de gestión de para el manejo de las reclamaciones de los clientes. **Ver anexo I.**

Por otro lado, verificamos que la empresa no dispone de una infraestructura propia para brindar servicios, en adición, posee un bajo control sobre los servicios subcontratados (Proveedores de Servicios, Vendedores y Personal de Mudanza) en adición, carece de conductores cualificados para brindar los servicios de transporte.

De acuerdo con las informaciones identificadas, confirmamos las siguientes hipótesis planteadas anteriormente:

- El propietario está a cargo del seguimiento de todos los procesos incluyendo el traslado de las mudanzas ya que en la actualidad carece de chofer calificado para operar.
- La empresa carece de una oficina establecida. La misma está ubicada en la vivienda del propietario en una habitación debidamente equipada.
- El propietario carece de tiempo para dar seguimiento y respuestas a los comentarios en las redes.
- El propietario atiende reclamos directos por parte de los clientes, responde inquietudes, registra los ingresos y gastos de la compañía, etc.
- La empresa realiza devolución de efectivo en caso de que algún reclamo proceda en favor del cliente, aunque no posean la debida documentación soporte.

8.5 ANALISIS DE LOS CLIENTES

De acuerdo con las informaciones identificadas, confirmamos las siguientes hipótesis planteadas anteriormente:

- No se observa llenado de encuestas de satisfacción al cliente posterior a brindar el servicio.
- La empresa paga a una compañía para el manejo de los comentarios y opiniones de los clientes, no obstante, dicha compañía no tiene el manejo de los casos específicos reportados en las redes, por tal razón la defensa de sus puntos no es objetiva.
- El propietario carece de tiempo para dar seguimiento y respuestas a los comentarios en la web y las redes sociales.
- El propietario atiende reclamos directos por parte de los clientes, responde inquietudes, registra los ingresos y gastos de la compañía, etc.
- Los clientes desean un servicio de mudanza con calidad en el servicio, puntualidad, organizado y eficiente.

8.6 ANÁLISIS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Para evaluar la calidad del servicio brindado por la empresa, y el grado de satisfacción de los clientes, durante el período enero-junio 2019, se realizó una encuesta a un segmento de veinte (20) servicios de mudanzas realizadas en el referido período, de las cuales fueron respondidas catorce (14) para un 70% de la muestra seleccionada.

Los resultados se describen a continuación:



Ilustración 6 NPS Actual de la Empresa

8.7 ANALISIS DE LOS CLIENTES PROSPECTOS

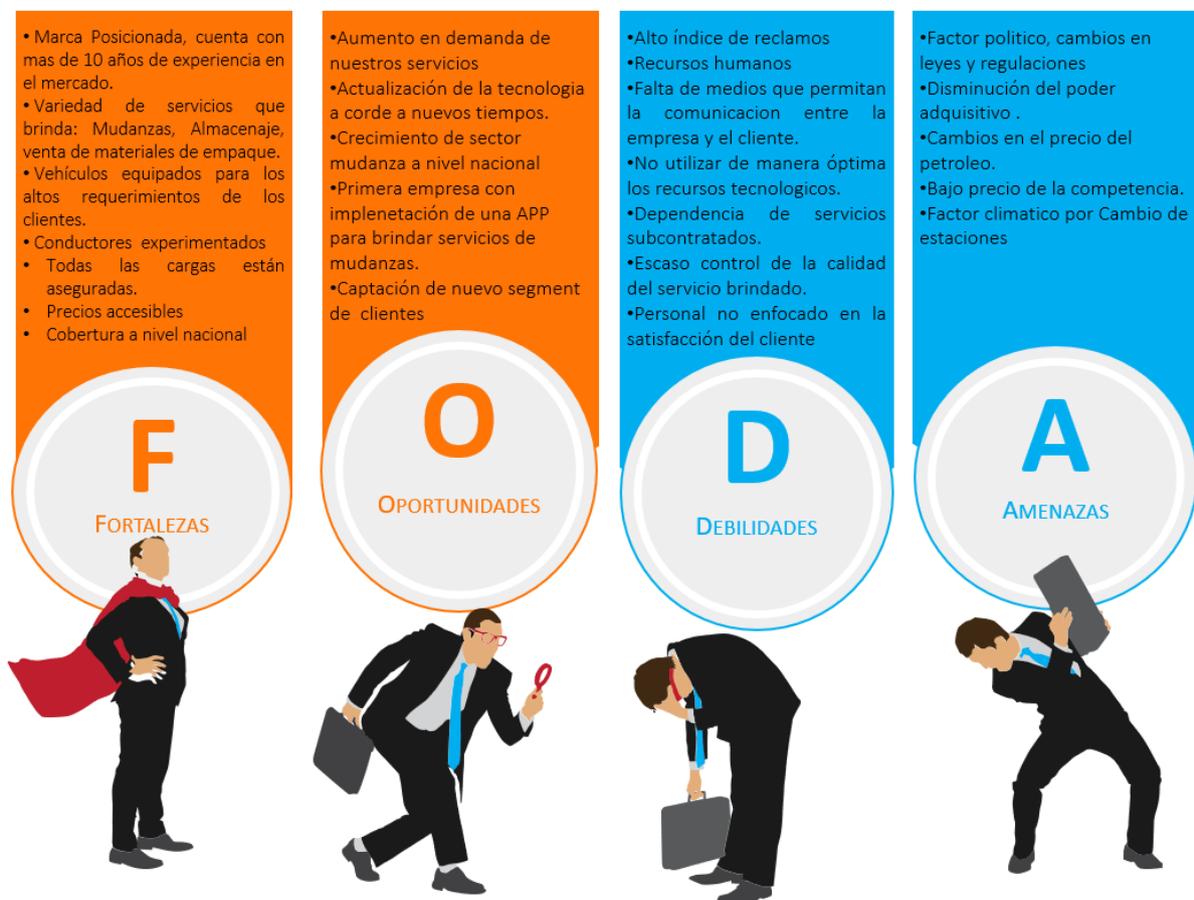
Según análisis de encuestas realizadas a clientes prospectos sobre la deseabilidad de los servicios que brindamos, se determinó que los aspectos más importantes para ellos son los siguientes:

- Que empaquen y desempaquen los bienes (x6)
- Seguridad (x6)
- Cuidado con el mobiliario (x5)
- Calidad servicio (x2)
- Puntualidad (x2)
- Organización (x2)
- Eficiencia (x2)
- Poca preocupación para el cliente (x2)
- Rapidez
- Buen servicio

9. ANALISIS Y DIAGNOSTICO, PLAN ESTRATEGICO Y PLAN DE ACCION

9.1 ANALISIS Y DIAGNOSTICO

A continuación, se muestra el FODA identificados en la empresa J. Gentle Van actualmente:



9.2 PLAN ESTRATEGICO

Propuesta Modelo de Negocios Canvas				
<p>8. Socios Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> Proveedor de servicios de información Representante de Ventas Choferes de Mudanzas Otras Compañías de Mudanzas 	<p>7. Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> Servicio de transporte de mudanzas Ventas de materiales para empaque Servicio de empaque para mudanzas Traslado de artículos con peso mayor a 200 libras 	<p>1. Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> Mejorar la calidad del servicio Aumento de las ventas Reducir costos Incrementar los ingresos Establecer controles en las operaciones Establecer KPIS 	<p>4. Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> Vía telefónica Página Web APP Personal 	<p>2. Segmento de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> Personas con intensiones de mudarse a otro lugar Personas con necesidad de trasladar artículos con peso mayor a 200 libras Personas con intensión de almacenar efectos por corto tiempo
<p>9. Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> Pagos a Proveedores de servicios de información Implementación y Mantenimiento APP Contador Pólizas de seguro compañía Póliza de seguros vehículos Combustible Registración anual de vehículos (placa) Contenedores Pago a Choferes Pago ayudantes Pago de Impuestos 		<p>5. Fuente de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Monto cobrado por servicios de mudanzas a clientes directos Servicios tercerizados prestados a otras compañías de mudanzas Ventas de materiales para empaque de mudanzas Alquileres de espacios (Contenedores) 		

Ilustración 7 Modelo de Negocios Propuesto

9.3 PLAN DE ACCION

A continuación, se detallan una serie de tareas que serán implementados como parte del plan de acción de la empresa j. Gentle van lines en la actualidad:

1) Alcance

El Proyecto inicia con la propuesta de la APP hasta la implementación de esta, abarcando desde las operaciones realizadas por los Proveedores de servicios, hasta la de entrega de las mudanzas a su destino.

2) Actividades y Tareas

Las actividades y tareas que se llevaran a cabo consisten en la creación e implementación de una APP, actualización de la página Web conteniendo un enlace para acceder a la aplicación, así como el establecimiento de la Misión, Visión y Valores, creación de cuentas en las principales Redes Sociales y contratación de personal fijo para dar seguimiento a las solicitudes, servicios y manejo de quejas.

3) Talento Humano

En adición al personal actual con que cuenta la empresa y los servicios tercerizados que utiliza, para llevar a cabo las operaciones con la nueva modalidad, se requerirá la contratación de un Representante de Servicio al Cliente, un Asistente Administrativo y dos choferes.

4) Recursos Físicos

En cuanto a los recursos físicos a utilizar, se requerirá un local con una oficina y dos caunteres equipados en su totalidad, Contenedores para mudanzas, Garajes y para Camiones.

5) Gestión del Tiempo

El proyecto esta propuesto llevarse a cabo en un periodo de cinco (5) meses iniciando el 02-11-2019 y finalizando el 02-04-2020.

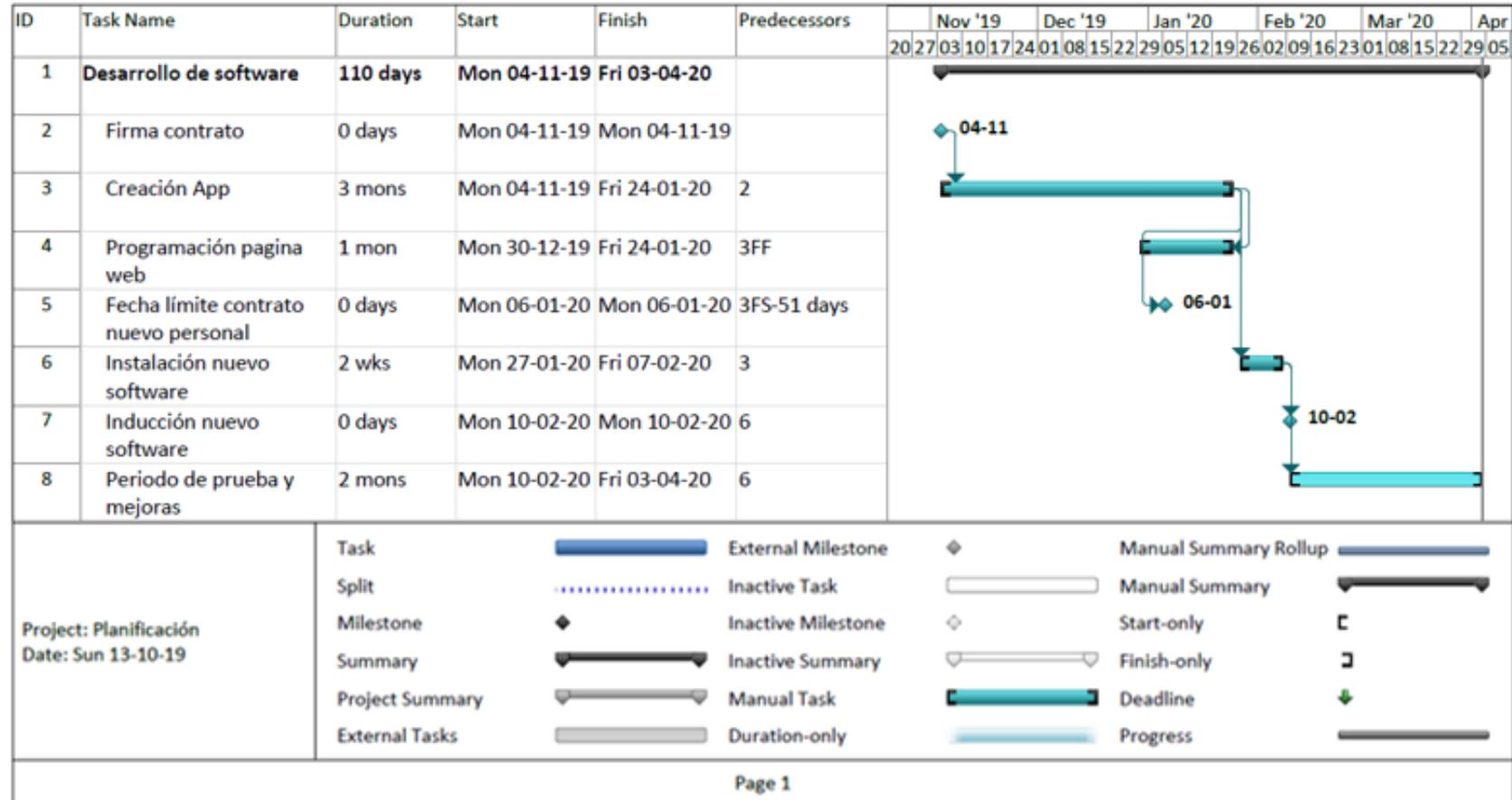


Ilustración 8 Gestión del Tiempo

9.4 PROPUESTA MISION, VISION Y VALORES

Mision

Proporcionar un servicio de transporte de mudanzas altamente competitivo, brindando atención personalizada a nuestros clientes, atendiendo sus necesidades, asesorándolos y siendo parte de su solución para el transporte de sus mercancías.

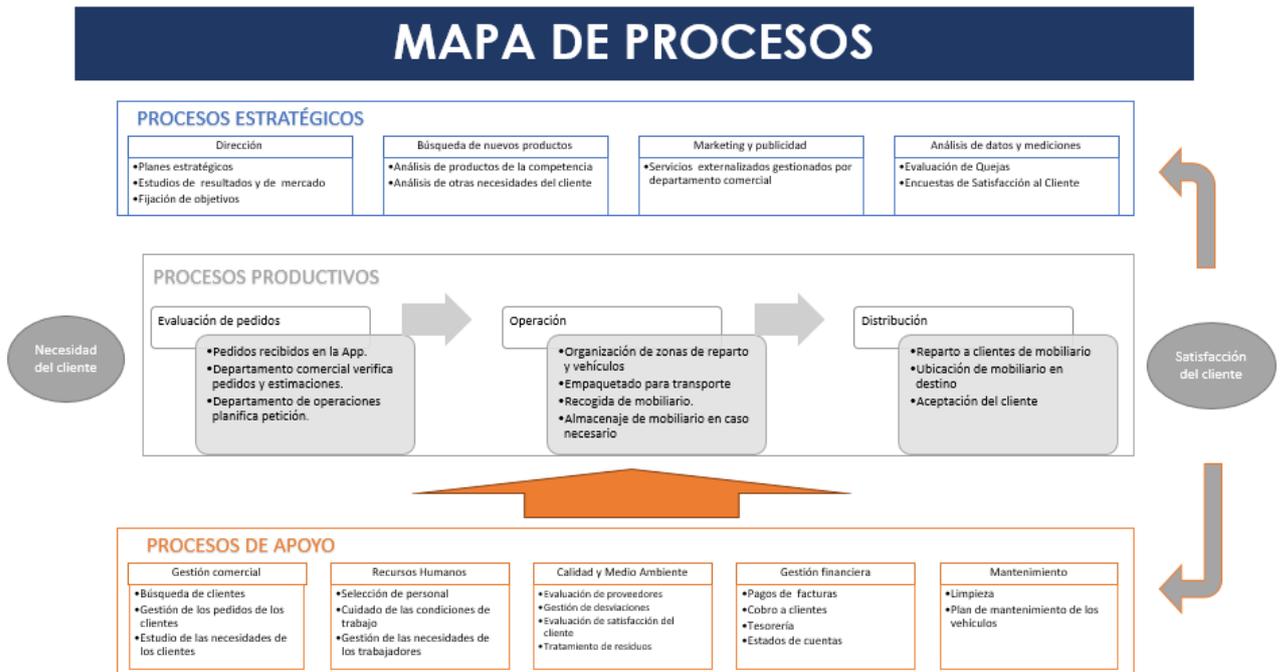
Vision

Ser reconocidos por nuestros valores, por gestión y liderazgo nos convierta en la compañía de transporte de mudanzas más competitiva a nivel de personal y servicio, cuya capacidad, Estados Unidos.

Valores

- **Responsabilidad:** En nuestro trabajo, aplicando la seguridad necesaria a los efectos que transportamos, asegurando la puntualidad que requieren nuestros clientes.
- **Profesionalidad:** Incorporando experiencias e innovación en nuestros procesos para satisfacer de forma cada vez más efectiva y eficaz las necesidades de nuestros clientes.
- **Respeto:** A los clientes y sus pertenencias, al equipo que compone la empresa y nuestros asociados.
- **Honestidad:** En la venta de nuestros servicios, justificando el precio que el cliente ha pagado y no se sienta engañado.

9.5 IDENTIFICACION DEL MAPA DE PROCESOS PROPUESTO



9.6 RECURSOS FISICOS NECESARIOS

Los recursos físicos necesarios para la implementación de mejoras propuestas son los siguientes:

- **Contenedores:** Destinados a ser espacio de almacenaje para renta.
- **Oficina:** Equipada para alojar al personal de servicio, ventas y gerente
- **Camiones:** Para brindar los servicios de transporte de mudanzas
- **Garajes:** Destinados para guardar los trailers o camiones de mudanzas



Ilustración 9 Imágenes ilustrativas.

9.7 ORGANIGRAMA PROPUESTO

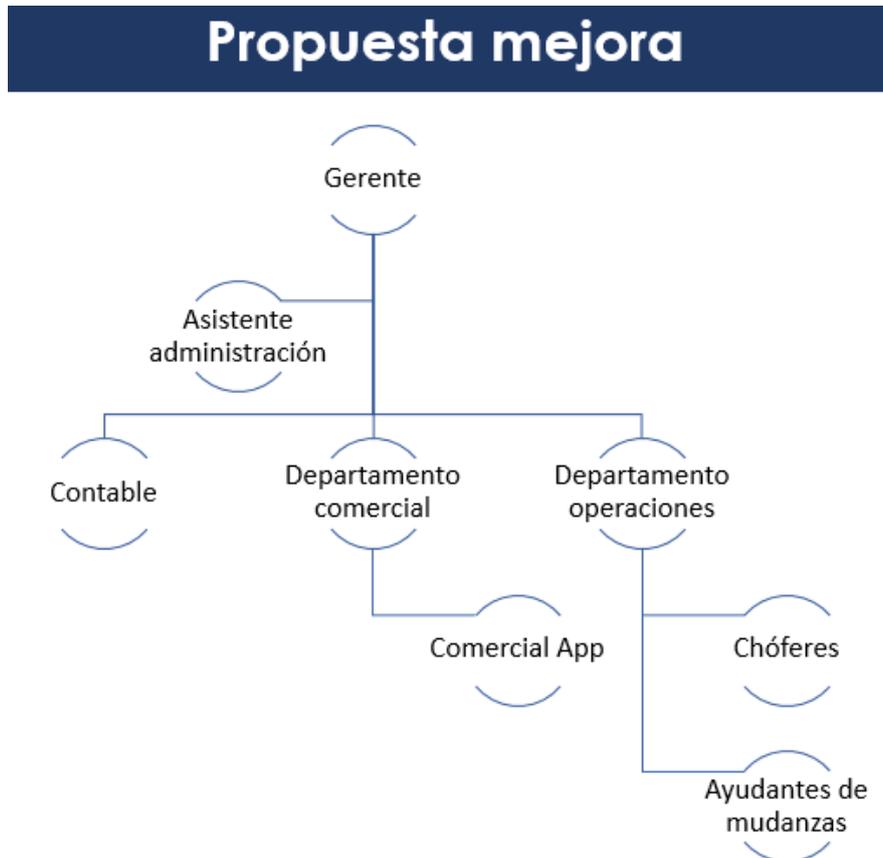


Ilustración 10 Organigrama Propuesto de la Empresa

9.8 RECURSOS HUMANOS NECESARIOS

Gerente General

Funciones:

- Supervisar las actividades generales de la empresa, tanto operacionales como financieras
- Seleccionar el personal que labora en la misma
- Asigna los choferes destinados a brindar los servicios de mudanzas
- Confirmar la recepción de los pagos recibidos por servicios
- Analizar los resultados de las encuestas de satisfacción
- Monitorea las actividades de los servicios tercerizados.

Asistente Administrativo

Funciones:

- Organizan los envíos, el manejo, el almacenamiento y el transporte de mercancías
- Proporcionan servicios logísticos
- Identifican las rutas adecuadas y la disponibilidad de Camiones
- Elaboran horarios y se ocupan de las formalidades
- Asignan tarjetas de crédito para fines de suministro de combustible
- Lleva el control del mantenimiento de los camiones, pagos de seguro y permisos para circular
- Realizan liquidación de gastos de viajes

Representante de Servicio al Cliente

Funciones:

- Recibe desde los proveedores de servicios, las informaciones de contacto de los clientes prospectos,
- Remite correo masivo de promoción de la empresa a los mismos
- Monitorea las redes sociales
- Remite al Gerente las informaciones o reportes de servicios no conformes reportados

- Brinda asistencia telefónica o vía correo electrónico a los clientes

Choferes

Funciones:

- Recibe asignación de servicio por parte del Gerente
- Realiza el traslado de las mudanzas según requerimiento, en combinación con los ayudantes de mudanzas
- Brindar servicios de instalación de los efectos en su lugar de destino.

Ayudantes de mudanzas

Funciones:

- Cargar y descargar los efectos a trasladar
- Brindar asistencia a los clientes según sus necesidades

Contador

Funciones:

- Documentar informes financieros para el Gerente
- Revisar los libros contables
- Analizar las ganancias y los gastos
- Elaborar el balance de los libros financieros
- Redactar informes sobre el estado financiero

9.9 DIAGRAMA DE FLUJOS SEGÚN PROPUESTA

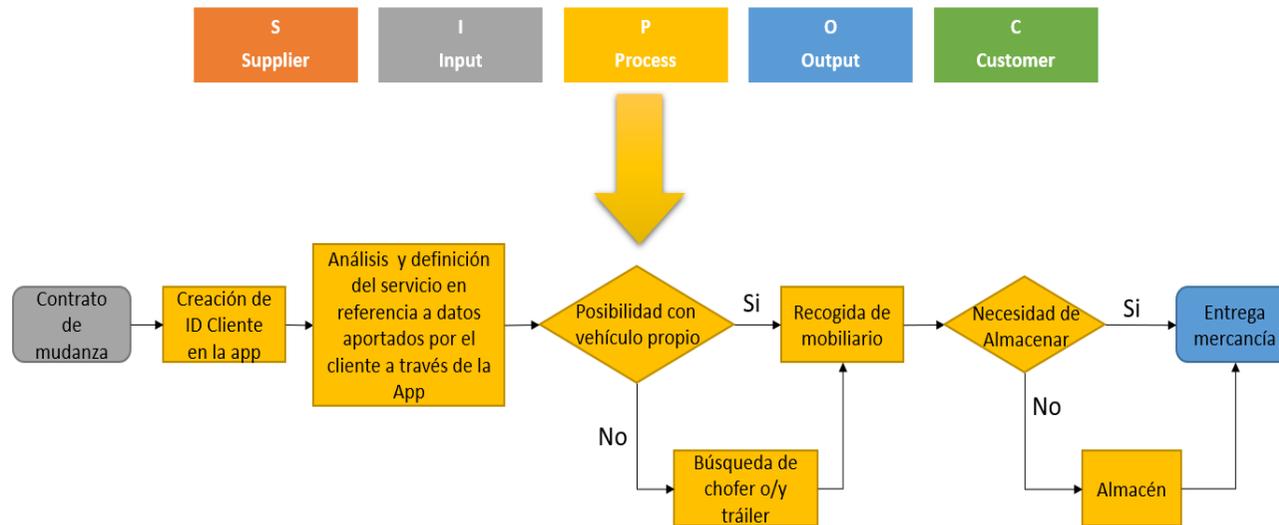


Ilustración 11 Diagrama de Flujo Propuesto

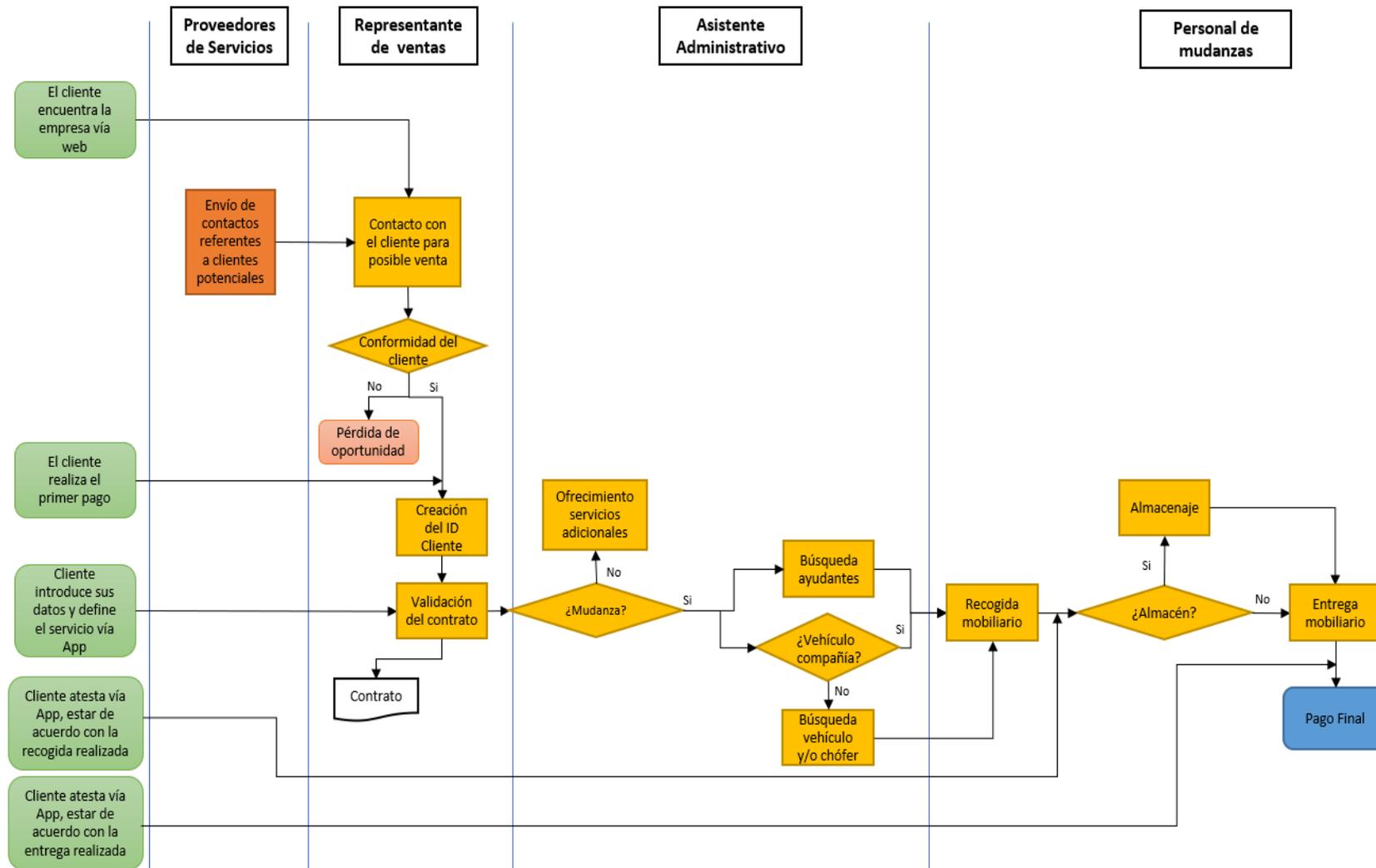


Ilustración 12 Diagrama de Flujo Propuesto

10. PROPUESTA DE SOLUCION



Como núcleo de la propuesta, J. Gentle Van Lines brindará a sus clientes una plataforma tecnológica, MUDAAPP, de fácil uso e interacción para los usuarios y que tiene como propósito principal, gestionar los servicios solicitados por el cliente, siendo el mismo cliente el encargado de definir el servicio en referencia a la mercancía a transportar, fechas, localizaciones, etc. evitándose así incómodas confusiones que podrían dañar la satisfacción del cliente.

Mediante la App también tendrán acceso a un catálogo de precios en función del servicio seleccionado, obteniéndose una estimación del coste final de la mudanza.

Además, el cliente podrá formalizar el contrato y ver el estado del servicio contratado cómodamente de forma digital desde su móvil.

Aunque quizás lo más destacado de esta nueva herramienta es que la empresa obtiene una trazabilidad total del servicio, desde su contratación hasta la entrega de la mercancía, recogiendo la aceptación del cliente en varios puntos durante el curso del servicio, así como posibles incidencias.

Esto facilitará la gestión de quejas en la empresa, así como reducir el número de devoluciones que esta se ve obligada a pagar a antiguos clientes.

La nueva herramienta, **MUDAAPP**, comprende además entre sus funciones: la oferta de los servicios, cumplimentación de formularios de solicitudes, definición de la mercancía y determinación de las fechas. Estas tareas en concreto eran delegadas en la persona del Ayudante de Mudanza quien cobraba por ellas, pero a partir de esta propuesta el porcentaje de este se verá reducido en función de sus responsabilidades, generándose beneficios para la empresa.

De la misma manera está propuesta también contempla la baja del servicio subcontratado de CEOS como representante de ventas por similitud de tareas con la App, e incorporar una persona a la plantilla de la empresa, que resulta más rentable teniendo en cuenta que el porcentaje de CEOS sobre la venta total era alto.



Ilustración 13 Icono de la aplicación

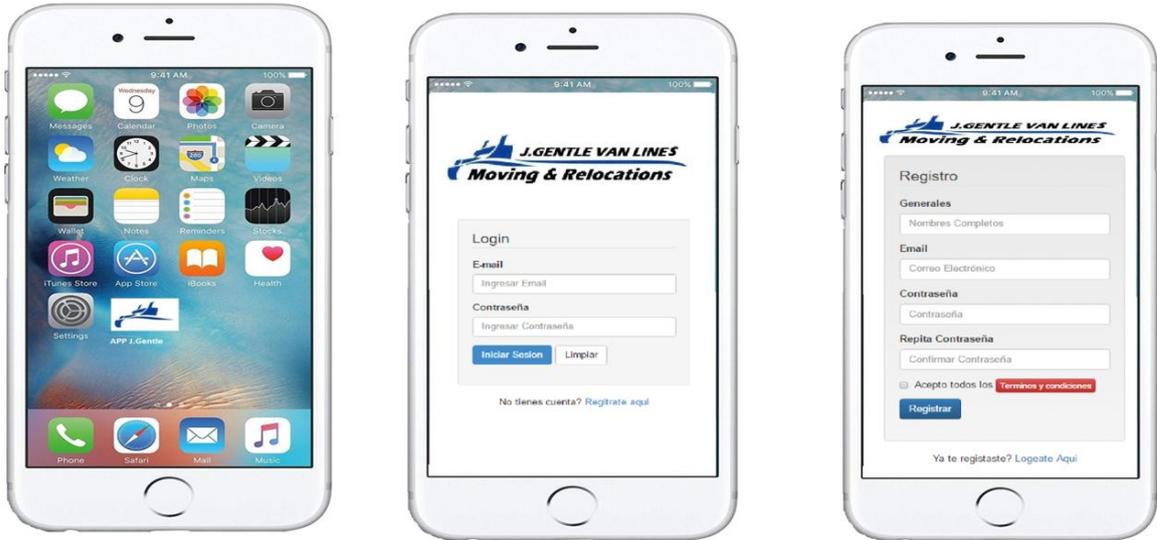


Ilustración 14 Pantallas de Acceso

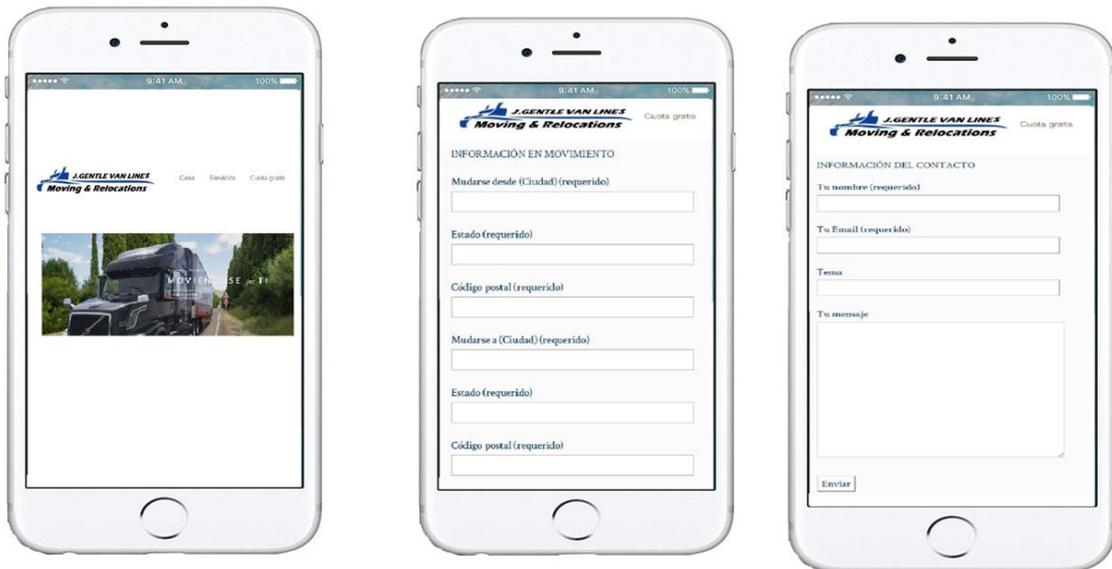


Ilustración 15 Registro de Usuario



Ilustración 16 Selección de Inmobiliario



Ilustración 17 Estimación de Presupuesto



Ilustración 18 Seguimiento a solicitudes



Ilustración 19 Encuestas de Satisfacción

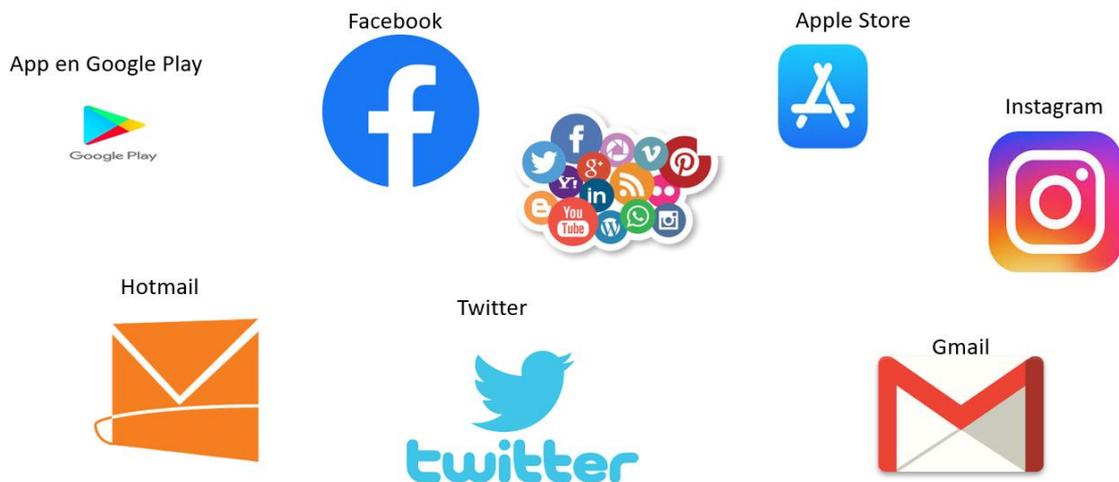


Ilustración 20 Pantalla de cierre

11. ACCIONES DE COMERCIALIZACION

Dentro de nuestra estrategia de comercialización, además de los envíos de correos a los clientes potenciales, se realizaría una campaña en las redes sociales, brindando ofertas de temporada, descuentos por pronto pago y ofertas en los precios de materiales de empaque, así como promoción del uso de la aplicación.

Estos servicios son algo totalmente innovador ya que es un servicio que no lo ofrecen otras compañías de mudanzas en los Estados Unidos.



11.1 CUANTO NOS CUESTA TODO ESTO

Marketing Mensual en Redes Sociales

Instagram	\$ 5.00
Dias	5
Total Mes	\$ 25.00
Total Anual	\$ 300.00

El plan de marketing mensual en las redes corresponde a promocionar el producto a través de publicaciones en la red social Instagram.

Con una estimación de 5 días al mes, el precio de la publicación sería en USD25.00. proyectando estos costos, anualmente sería una inversión de USD300.00

El plan de posicionamiento en buscadores, según investigaciones realizadas, existen empresas virtuales que te ayudan a posicionar páginas web entre los principales motores de búsqueda.

Entre las empresas revisadas, confirmamos que la empresa *MarketGoo* se acopla más a las necesidades que posee la empresa J.Gentle Van Lines debido a que suministra datos estadísticos de las visitas, a través de palabras de búsqueda y te ayuda a elaborar un plan de acción anual.

11.2 COSTO DE LA INVERSIÓN

La inversión inicial aproximada será de US\$13,909.00 para la implementación de las mejoras propuestas, detallada como sigue:



Descripción	Costos
Costes de Desarrollo APP	USD 11,800.00
Costes de Mantenimiento APP (Anual)	USD 1,416.00
Costes de Encuestas (Anual)	USD 300.00
Costes de Desarrollo Web	USD 165.00
Costes de Mantenimiento Web (Anual)	USD 228.00
Total	USD 13,909.00

CLIENTES

- Clientes nuevos que vienen recomendados por clientes anteriores Resultado de encuesta inicial de cómo han conocido la empresa
- Quejas de clientes Número mensual de quejas de clientes a través de la APP y la BBB

PROCESOS

- Disminución tiempos de servicios Disminución de los tiempos de servicio por mejor comunicación con el cliente

RRHH

- Motivación personal

12.3 Costo de la inversión.

El plan de marketing mensual en las redes corresponde a promocionar el producto a través de publicaciones en las diferentes redes sociales, con una estimación de cinco (5) días al mes, el precio de la publicación sería de USD\$25.00 por mes, proyectando estos costos, anualmente sería una inversión de US\$300.00

Marketing Mensual	
Redes Sociales	USD \$5.00
Días al mes	5
Total, por mes	USD \$25.00
Costo Total Anual	USD \$300.00

El plan de posicionamiento en buscadores, según investigaciones realizadas, pudimos ver que existen empresas virtuales que te ayudan a posicionar páginas web entre los principales motores de búsqueda. Entre las empresas consultadas, confirmamos que MarketGoo se acopla más a las necesidades que tiene la empresa J. Gentle Van Lines, debido a que suministra datos estadísticos de las visitas a través de palabras de búsqueda, y ayuda a elaborar un plan de acción anual.

Posicionamiento en Buscadores	
MarketGoo	US\$288.00
Costo Total Anual	US\$288.00

12.4 Costo de la Inversión

La inversión inicial aproximada será de US\$13,909.00 para la implementación de las mejoras propuestas, detallada como sigue:



Descripción	Costos
Costes de Desarrollo APP	USD 11,800.00
Costes de Mantenimiento APP (Anual)	USD 1,416.00
Costes de Encuestas (Anual)	USD 300.00
Costes de Desarrollo Web	USD 165.00
Costes de Mantenimiento Web (Anual)	USD 228.00
Total	USD 13,909.00

12.5 Indicadores Financieros

De acuerdo con los estados financieros de la empresa, realizamos una proyección a 5 años de como serían las ventas e ingresos netos de la empresa posterior a la implementación de las mejoras propuestas.

De acuerdo con los cálculos realizados, mostramos las siguientes informaciones:

- La inversión ofrece un VAN de USD238,155.00
- La inversión ofrece una TIR de 385.75%, debido a que el costo de inversión es relativamente pequeño para los flujos de caja que proyecta la empresa
- La empresaria recuperaría la inversión en el primer año

Ventas primer año	392,181	Salarios	19,835	Inversión inicial	13,909
Crecto vtas	8.00%	Crecimiento salarios	3%	Impuestos	21%
CMV (sobre ventas año 1)	39.07%	Gastos generales	60,452	Gastos de Mantenimiento Web	2,244
Aumento Marketing y comerciales	3.00%	Crecim (gastos generales)	3%	Rentabilidad Mínima	10%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	363,131.00	392,181.48	423,556.00	457,440.48	494,035.72	533,558.57
Costes de Materiales	141,877.00	153,225.30	165,483.33	178,721.99	193,019.75	208,461.33
Margen Bruto	221,254.00	238,956.18	258,072.67	278,718.48	301,015.96	325,097.24
Costes de Marketing y Comerciales	14,400.00	2,244.00	2,311.32	2,380.66	2,452.08	2,525.64
Gastos Personal	50,092.16	97,340.16	100,260.37	103,268.18	106,366.23	109,557.21
Gastos Generales	60,452.00	61,963.30	63,512.38	65,100.19	66,727.70	68,395.89
Margen Operativo (EBITDA)	96,309.84	77,408.71	91,988.60	107,969.45	125,469.96	144,618.50
Amortización	26,184.00	26,184.00	26,184.00	26,184.00	26,184.00	26,184.00
EBIT	70,125.84	51,224.71	65,804.60	81,785.45	99,285.96	118,434.50
Gastos Financieros	29,766.00	29,766.00	29,766.00	29,766.00	29,766.00	29,766.00
EBT	40,359.84	21,458.71	36,038.60	52,019.45	69,519.96	88,668.50
Impuestos	8,475.57	4,506.33	7,568.11	10,924.08	14,599.19	18,620.38
Beneficios Netos	48,835.40	16,952.38	28,470.49	41,095.37	54,920.77	70,048.11
FC Operativo	75,019.40	43,136.38	54,654.49	67,279.37	81,104.77	96,232.11
Inversión	-11,965.00					
Flujo Caja Capex	-11,965					
Flujo Caja Proyecto (Compañía)	-11,965	43,136	54,654	67,279	81,105	96,232
	VAN	238,115				
	TIR	385.75%				
	TIRM	102.03%				
Flujo Caja Proyecto acumulado						
Pay-back	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	-11,965	31,171	85,826	153,105	234,210	330,442

Ilustración 21 Proyección de los Estados Financieros

Resumen Ejecutivo



IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS AL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

SPRINT 5 Resumen Ejecutivo

Grupo 4

Nombres del equipo:

María Sonia Gilba Charles
Ruth Esther Sosa Guerrero
Clara Trillo-Figueroa Calvo
José Antonio Muñoz Patino
Gabriel Alejandro Hidalgo Rosario

Tutor:

Pedro Ramón Coronado Manzano

Referencias de la empresa

J. Gentle Van Lines es una empresa que brinda servicios de mudanza en 48 estados de los Estados Unidos y tiene un tiempo establecida de diez años. La compañía cuenta con un tráiler para mudanzas de gran tamaño y en los casos de mudanzas menores, renta camiones más pequeños a otras compañías para brindar el servicio. La empresa en la actualidad tiene subcontratado el 98% de los servicios que ofrece de la siguiente manera:

Leads Providers:

Servicio de marketing y búsqueda de clientes potenciales por búsquedas en internet.

CEOS:

Representantes de ventas que contactan al cliente para realizar la venta del servicio.

FOREMAN:

Personal que mantiene contacto con el cliente, gestiona contratos y ofrecen servicios adicionales. También realizan la planificación de los equipos de mudanzas.

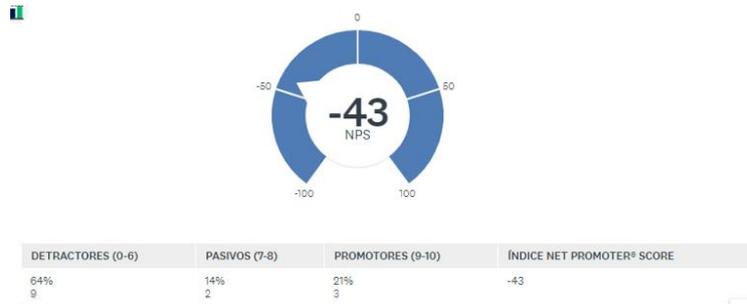
Definición del problema identificado:

La empresa presenta una reducción en las ventas debido a quejas de los clientes, a través de las redes sociales y ante organismos de control, debido a inconformidades en el servicio que reciben, afectando gravemente a la imagen de la compañía.

Análisis de las hipótesis sobre la Calidad del Servicio:

Para confirmar la hipótesis de que la calidad del servicio era la causa principal de las pérdidas que presenta la empresa, así como evaluar la calidad del servicio brindado por esta y el grado de satisfacción de los clientes, se realizó una encuesta a un segmento de veinte (20) servicios de mudanzas realizadas en el período enero-junio 2019, de las cuales fueron respondidas catorce (14) para un 70% de la muestra seleccionada.

Los resultados indicaron que las causas principales de la insatisfacción de los clientes respecto al servicio se concentran en receptividad, puntualidad y calidad, obteniendo un NPS de -43.



Además, se realizaron varias entrevistas al Gerente de la Empresa, tanto presencial como por conferencia telefónica, en las cuales se pudo observar cómo no se tiene inculcada la importancia de la voz del cliente, entendiendo que las quejas y reclamaciones provienen por parte de clientes aprovechados, que quieren el reembolso del servicio sin tener derecho al mismo.

En ese mismo orden, mediante la visita realizada, verificamos que:

- la empresa no dispone de una infraestructura propia para brindar servicios
- posee un bajo control sobre los servicios subcontratados (Lead Providers, CEOs y Forman)
- carece de conductores cualificados para brindar los servicios de transporte
- No se tiene definidos la misión, visión y valores

Modelo de negocio:

Nuestra Propuesta consiste en la implementación de una interfaz tecnológica, la cual servirá de canal entre los clientes y la empresa. Esto permitirá:

- Canalizar las solicitudes de servicio directamente con la empresa J. Gentle, unificando la vía de contacto
- Los clientes podrán documentar directamente la solicitud con todas sus especificaciones de volumen y cantidad de artículos directamente en la interfaz
- Se podrá ver el estatus de su solicitud sin necesidad de contactar a la empresa y consultar la ubicación de sus pertenencias
- Canalizar las quejas y sugerencias a través de la interfaz, evitando publicaciones en las redes sociales, evitando una exposición pública que afecte a la imagen de la empresa.

Plan de Acción

Tomando en cuenta que los dispositivos móviles están adquiriendo gran importancia en la actualidad, definido por los usuarios como “un dispositivo indispensable por excelencia” como herramienta para maximizar la realización de actividades sin tener que desplazarse, hemos definido el siguiente plan de acción:

- **Alcance:** El Proyecto inicia con la propuesta de la APP hasta la implementación de esta, abarcando desde las operaciones realizadas por los Proveedores de servicios, hasta la de entrega de las mudanzas a su destino.
- **Actividades y Tareas:** la creación e implementación de una APP, actualización de la página Web conteniendo un enlace para acceder a la APP, así como el establecimiento de la Misión, Visión y Valores, creación de cuentas en las principales Redes Sociales y contratación de personal fijo para dar seguimiento a las solicitudes, servicios y manejo de quejas.
- **Talento Humano:** En adición al personal actual con que cuenta la empresa, y los servicios tercerizados que utiliza, para llevar a cabo las operaciones con la nueva modalidad, se requerirá la contratación de un Representante de Servicio al Cliente, un Asistente Administrativo y dos choferes.
 - **Recursos Físicos:** En cuanto a los recursos físicos a utilizar, se requerirá un local con una oficina y dos country equipados en su totalidad, Contenedores para mudanzas, Garajes y para Camiones.
 - **Gestión del Tiempo:** El proyecto esta propuesto llevarse a cabo en un periodo de cinco meses iniciando el 02-07-2019, finalizando el 02-01-2020.

Plataforma estratégica de J. Gentle Van Lines

Misión

Proporcionar un servicio de transporte de mudanzas altamente competitivo, brindando atención personalizada a nuestros clientes, atendiendo sus necesidades, asesorándolos y siendo parte de su solución para el transporte de sus mercancías.

Visión

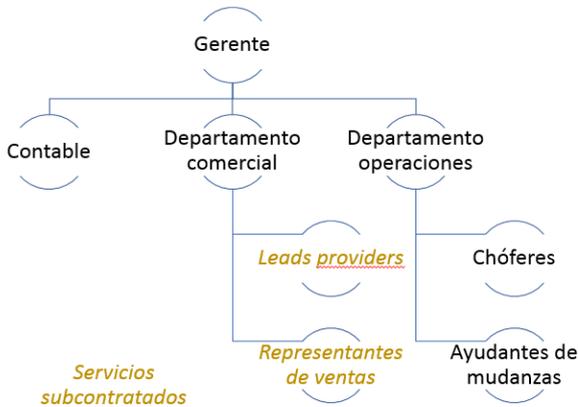
Ser reconocidos por nuestros valores, por gestión y liderazgo nos convierta en la compañía de transporte de mudanzas más competitiva a nivel de personal y servicio, cuya capacidad, Estados Unidos.

Valores:

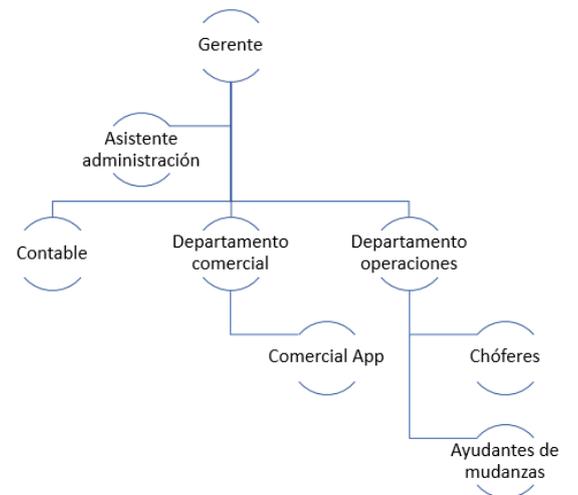
- **Responsabilidad:** comprometidos con la calidad en el servicio al cliente.
- **Profesionalidad:** mostrando buen manejo en el ejercicio de nuestras actividades
- **Respeto:** Hacia nuestros clientes, proveedores de servicios y empleados
- **Honestidad:** Garantizamos y aseguramos sus efectos respetando lo pactado con nuestros clientes

Propuesta respecto a la estructura organizacional

Situación actual

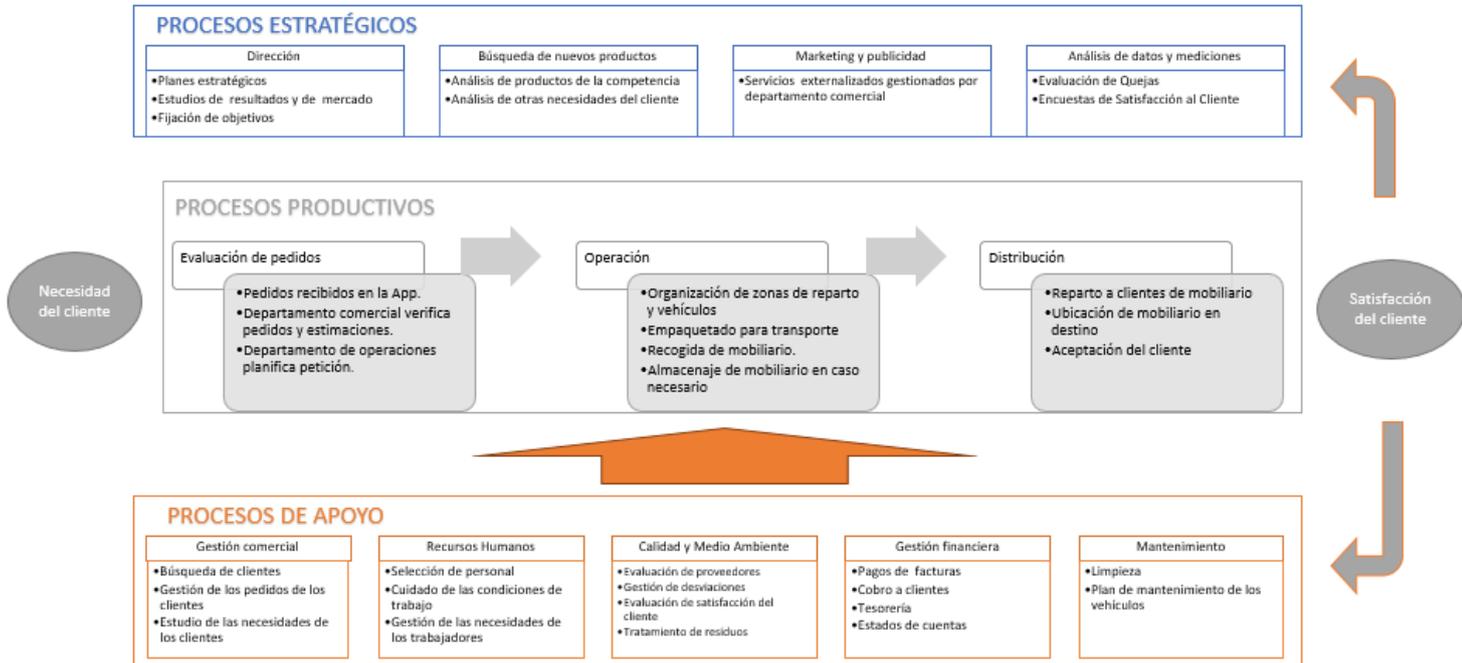


Propuesta mejora



Mapa de proceso propuesto

MAPA DE PROCESOS



Acciones De Comercialización

Dentro de nuestra estrategia de comercialización, además de los envíos de correos a los clientes potenciales, se realizaría una campaña en las redes sociales, brindando ofertas de temporada, descuentos por pronto pago y ofertas en los precios de materiales de empaque, así como promoción del uso de la aplicación. Estos servicios son algo totalmente innovador ya que es un servicio que no lo ofrecen otras compañías de mudanzas en los Estados Unidos.

¿Cuánto Nos Cuesta Todo Esto?:

El plan de marketing mensual en las redes corresponde a promocionar el producto a través de publicaciones en la red social Instagram. Con una estimación de 5 días al mes, el precio de la publicación sería en USD25.00. proyectando estos costos, anualmente sería una inversión de USD300.00

El plan de posicionamiento en buscadores, según investigaciones realizadas, existen empresas virtuales que te ayudan a posicionar páginas web entre los principales motores de búsqueda. Entre las empresas consultadas, confirmamos que MarketGoo se acopla más a las necesidades que posee la empresa J. Gentle Van Lines debido a que suministra datos estadísticos de las visitas, a través de palabras de búsqueda y te ayuda a elaborar un plan de acción anual.



La inversión inicial aproximada será de US\$13,909.00 para la implementación de las mejoras propuestas, detallada como sigue imagen:

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Caja Proyecto (Compañía)	-11,965	43,136	54,654	67,279	81,105	96,232
VAN		238,115				
TIR		385.75%				
TIRM		102.03%				
Flujo Caja Proyecto acumulado						
Pay-back	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	-11,965	31,171	85,826	153,105	234,210	330,442

De acuerdo con los cálculos de las proyecciones financieras realizadas a cinco (05) años, obtuvimos siguientes resultados:

- La inversión ofrece un VAN de USD238,155.00
- La inversión ofrece una TIR de 385.75%.
- La empresaria recuperaría la inversión en el primer año.

9. ANEXOS

1. Encuesta Satisfacción del Cliente Post Servicios.

Recopiladores

ABIERTO

Enlace móvil
Creado el 28/7/2019

14
RESPUESTAS
RECOPIADAS

Volumen de respuestas



Página 1: Cuéntanos tu Experiencia de Mudanza con Gentle Vanlines

P1



Mostrar punto de referencia

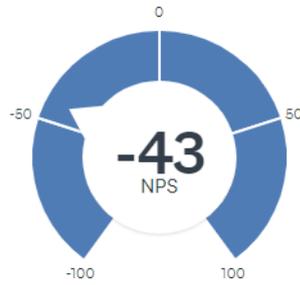


Personalizar

Guardar como

¿Qué tan probable es que recomiendes esta empresa a tus amigos o colegas?

Answered: 14 Skipped: 0



DETRACTORES (0-6)	PASIVOS (7-8)	PROMOTORES (9-10)	ÍNDICE NET PROMOTER® SCORE
64% 9	14% 2	21% 3	-43

P2



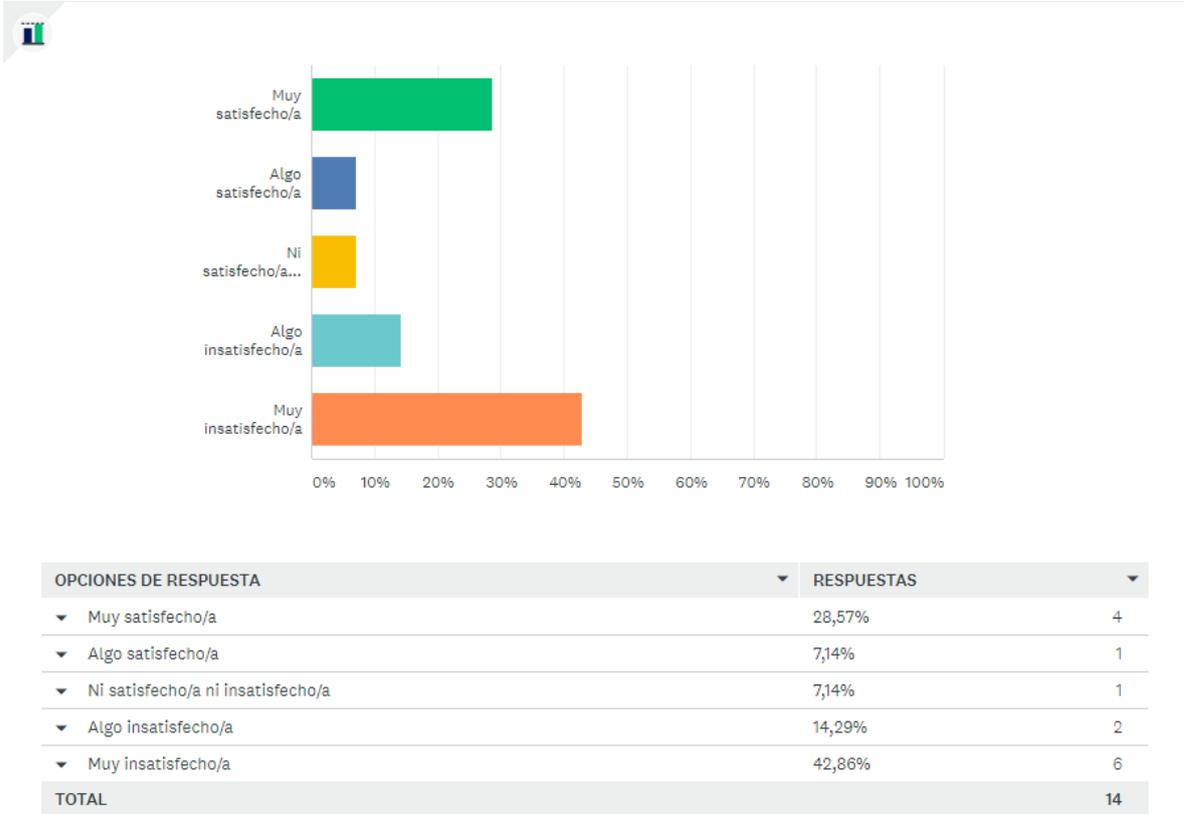
Mostrar punto de referencia

Personalizar

Guardar como

En general, ¿qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con el servicio brindado por nuestra empresa?

Answered: 14 Skipped: 0

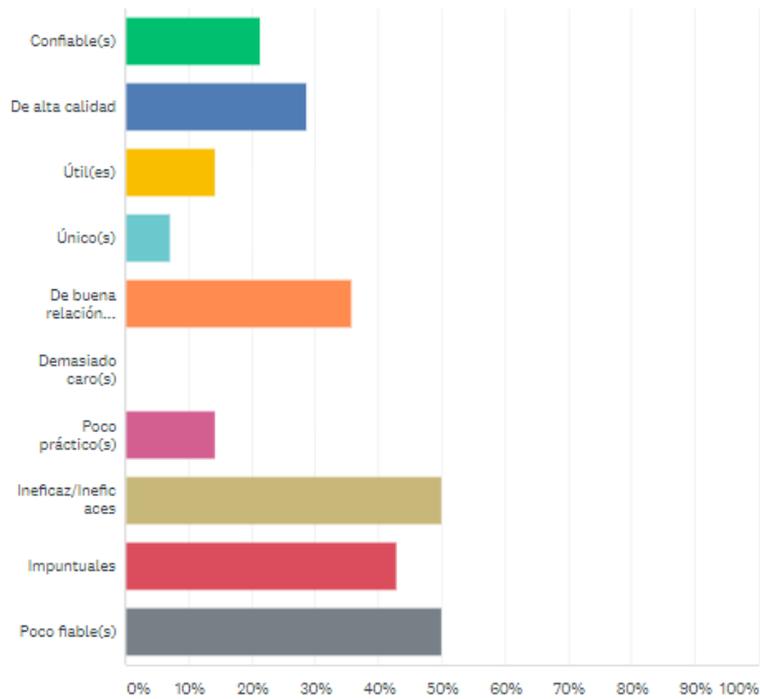


P3

Personalizar Guardar como

¿Cuál de las siguientes palabras utilizaría para describir nuestro servicio?
Seleccione todas las que apliquen.

Answered: 14 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Confiable(s)	21,43% 3
▼ De alta calidad	28,57% 4
▼ Útil(es)	14,29% 2
▼ Único(s)	7,14% 1
▼ De buena relación servicio-precio	35,71% 5
▼ Demasiado caro(s)	0,00% 0
▼ Poco práctico(s)	14,29% 2
▼ Ineficaz/Ineficaces	50,00% 7
▼ Impuntuales	42,86% 6
▼ Poco fiable(s)	50,00% 7
Total de encuestados: 14	

P4



Mostrar punto de referencia

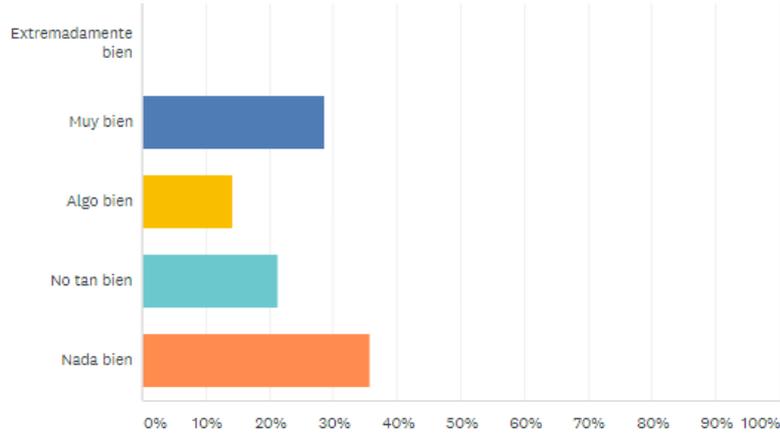


Personalizar

Guardar como

¿Qué tan bien nuestros servicios satisficieron sus necesidades?

Answered: 14 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Extremadamente bien	0,00% 0
Muy bien	28,57% 4
Algo bien	14,29% 2
No tan bien	21,43% 3
Nada bien	35,71% 5
TOTAL	14

P5



Mostrar punto de referencia

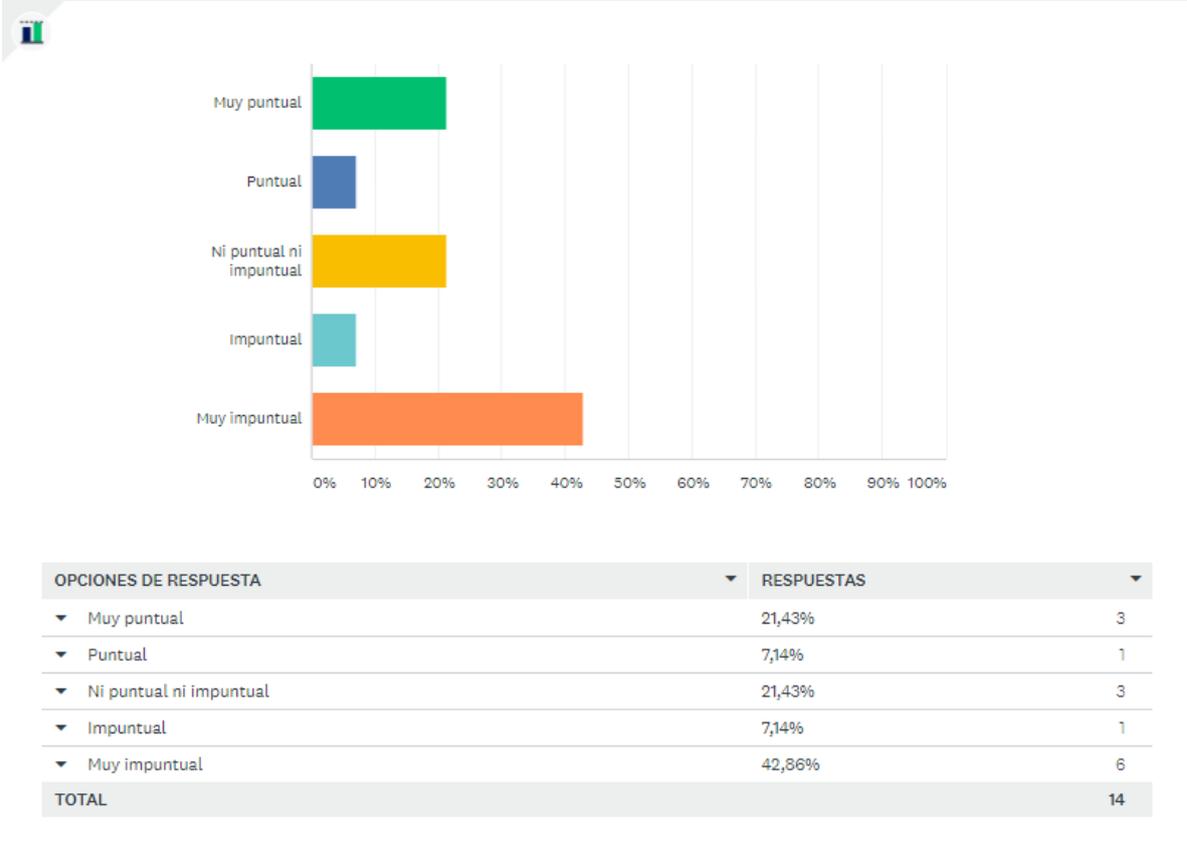


Personalizar

Guardar como

¿Cómo calificaría la puntualidad del servicio?

Answered: 14 Skipped: 0



P6



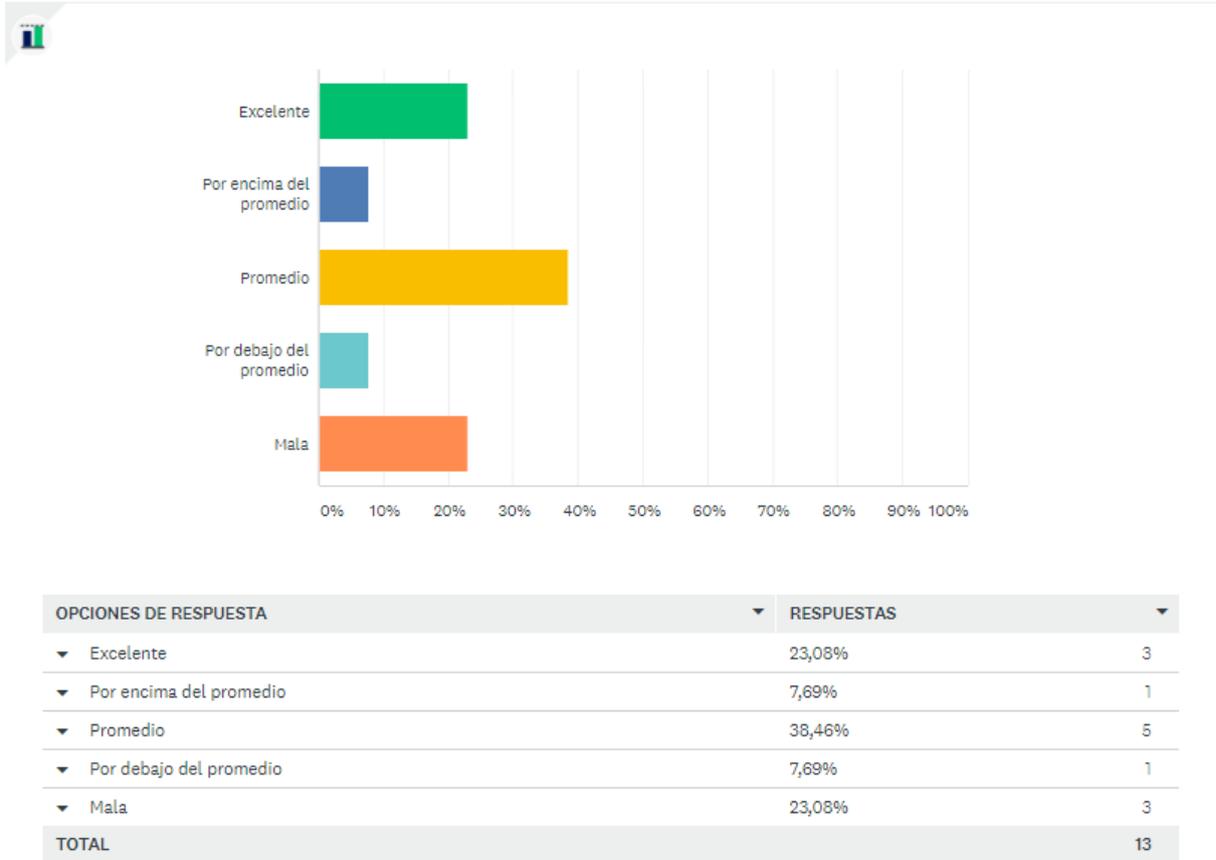
Mostrar punto de referencia ▼

Personalizar

Guardar como ▼

¿Cómo calificaría la relación calidad precio del servicio?

Answered: 13 Skipped: 1



P7

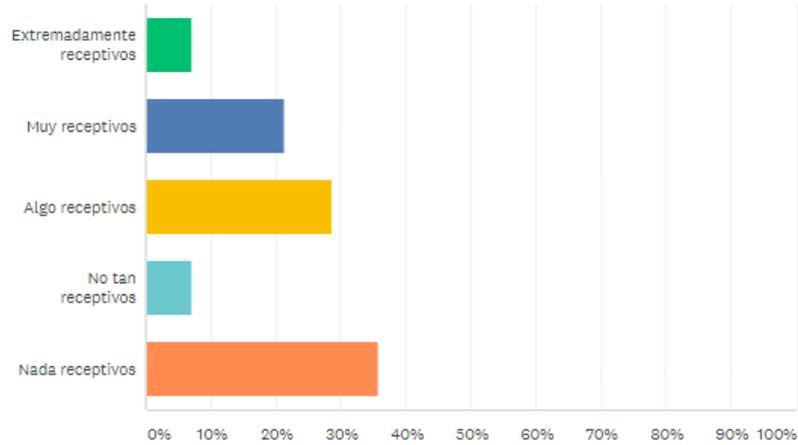


Personalizar

Guardar como ▼

¿Qué tan receptivos hemos sido ante sus preguntas o inquietudes acerca de nuestros servicios?

Answered: 14 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Extremadamente receptivos	7,14%	1
▼ Muy receptivos	21,43%	3
▼ Algo receptivos	28,57%	4
▼ No tan receptivos	7,14%	1
▼ Nada receptivos	35,71%	5
TOTAL		14

P8



Mostrar punto de referencia

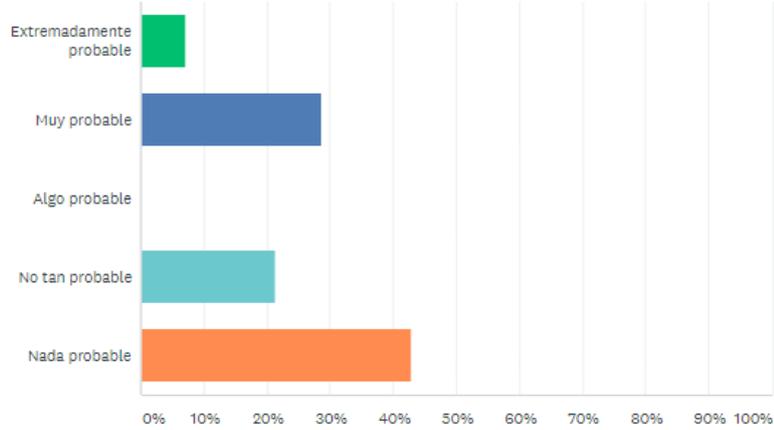


Personalizar

Guardar como

¿Qué tan probable es que usted vuelva a utilizar nuestros servicios?

Answered: 14 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Extremadamente probable	7,14% 1
Muy probable	28,57% 4
Algo probable	0,00% 0
No tan probable	21,43% 3
Nada probable	42,86% 6
TOTAL	14

P9
Guardar como ▼

¿Tienes algún otro comentario, pregunta o inquietud?

Answered: 12 Skipped: 2

RESPUESTAS (12)
NUBE DE PALABRAS
ETIQUETAS (0)

Aplicar a las seleccionadas ▼ Filtrar por etiqueta ▼

Buscar respuestas Q ?

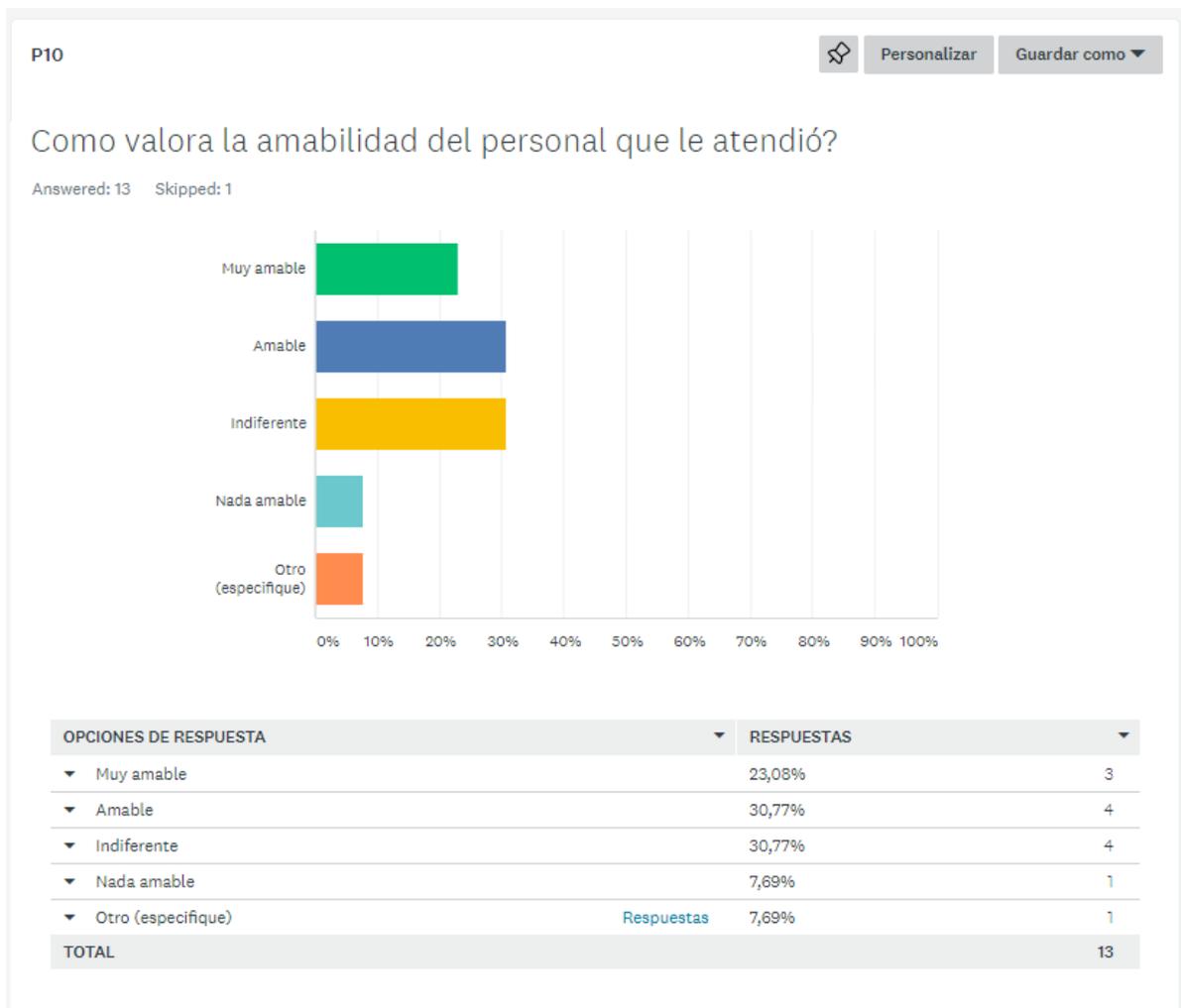
Mostrando 12 respuestas

<input type="checkbox"/>	No	29/07/2019 12:58	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Deben mejorar la calidad de sus servicios.	29/07/2019 10:25	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	No	29/07/2019 9:25	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Saludos, soy de los que me gano el sustento con mucho sacrificio, calificó detenidamente la vocación de servicio con la que alguien o alguna empresa se gana mi dinero por un bien o servicio que me venda, en este caso un servicio. La puntualidad es respeto, cortesía hacia las demás perdonas. En la encuesta preguntan ¿como me parece que es el costo de sus servicios? No tiendo a ponerle precio a lo que otro venda, pero cuando me ha pasado una eventualidad como la que viví con esta empresa, preferiría no usar sus servicios, ni de gratis. El personal que ofrece dicho servicio no es puntual, observe detenidamente su manejo en general y no me gusto, hasta algunos me llegaron a generar suma desconfianza, no todos, tambien cuentan con			

Mostrando 12 respuestas

		28/07/2019 12:14	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	No	28/07/2019 11:43	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Son impuntuales y no dan el servicio que ofrecen. Ademas son muy informales	28/07/2019 9:57	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	No	28/07/2019 8:46	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	No	28/07/2019 8:40	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼

- no
28/07/2019 8:37 [Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas](#) ▼
- Excelente servicio
28/07/2019 8:24 [Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas](#) ▼
- No volvería a contratar ni recomendaría sus servicios por lo irresponsable que son como empresa. No poseen personal cualificado para atender y responder oportunamente al cliente.
28/07/2019 8:24 [Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas](#) ▼
- No cumplen con el servicio que ofertan
28/07/2019 8:18 [Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas](#) ▼



2. Encuesta de estudio de Mercado Potencial

Respuestas y estados

ANALIZA RESULTADOS

TOTAL DE RESPUESTAS

28

ESTADO GENERAL DE LA ENCUESTA

ABIERTA

Notificaciones ?

Solo tú

Editar

Recopiladores

ABIERTO

[Enlace móvil](#)

Creado el 18/7/2019

28

RESPUESTAS
RECOPIADAS

Volumen de respuestas



Página 1: Servicios de transporte de mudanza y almacenaje

P1

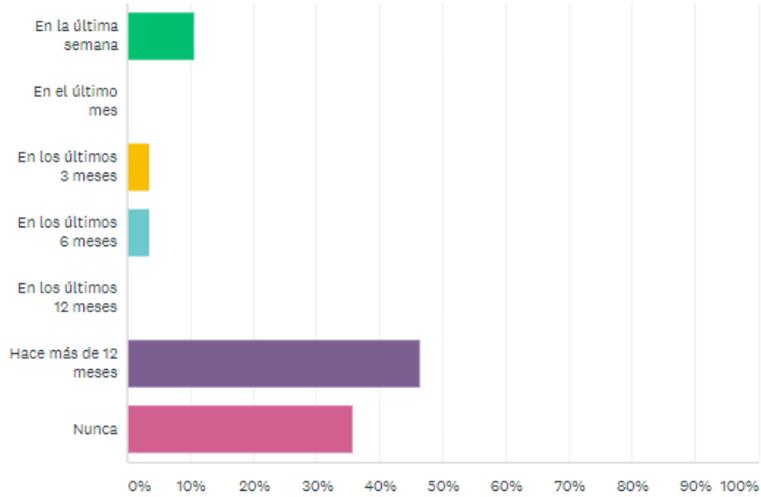


Personalizar

Guardar como ▼

¿Cuándo fue la última vez que usted utilizó este tipo de servicio??

Answered: 28 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ En la última semana	10,71% 3
▼ En el último mes	0,00% 0
▼ En los últimos 3 meses	3,57% 1
▼ En los últimos 6 meses	3,57% 1
▼ En los últimos 12 meses	0,00% 0
▼ Hace más de 12 meses	46,43% 13
▼ Nunca	35,71% 10
TOTAL	28

P2

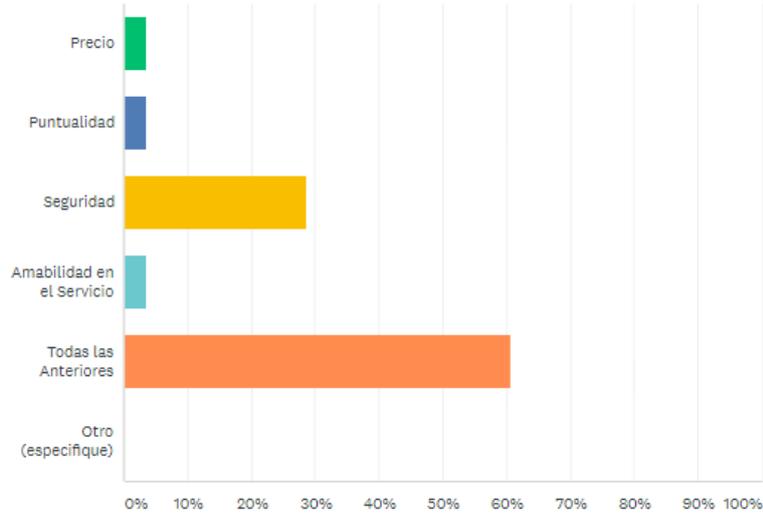


Personalizar

Guardar como ▾

Cuando usted piensa en este tipo de servicio, ¿le importa mas?

Answered: 28 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▾ Precio	3,57% 1
▾ Puntualidad	3,57% 1
▾ Seguridad	28,57% 8
▾ Amabilidad en el Servicio	3,57% 1
▾ Todas las Anteriores	60,71% 17
▾ Otro (especifique)	Respuestas 0,00% 0
TOTAL	28

P3

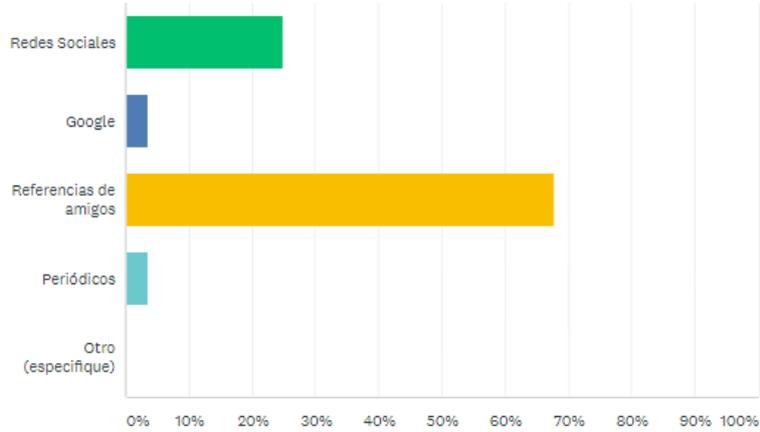


Personalizar

Guardar como ▼

¿Qué medio de búsqueda emplearía para seleccionar una empresa de mudanzas?

Answered: 28 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Redes Sociales	25,00% 7
▼ Google	3,57% 1
▼ Referencias de amigos	67,86% 19
▼ Periódicos	3,57% 1
▼ Otro (especifique)	Respuestas 0,00% 0
TOTAL	28

P4

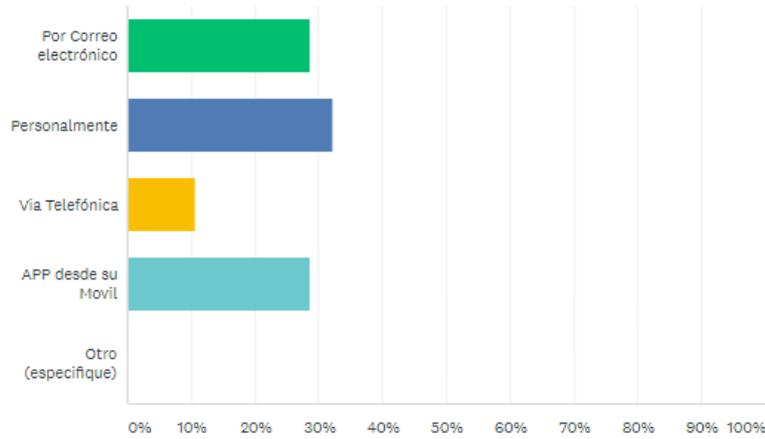


Personalizar

Guardar como ▼

¿cómo preferiría formalizar el servicio solicitado (firma de contratos, entrega de facturas, pagos...)

Answered: 28 Skipped: 0



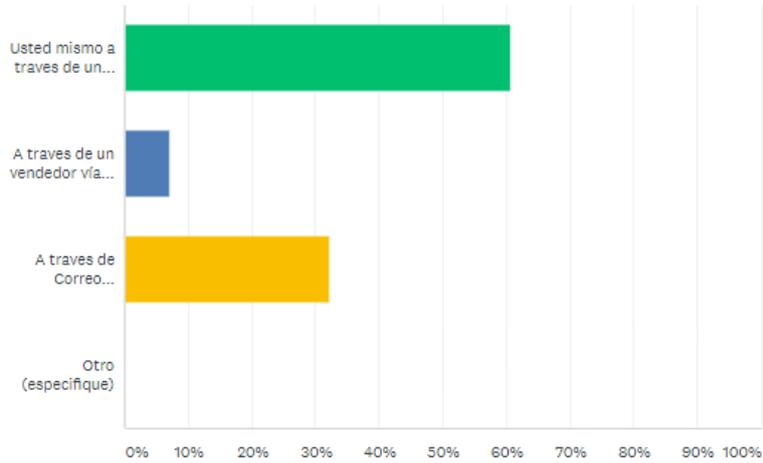
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Por Correo electrónico	28,57% 8
▼ Personalmente	32,14% 9
▼ Vía Telefónica	10,71% 3
▼ APP desde su Móvil	28,57% 8
▼ Otro (especifique)	Respuestas 0,00% 0
TOTAL	28

P5

Personalizar Guardar como

¿Cómo preferiría registrar el inventario de las pertenencias destinadas al traslado?

Answered: 28 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Usted mismo a través de una APP	60,71%	17
A través de un vendedor vía telefonica	7,14%	2
A través de Correo Electrónico	32,14%	9
Otro (especifique)	Respuestas 0,00%	0
TOTAL		28

P6

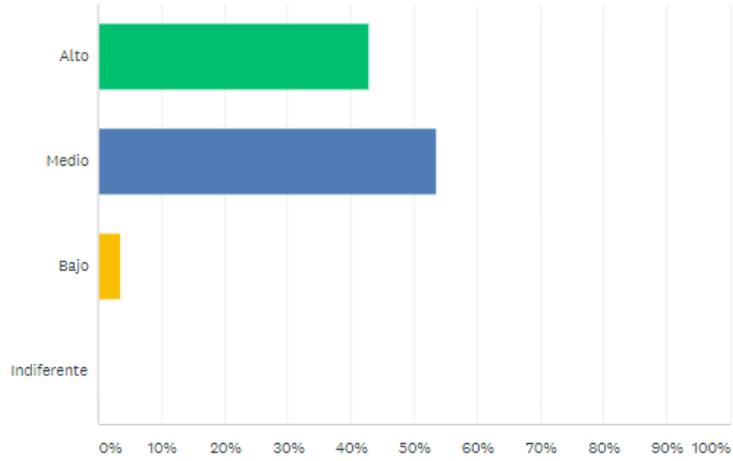


Personalizar

Guardar como ▼

Que nivel de estrés generaría en usted el proceso de una mudanza?

Answered: 28 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Alto	42,86% 12
▼ Medio	53,57% 15
▼ Bajo	3,57% 1
▼ Indiferente	0,00% 0
TOTAL	28

P7

 Guardar como ▼

Que factor entiende haría que su proceso de mudanza sea agradable y sin estres?

Answered: 28 Skipped: 0

RESPUESTAS (28) NUBE DE PALABRAS ETIQUETAS (0)

Aplicar a las seleccionadas ▼ Filtrar por etiqueta ▼

Buscar respuestas  

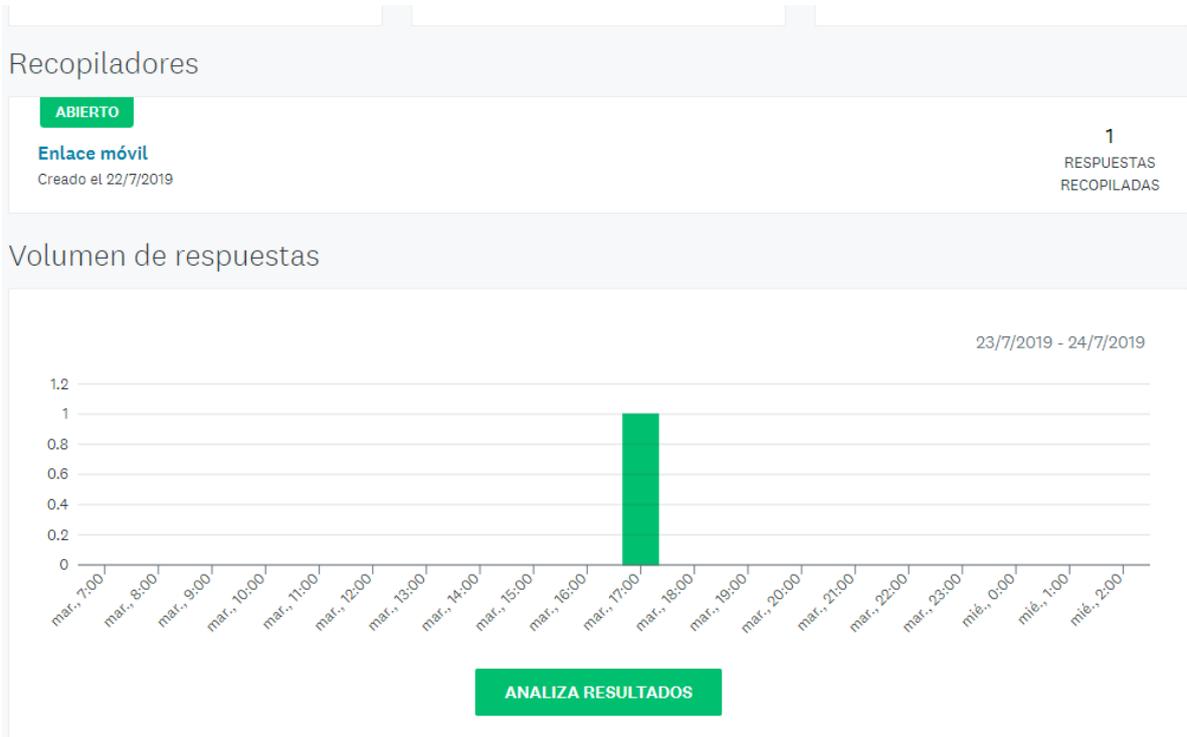
Mostrando 28 respuestas

- | | | | |
|--------------------------|--|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Que empaquen y desempaquen.
24/07/2019 23:12 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | Cuidado del inmobiliario
23/07/2019 7:37 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | Que sea bien seguro y cuidadoso con todo
22/07/2019 12:37 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | Que recojan todo lo que haya en el lugar, desempaquen y pongan todo en su lugar en el nuevo lugar de destino
21/07/2019 20:22 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | Buen servicio
21/07/2019 17:29 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | No tener que empacar
21/07/2019 17:26 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | N/a
21/07/2019 17:17 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |
| <input type="checkbox"/> | La experiencia en el cuidado de los muebles
21/07/2019 15:22 | Ver las respuestas del encuestado | Agregar etiquetas ▼ |

<input type="checkbox"/>	Que se encarguen de todo bien y eficientemente	21/07/2019 12:23	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Seguro de la compañía para el pago de las mercancía dañada	21/07/2019 11:52	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Seguridad y que acomode todo	21/07/2019 11:37	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Seguridad	21/07/2019 11:29	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Puntualidad y seguridad en el cuidado de los bienes o inventarios.	21/07/2019 11:24	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	No se	21/07/2019 11:13	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	Organización	21/07/2019 10:48	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	La calidad de servicios	21/07/2019 10:43	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
—				
<input type="checkbox"/>	Rapidez	21/07/2019 9:58	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	organizar	21/07/2019 9:06	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	La verdad no sé... Mudarse es muy estresante.	21/07/2019 9:01	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/>	La seguridad	21/07/2019 8:55	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼

<input type="checkbox"/> Eficiencia 21/07/2019 8:51	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Justo a tiempo y responsabilidad en la reubicación de los Articulos 21/07/2019 8:50	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Calidad en el servicio, y seguridad 21/07/2019 8:37	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Cuidado de los objetos a transportar 21/07/2019 8:33	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Rapidez y seguridad 21/07/2019 8:21	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Que todo lo trasladado sea organizado por ellos mismo 21/07/2019 8:21	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Seguridad 21/07/2019 8:18	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼
<input type="checkbox"/> Bbb 18/07/2019 16:12	Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas ▼

3. Entrevista al propietario.



P1



Mostrar punto de referencia

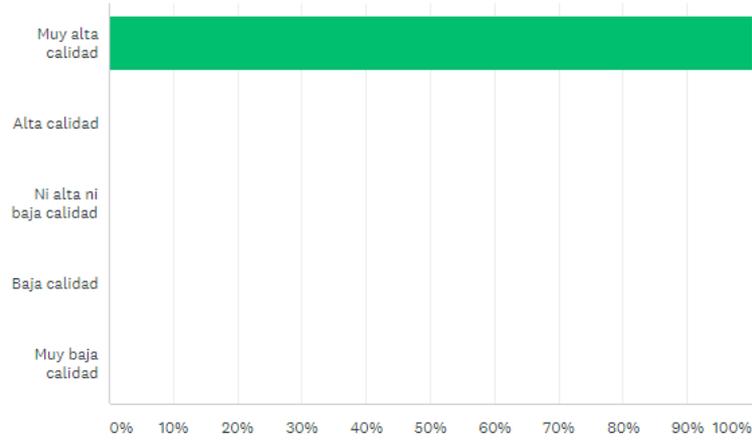


Personalizar

Guardar como

¿Cómo calificaría la calidad del servicio que brindas?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Muy alta calidad	100,00%	1
▼ Alta calidad	0,00%	0
▼ Ni alta ni baja calidad	0,00%	0
▼ Baja calidad	0,00%	0
▼ Muy baja calidad	0,00%	0
TOTAL		1

P2



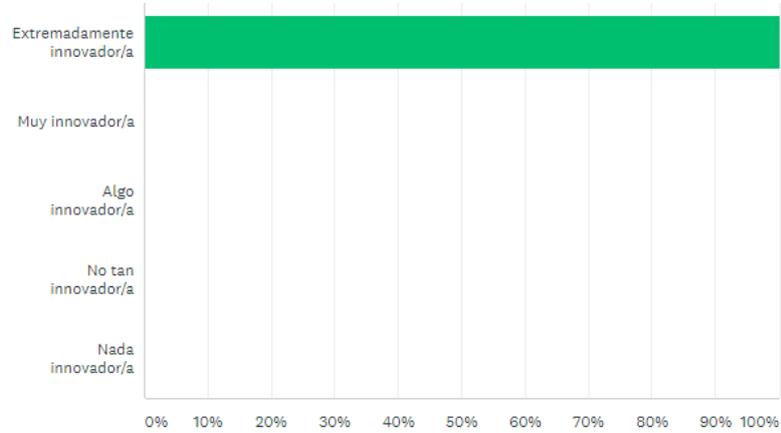
Mostrar punto de referencia ▼

Personalizar

Guardar como ▼

¿Qué tan innovador/a es el servicio que brindas?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Extremadamente innovador/a	100,00% 1
Muy innovador/a	0,00% 0
Algo innovador/a	0,00% 0
No tan innovador/a	0,00% 0
Nada innovador/a	0,00% 0
TOTAL	1

P3



Mostrar punto de referencia

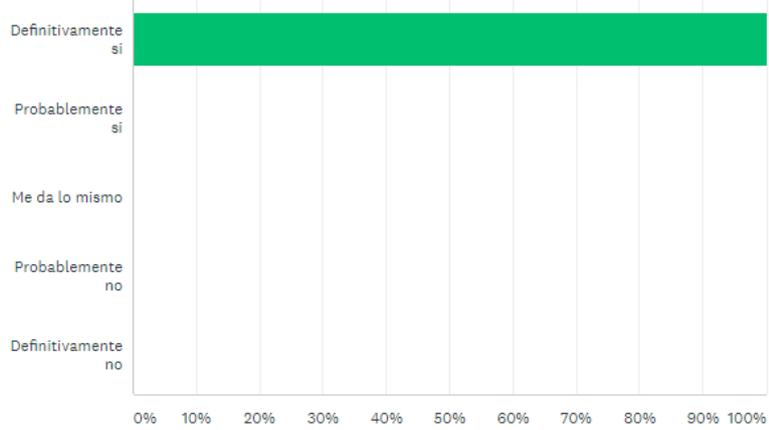


Personalizar

Guardar como

Cuando piensa en el servicio que brinda, ¿se enfoca en la necesidad del cliente?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Definitivamente si	100,00% 1
Probablemente si	0,00% 0
Me da lo mismo	0,00% 0
Probablemente no	0,00% 0
Definitivamente no	0,00% 0
TOTAL	1

P4



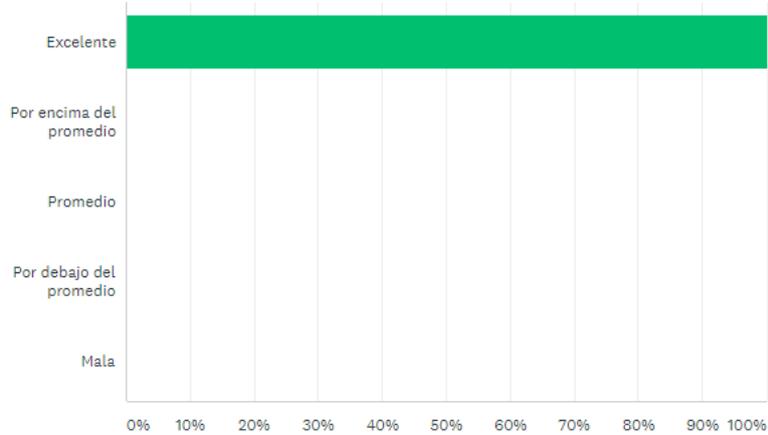
Mostrar punto de referencia ▼

Personalizar

Guardar como ▼

¿Cómo calificaría la relación calidad precio de el servicio?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Excelente	100,00%	1
▼ Por encima del promedio	0,00%	0
▼ Promedio	0,00%	0
▼ Por debajo del promedio	0,00%	0
▼ Mala	0,00%	0
TOTAL		1

P5



Mostrar punto de referencia

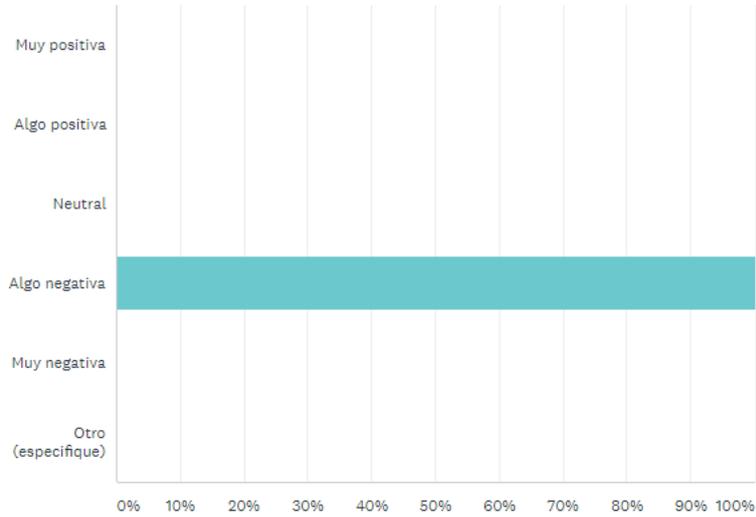


Personalizar

Guardar como

¿Cual es su reacción cuando recibe una queja?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Muy positiva	0,00% 0
▼ Algo positiva	0,00% 0
▼ Neutral	0,00% 0
▼ Algo negativa	100,00% 1
▼ Muy negativa	0,00% 0
▼ Otro (especifique)	Respuestas 0,00% 0
TOTAL	1

P6

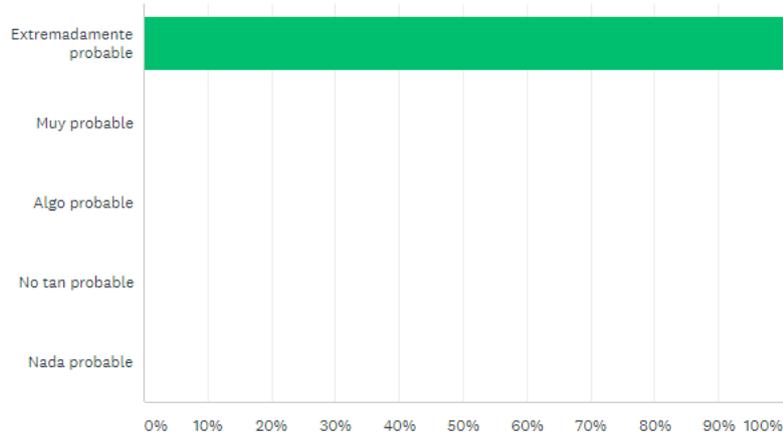


Personalizar

Guardar como ▼

¿Qué tan probable es que cambie la forma de brindar el servicio que presta a favor de sus clientes?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Extremadamente probable	100,00%	1
▼ Muy probable	0,00%	0
▼ Algo probable	0,00%	0
▼ No tan probable	0,00%	0
▼ Nada probable	0,00%	0
TOTAL		1

P7

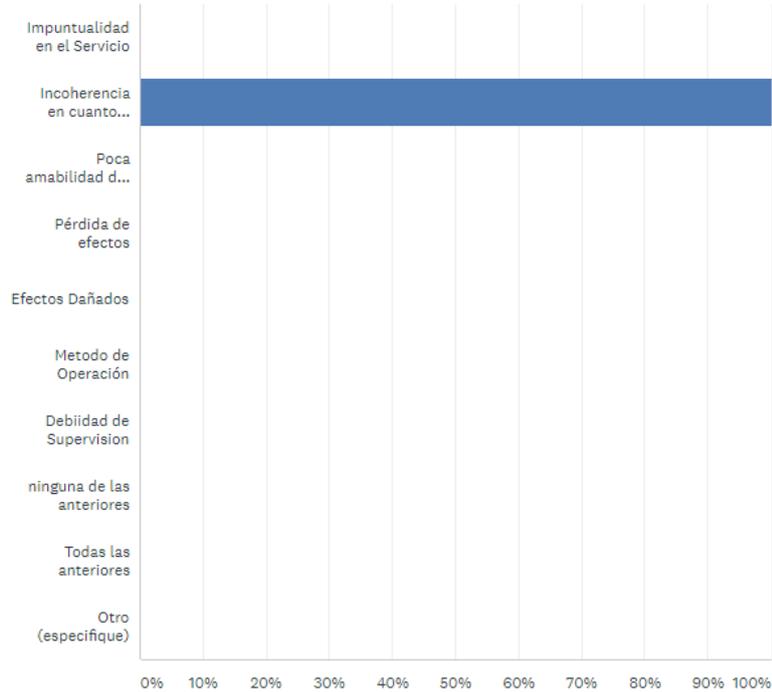


Personalizar

Guardar como ▼

¿Debido a que cree usted que se deben la mayoría de las quejas que recibe?

Answered: 1 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Impuntualidad en el Servicio	0,00%	0
▼ Incoherencia en cuanto oferta/servicio recibido por el cliente	100,00%	1
▼ Poca amabilidad de los empleados	0,00%	0
▼ Pérdida de efectos	0,00%	0
▼ Efectos Dañados	0,00%	0
▼ Metodo de Operación	0,00%	0
▼ Debilidad de Supervision	0,00%	0
▼ ninguna de las anteriores	0,00%	0
▼ Todas las anteriores	0,00%	0
▼ Otro (especifique)	Respuestas 0,00%	0
TOTAL		1

P8

 Guardar como ▾

En sus propias palabras, ¿Cuáles son las cosas que más le gustan del servicio que ofrece?

Answered: 1 Skipped: 0

RESPUESTAS (1) NUBE DE PALABRAS ETIQUETAS (0)

Aplicar a las seleccionadas ▾ Filtrar por etiqueta ▾

Buscar respuestas  

Mostrando 1 respuesta

Que el customer especifique bien lo que va a mudar

23/07/2019 17:50

[Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas ▾](#)

P9

 Guardar como ▾

En sus propias palabras, ¿Cuáles son las cosas que más le gustaría mejorar en servicio que ofrece?

Answered: 1 Skipped: 0

RESPUESTAS (1) NUBE DE PALABRAS ETIQUETAS (0)

Aplicar a las seleccionadas ▾ Filtrar por etiqueta ▾

Buscar respuestas  

Mostrando 1 respuesta

Puntualidad,customer service

23/07/2019 17:50

[Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas ▾](#)

P10

 Guardar como ▾

¿Qué hace usted cuando recibe una queja?

Answered: 1 Skipped: 0

RESPUESTAS (1) NUBE DE PALABRAS ETIQUETAS (0)

Aplicar a las seleccionadas ▾ Filtrar por etiqueta ▾

Buscar respuestas  

Mostrando 1 respuesta

Solucionar de la mejor manera

23/07/2019 17:50

[Ver las respuestas del encuestado](#) [Agregar etiquetas ▾](#)