

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**MEJORA DEL PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA  
EMPRESA CHAIDE Y CHAIDE S.A. SEGÚN LA NORMA ISO**

**10002:2004**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ANA GABRIELA GÓMEZ MORALES**

**DIRECTOR: ING. IVAN RUEDA**

**QUITO, NOVIEMBRE 2014**

**DIRECTOR DE DISERTACIÓN**

Ing. Iván Rueda

**INFORMANTES**

Ing. Fabián Cueva

Ing. Paul Idrobo

## **DEDICATORIA**

Dedico a mis padres por su amor, enseñanzas y su apoyo incondicional, a lo largo de mi vida en especial en esta etapa tan importante.

A mis hermanas, por haberme acompañado y apoyado en todos los momentos de mi vida.

Les dedico mi esfuerzo y mis logros al culminar mi carrera.

*Ana Gabriela Gómez Morales*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por sus bendiciones y por ser la luz en mi vida, a mis padres quienes me han enseñado a luchar en la vida, a ser constante, perseverante, y que nada es imposible.

A la empresa Chaide y Chaide, a Gabriela Rúaless y todos sus colaboradores por la ayuda brindada para realizar este trabajo.

A Iván Rueda, Fabián Cueva y Paul Idrobo, que me guiaron en el desarrollo de este trabajo.

A mis hermanas Sandra y Joselyn, por sus consejos y su amor.

A Karina que ha brindado su amistad y me apoyado en mis buenos y malos momentos.

A mis amigos, Vanessa y Vinicio, que hemos culminado la universidad juntos, apoyándonos a lo largo de la carrera universitaria que me han brindado su amistad y me han dado aliento para seguir adelante y cumplir los objetivos.

*Ana Gabriela Gómez Morales.*

## INDICE

1. ANÁLISIS SITUACIONAL .....	1
1.1. Antecedentes .....	xi
1.1.1. Factor económico. ....	3
1.1.1.1. Interno .....	3
1.1.1.2. Externo .....	5
1.1.1.3. Inflación anual .....	6
1.1.1.4. Tasas de Interés .....	7
1.1.2. Factor Político Legal .....	8
1.1.3. Factor Socio Cultural.....	13
1.1.3.1. Población .....	13
1.1.4. Factor Tecnológico .....	17
1.1.5. Factor Ambiental .....	20
1.1.6. Industria de Colchones. ....	22
1.2. Análisis de Chaide y Chaide.....	26
1.2.1. Reseña Histórica.....	26
1.2.2. Ubicación .....	26
1.2.3. Infraestructura .....	28
1.2.4. Planificación Estratégica .....	29
1.2.5. Estructura Organizacional .....	35
1.2.6. Recursos Financieros.....	40
1.2.7. Productos.....	42

1.2.8.	Clientes.....	48
1.2.9.	Proveedores .....	51
1.2.10.	Competidores.....	55
2.	PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE.....	56
2.1.	Marco Teórico .....	56
2.1.1.	Definiciones de Proceso .....	56
2.1.1.1.	Elementos del Proceso .....	57
2.1.1.2.	Factores de un proceso:.....	57
2.1.1.3.	Tipos de Procesos .....	59
2.1.2.	Definiciones de Servicio al Cliente.....	60
2.1.3.	Norma ISO 10002:2004.....	61
2.2.	Procesos de Chaide y Chaide.....	63
2.2.1.	Procesos Estratégicos .....	64
2.2.2.	Procesos Misionales .....	64
2.2.3.	Procesos de Apoyo .....	65
2.3.	Procesos de Servicio al Cliente.....	66
2.3.1.	Atención Telefónica .....	69
2.3.1.1.	Indicadores de Atención Telefónica.....	70
2.3.1.2.	Evaluación de atención telefónica.....	71
2.3.2.	Devoluciones .....	84
2.3.2.1.	Indicadores de Devoluciones .....	88
2.3.2.2.	Evaluación de Devoluciones .....	89
2.3.3.	Reparaciones .....	92
2.3.3.1.	Indicadores de Reparaciones.....	98
2.3.3.2.	Evaluación de Reparaciones .....	99

2.3.4.	Servicio de Entregas .....	105
2.3.4.1.	Indicadores de Servicio de Entregas .....	106
2.3.4.2.	Evaluación de la Encuesta de Servicio de Entregas. ....	106
2.3.5.	Servicio de Asesores Comerciales .....	115
2.3.5.1.	Evaluación de Asesores Comerciales.....	115
2.3.6.	Pre auditoría Norma ISO 10002:2004.....	119
2.3.6.1.	Resultados de la Pre auditoría Norma ISO 10002:2004.....	133
3.	PROPUESTA DE DISEÑO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS .....	135
3.1.	De acuerdo a la Norma ISO 10002:2004 el Marco de Referencia para el Tratamiento de las Quejas .....	135
3.1.1.	Compromiso .....	136
3.1.2.	Política.....	136
3.2.	Responsabilidades y autoridades .....	143
3.2.1.	Responsabilidad de la Gerencia .....	143
3.2.2.	Responsabilidades de Jefe de Servicio al Cliente. ....	144
3.2.3.	Responsabilidades de Jefes de Distribución.....	144
3.2.4.	Responsabilidades de Agentes de Contact Center y Asistentes de Producción y Distribución.....	145
3.2.5.	Responsabilidades de todo el personal.....	146
3.3.	Planificación y Desarrollo .....	146
3.4.	Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas .....	148
3.4.1.	Comunicación.....	148
3.4.2.	Recepción de las Quejas .....	156
3.4.3.	Seguimiento de las Quejas .....	158
3.4.4.	Acuse de Recibo de Queja .....	159

3.4.5.	Evaluación de la Queja Inicial .....	160
3.4.6.	Investigación de las Quejas.....	161
3.4.7.	Respuesta de las Quejas.....	162
3.4.8.	Comunicación de la Decisión .....	163
3.4.9.	Cierre de la Queja .....	164
3.5.	Mantenimiento y Mejora .....	165
3.5.1.	Recopilación de la Información .....	166
3.5.2.	Análisis y Evaluación de las Quejas .....	166
3.5.3.	Auditoría del Proceso de Tratamiento de las Quejas.....	167
3.5.4.	Revisión por la dirección del Proceso de Tratamiento de las Quejas .....	168
3.5.5.	Mejora Continua .....	168
3.6.	Cumplimiento de requisitos para Norma ISO 10002.2004 .....	169
4.	PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN .....	176
4.1.	Identificación de Mejoras .....	176
4.2.	Diseño de Plan de Acción.....	1799
4.3.	Cronograma de Planes .....	1822
4.4.	Presupuesto de la Implementación .....	1833
4.5.	Recuperación de la Inversión.....	1832
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	1855
5.1.	Conclusiones .....	1855
5.2.	Recomendaciones .....	1877
	BIBLIOGRAFÍA .....	1899
	ANEXOS .....	1911

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Chaide y Chaide S.A es una empresa en la industria ecuatoriana especializada en la fabricación de productos para el descanso, fundada en noviembre de 1975.

Tiene un posicionamiento de mercado en un 60%, y su marca es recordada.

En la actualidad Chaide y Chaide S.A, no cuenta un registro de quejas y está mejorando el servicio para mayor satisfacción al cliente, para lo cual cuenta Contacto Center cuyo objeto primordial es servir de punto de contacto entre los clientes y la empresa. La empresa tiene implementado SAP ECC 6.0, con los módulos de FI, SD, MM, PP, que está operando desde hace cuatro años.

Actualmente se mide la satisfacción de los clientes por medio encuestas del producto y servicio, para los productos se realiza la gestión de las reparaciones de colchones por garantías, se califica por medio de encuestas después de la entrega.

Al no contar con un sistema de tratamiento de quejas, la organización tiene lo siguiente:

- Quejas sin seguimiento, y solución.
- Desconocimiento de problemas frecuentes, por productos y servicio.

La presente investigación consiste en una propuesta para mejorar el proceso de servicio al cliente en la empresa Chaide y Chaide S.A según la Norma ISO 10002:2004,

mediante el análisis del proceso actual de servicio al cliente, que permite conocer las necesidades y reducir el porcentaje de las quejas, aumentando la capacidad de la organización para mejorar los productos y el servicio al cliente. Por medio de una pre auditoría del proceso actual, se pudo conocer el porcentaje de cumplimiento de la norma, y los requisitos.

## **1. ANÁLISIS SITUACIONAL**

En el primer capítulo, se analizará el desarrollo del sector de los colchones en la actualidad, el crecimiento que ha tenido la compañía en el tiempo, como está estructurada la organización de la empresa. En el análisis externo los puntos son el factor económico, político legal, social cultural, tecnológico, ambiental, industrial. En el análisis interno se revisara la reseña histórica de la empresa, el plan estratégico, la estructura organizacional, los productos, infraestructura.

### **1.1. Antecedentes**

El colchón de la prehistoria era un lecho de hojas, hierbas secas que aislaban al hombre del suelo. El hombre del Neolítico utilizó un colchón primitivo formado por estos materiales envueltos en pieles de animales. En esta época las tribus dormían en grupo, para protegerse del frío. A medida que transcurrían las

civilizaciones. El colchón se amoldó a las costumbres de cada cultura. En Egipto descansaban en hojas de palmera apiladas. La llegada de la cultura griega supuso un atraso respecto a la evolución del colchón. Los griegos obviaron el concepto de colchón y fabricaban piezas de descanso con madera, piedra o mármol, colocaban telas que hacían las veces de almohadas. Los romanos, en principio rellenaban con paja y después lana y finas plumas de ave, con las que también se rellenaban cojines y almohadas. Durante los siglos XVI, los colchones se rellenaban de plumón y eran forrados con tela. En Francia se fabricó el colchón de aire por un limitado periodo de éxito al igual que en el siglo XVII en Londres. (Infocolchon, 2014)

A principios del siglo XVII se lanzaron en el Reino Unido los primeros colchones de muelles. A mediados de la década de 1850 se comenzaron a fabricar, todavía de forma artesanal, muelles cónicos que facilitaban su compresión vertical. (Infocolchon, 2014)

El hombre ecuatoriano al momento de descansar, ha utilizado varios recursos naturales, como la paja o la totora, desde la época colonial empleaban las esteras como cama de dormir. Durante el siglo XX, empezaron a utilizar algodón y lana, que se rellenaban para dar la forma de bolsas. En la década de los 50, iniciaron la fabricación de colchones de espuma, siendo muy populares los sacos llenos de trozos de espuma picada, que brindaban mayor comodidad. Luego en los años 70, aparecen los colchones con resortes y espumas son más sofisticadas. En el siglo XXI, se mejoraron las espumas de alta densidad de los colchones, produciendo

espumas visco elásticas que se adaptaban a la forma del cuerpo. Se lanzan nuevas tecnologías en material, telas, y estructura. (Infocolchon, 2014)

### **1.1.1. Factor económico.**

En el presente se analizará el factor económico en la industria de los colchones, la influencia de los indicadores económicos, la inflación, la regulación de precios, tasas de interés.

#### **1.1.1.1. Interno**

En el ámbito nacional, Ecuador en el 2013 presentó los siguientes indicadores económicos favorables como un crecimiento de 5% en su PIB real. (Ekos, 2013)

En cuanto a las exportaciones, se evidenció una variación positiva de 6,85% con un total de USD 23 769 millones para 2012. EE UU se mantiene como el principal destino comercial, con una participación del 45%. (Ekos, 2013)

Según datos del Banco Central del Ecuador en el 2013, dentro de la producción nacional, la actividad que más aporta a la economía es la Manufactura, con una participación del 12% del PIB. Le sigue el Comercio con 10,6% y la Construcción con 10,31%. (Banco Central del Ecuador, 2014)

En el plano social, de acuerdo al Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (Siise), la pobreza disminuyó a 36,8% para diciembre del 2012 (39,4%, diciembre 2011). Por otro lado, la inflación anual fue de 4,16% y una

tasa de desempleo nacional de 4,1% al cerrar el año anterior. Por su parte, los niveles de consumo de la población mantienen de igual manera una tendencia positiva, lo que genera un beneficio sustancial en las empresas. En tal virtud, el crecimiento del consumo de los hogares para 2012 fue de 4,1%, lo que se refleja en el crecimiento de la facturación de las empresas. (Ekos, 2013)

La estabilidad económica que tiene el país, beneficia al crecimiento de las ventas en la Industria de los colchones, ya que es un producto indispensable en todos estratos social.

En la tabla 1, se puede observar los ingresos de las empresas en la Industria de Colchones.

**Tabla 1.- Ingresos de Empresas de Industrias de Colchones.**

RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD	Total Ingresos (USD Millones)			% Variación	Total Impuesto Causado (USD Millones)			% Variación	% Tipo Impositivo Efectivo (TIE) (USD Millones)		
		2010	2011	2012		2010	2011	2012		2010	2011	2012
		CHAIDE Y CHAIDE S.A.	Manufactura diversa	52,84		61,36	64,29	4,77%		2,16	2,73	2,57
PRODUCTOS PARAISO DEL ECUADOR S.A.	Manufactura diversa	60,03	67,37	60,07	-10,84%	1,27	1,27	0,00	-100,00%	2,12%	1,88%	0,00%

**Fuente:** SRI (2013)

Comparando los ingresos de las empresas, desde el año 2010 al 2011, tuvo una variación positivas en sus ingresos, lo que genero un incrementó en el pago de impuestos, esto se debe al crecimiento del consumo, en los últimos tres años el

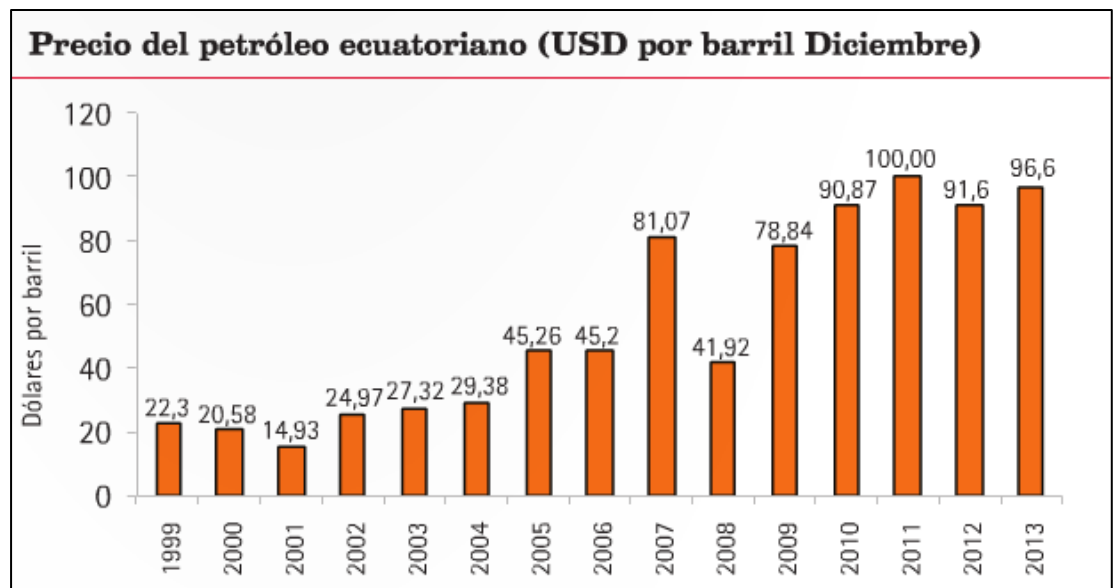
ingreso ha permanecido relativamente constante, con leves incrementos que se refleja el crecimiento en el sector de los colchones.

### 1.1.1.2. Externo

El crecimiento del país según UIEM para el año 2014 es de 4.03%. Al igual que sucede con la región, el crecimiento depende de los resultados de las principales economías mundiales. (Ekos, 2014)

En la figura 1, se observa el Precio del Petróleo Ecuatoriano.

Figura 1.- Precio del petróleo ecuatoriano (USD por barril Diciembre)



**Fuente:** Banco Central del Ecuador. (2013)

En los últimos 4 años el precio del petróleo se mantiene elevado y por encima de los USD 90 por barril, lo que encarece los derivados del petróleo ya que son importados. El incremento en el precio del petróleo es una desventaja para los consumidores, ya que el petróleo es la materia prima para la elaboración de los

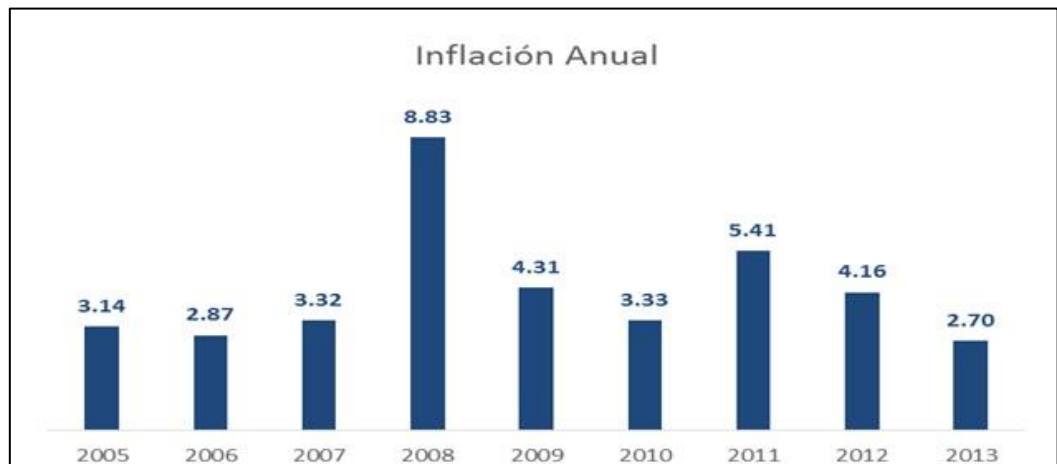
productos químicos, y telas que son necesarios para la producción de colchones. Como las espumas de poliuretano y también para las telas, elaboradas con hilos de fibras sintéticas, como el nylon y el poliéster, esto también afecta al precio de los colchones dando por consiguiente la disminución en el consumo de este producto.

### 1.1.1.3. Inflación anual

Ecuador registró una inflación anual de 2,70% en el 2013 frente al 4,16% del 2012, lo que la ubica como la inflación anual más baja desde hace ocho años, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (INEC, 2014)

En la figura 2, se compara la Inflación Anual del 2005 al 2013.

Figura 2.- **Inflación Anual del 2005 al 2013**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador. (2013)

Según el Banco Central del Ecuador en el año 2013, la inflación anual fue de 2,70%, mientras que la inflación más alta fue en el año 2008 tiene la inflación con el 8,83%, mientras que la inflación más baja 2.70% en el 2013. La

disminución de la inflación tiene un efecto positivo para la industria de los colchones, esto debido a que aumenta el poder adquisitivo del consumidor.

#### 1.1.1.4. Tasas de Interés

La tasa de interés activa vigente es de 8.17%, y la tasa de interés pasiva vigente es de 4.53%, al febrero de 2014, estas tasas se han mantenido desde el año 2012. (Banco Central del Ecuador, 2014)

En la tabla 2, se comparan los Indicadores Económicos al Final del Periodo 2012 y 2013.

Tabla 2.- **Indicadores Económicos al Final del Periodo.**

<b>INDICADORES ECONÓMICOS AL FINAL DEL PERIODO</b>			
<b>Mes</b>	<b>dic-13</b>	<b>dic-12</b>	<b>Difer.</b>
Tasa Pasiva (%)	4,53	4,53	0,00
Tasa Activa (%)	8,17	8,17	0,00
Tasa Máxima Convencional (%)	9,33	9,33	0,00
Costo real del dinero (%)		15,22	0,00
Inflación Anual (% Var.)	2,70	4,16	-1,46
Inflación Mensual (% Var.)	0,20	-0,19	0,39
Precio del Petróleo (US\$/barril)	99,55	91,6	7,96
RILD (Millones US\$)	4.360,5	2.482,5	172,82

**Fuente:** Banco Central del Ecuador. (2013)

En la tabla 2, se observa los principales indicadores económicos al final del periodo 2012 y 2013, los intereses se mantienen. A la industria de los colchones le resulta positiva que la tasa de interés se mantenga, puesto que los consumidores pueden acceder a los créditos y mantienen uso de tarjetas de

crédito así aumenta el consumo de los colchones. (Banco Central del Ecuador, 2014).

### **1.1.2. Factor Político Legal**

La Industria de los Colchones debe cumplir con leyes, que imponga el Gobierno, con el Servicio de Rentas Internas, Normas de Seguridad Social con las obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, regulaciones ambientales con el Ministerio del Ambiente, seguridad industrial y salud ocupacional que regula el Ministerio de Relaciones Laborales, Ministerio de Comercio Exterior. (Dávila, 2014)

Las principales leyes que tienen relación directa con la producción y la comercialización de colchones se resumen en los siguientes aspectos:

- Ley de régimen tributario, que emite el SRI.

La industria debe cumplir con las obligaciones tributarias, como Impuesto a la renta, IVA, Retención de Impuestos el SRI regula el cumplimiento. (SRI, 2014)

- Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado.

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado protege a los consumidores, a los empresarios, pero sobre todo a los pequeños y medianos productores, de los abusos derivados de la alta concentración económica y las prácticas monopólicas. El Poder de Mercado es la capacidad que tiene un operador económico (empresa, industria, etc.) de

incidir en el comportamiento del mercado. La ley garantiza a las empresas reglas claras y transparentes para competir en condiciones justas, y que sus logros puedan darse por eficiencia y no por prácticas tramposas o desleales. (SENPLADES, 2014)

La ley regula a la Industria de Colchones a competir en condiciones justas, que no exista monopolio.

- Ley de Gestión Ambiental.

La Industria de Colchones debe cumplir con la Normativa Ambiental local y nacional, en lo referente a descargas, vertidos y emisiones de las plantas industriales. Las medidas ambientales para la prevención y mitigación de las afectaciones o impactos ambientales. (Ministerio del Ambiente, 2014)

### **Normativa Técnica**

- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2-266:2000, “Transporte, almacenamiento, manejo de productos químicos peligrosos”
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2-288:2000, “Productos químicos industriales peligrosos. Etiquetado de precaución”
- Norma Técnica Ecuatoriana INEN 439 [colores, señales y símbolos de seguridad].
- Norma Técnica Ecuatoriana INEN NTE 440 [colores de identificación de tuberías].

- Reglamento general del Seguro de Riesgos de Trabajo, expedido mediante Resolución N° 741 del Consejo Superior del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de mayo 30 de 1990.
- Reglamento de Prevención de Incendios. Registro Oficial No. 47, del 21 de marzo del 2007. (Ecosambito, 2010)
- Ley de Comercio Exterior.

La industria del descanso se vio afectada por el incremento de arancel en una de las materias primas, en la Resolución Nro. 003-2014 del COMEX se encuentra en incremento de la tarifa arancelaria del 20 a 25. (COMEX, 2014)

En la tabla 3, se encuentra la Tarifa Arancelaria de Grapas.

**Tabla 3.- Tarifa Arancelaria de Grapas.**

<b>Código</b>	<b>Designación de la Mercancía</b>	<b>Tarifa Arancelaria</b>
7317000000	Puntas, clavos, chinchetas (chinches), grapas apuntadas, onduladas o biseladas, y artículos similares, de fundición, hierro o acero, incluso con cabeza de otras materias, excepto de cabeza de cobre.	25

**Fuente:** CCOMEX. (2014)

En la tabla 3 se encuentra la reforma de la tarifa arancelaria de las grapas apuntadas, que está vigente desde el 14 de enero de 2014, en la resolución N°. 003-2014. Las grapas son materia prima de la Industria de los

Colchones, con las que se fabrican los paneles de resortes de los colchones, este incremento en la tarifa arancelaria sube los costos de fabricación de los colchones.

Las otras materias primas importadas no se han visto afectadas por las reformas arancelarias y por la restricción a las importaciones.

Las principales materias primas son importadas como los químicos derivados del polioli, clips, paneles pocket, tela, tela no tejida, padding blanco, grapas, telas antideslizantes.

### **Matriz Productiva:**

En la Industria de los colchones la matriz que afecta son:

3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica. (SENPLADES, 2013)

Este punto afecta a la industria ya que hay materia prima que se importa, grapas para la fijación de tapa con el panel, clips, para la fijación de marcos.

En la resolución 003-2014 hay un incremento en el arancel de grapas de 20 a 25 que pertenecen a la metalmecánica, la matriz productiva busca que se deje de importar estos productos y que se incremente la compra de productos nacionales.

En la tabla 4, se compara la Industrias Priorizadas.

Tabla 4.- **Industrias Priorizadas**

Sector	Industria
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
	8) Productos forestales de madera
SERVICIOS	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

**Fuente:** SENPLADES. (2013)

En el tabla 4, se muestra las Industrias que están priorizadas según la matriz productiva, en la matriz actual el país importa la materia prima hay escasa participación del talento humano, y se importa producto terminado. La propuesta actual es exportar productos elaborados incrementando la producción actual de las industrias, tecnología, aumentando las plazas de empleos.

En conclusión el cambio en la matriz productiva, afecta a la industria de los colchones por el incremento en los aranceles al 25% en la industria Metalmecánica, ya que se importa grapas, clips para la fijación de marcos

de los paneles de resortes y eso hace que el producto final tenga un costo más alto.

### 1.1.3. Factor Socio Cultural

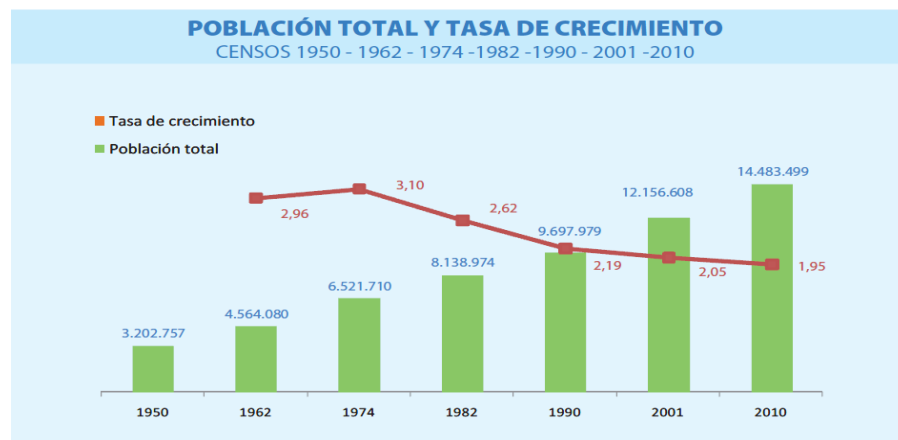
En el factor socio cultural se analizará el crecimiento de la población, y el incremento de consumo de los colchones. Se compara el número de colchones en el hogar, por ciudades y por estratos sociales, el tiempo de duración o vida útil de colchones.

#### 1.1.3.1. Población

Según los resultados del Censo 2010, hay 14.483.499 habitantes en el Ecuador, el 50.44% de la población es femenina 7.305.816, y el 49.56% de la población es masculina 7.177.683. El país bordea una tasa de crecimiento poblacional anual de 1,95. (INEC, 2013)

En la figura número 3, se compara la Población Total y la Tasa de Crecimiento.

Figura 3.- **Población Total y Tasa de Crecimiento.**

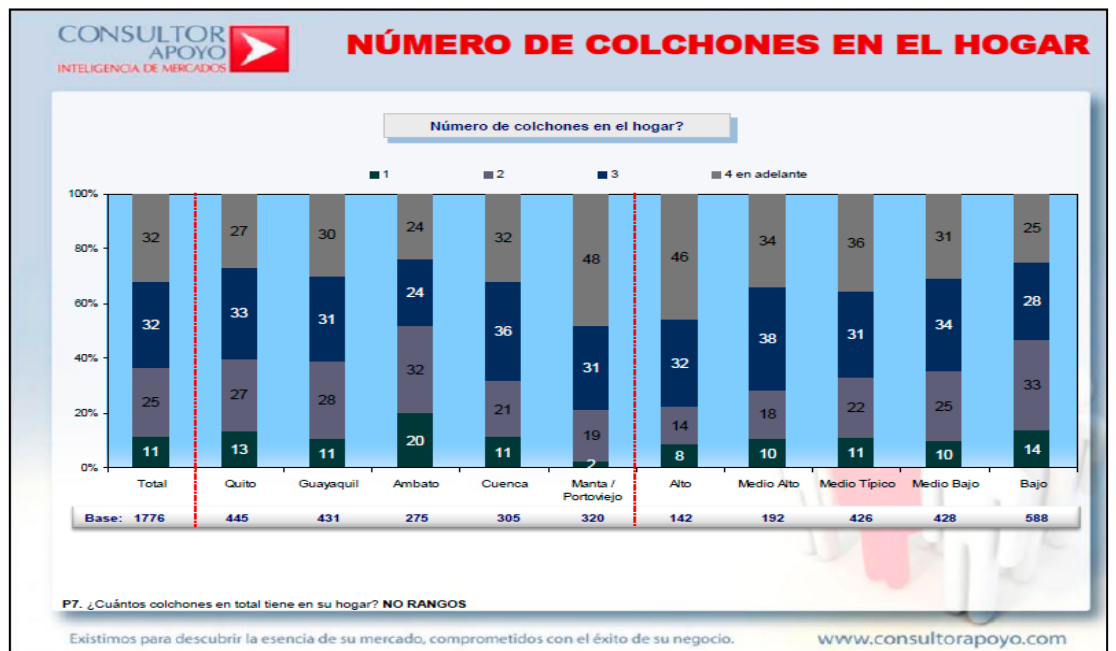


**Fuente:** INEC. (2013)

Según el INEC, los resultados del censo en el 2010 fue 14.483.499 habitantes y la tasa de crecimiento es de 1.95%, para la Industria de los colchones esto tiene un efecto positivo ya que con el incremento de habitantes por hogar aumenta el consumo de estos productos.

En la figura 4, se compara el número de colchones en el hogar.

**Figura 4.- Número de Colchones en el Hogar**



**Fuente:** Estudio de Mercado Consultor Apoyo (2010)

Según el Estudio de Mercado de Consultor Apoyo en el año 2010, el resultado de una base de 1.776 encuestas por ciudades, y por nivel socio económico dio como resultado el 11% de hogares tiene un colchón, el 25

% tiene 2 colchones, 32% tienen 3 colchones y el 32% tienen de 4 colchones en adelante.

Resultados de encuestas por nivel socio económico:

En la Clase Alta de una base de 142 encuestados, el 8% tiene un colchón por hogar, el 14% tienen 2 colchones por hogar, el 32% tienen 3 colchones por hogar, y el 46% tienen 4 colchones en adelante.

Clase Media Alta: el 10% tiene un colchón por hogar, el 18% tienen 2 colchones por hogar, el 38% tienen 3 colchones por hogar, y el 34% tienen 4 colchones en adelante.

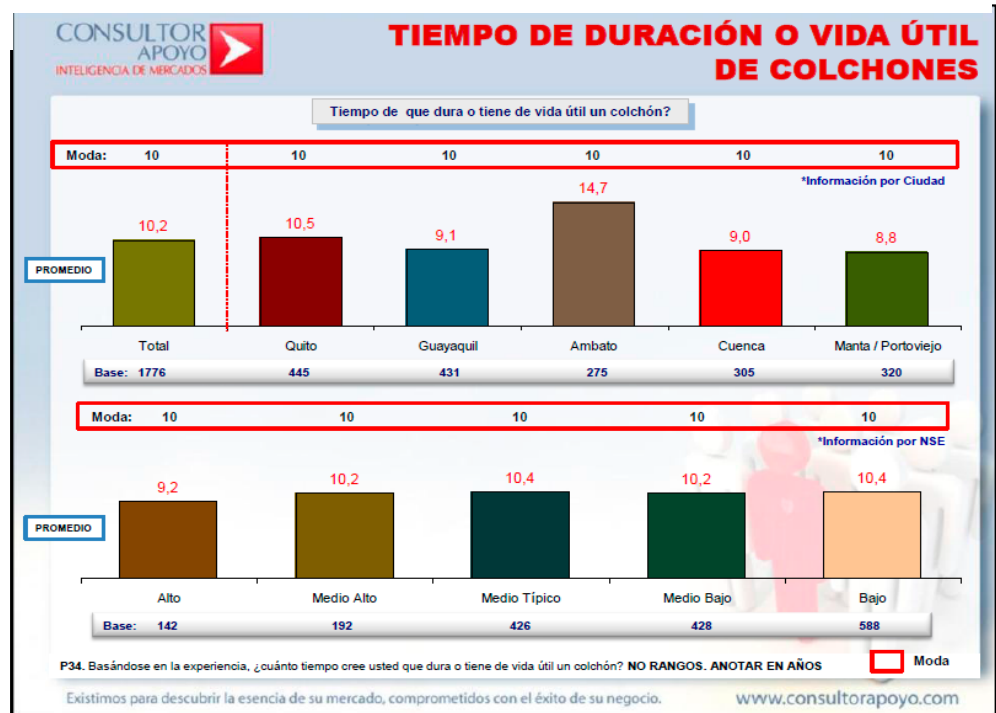
Clase Media Típico: el 11% tiene un colchón por hogar, el 22% tienen 2 colchones por hogar, el 31% tienen 3 colchones por hogar, y el 36% tienen 4 colchones en adelante.

Clase Media Baja: el 10% tiene un colchón por hogar, el 25% tienen 2 colchones por hogar, el 34% tienen 3 colchones por hogar, y el 31% tienen 4 colchones en adelante.

Clase Baja: el 14% tiene un colchón por hogar, el 33% tienen 2 colchones por hogar, el 28% tienen 3 colchones por hogar, y el 25% tienen 4 colchones en adelante.

En la figura 5, se compara el tiempo de duración o vida útil de colchones.

Figura 5.- Tiempo de Duración o Vida Útil de Colchones



**Fuente:** Estudio de Mercado Consultor Apoyo (2010)

Según el Estudio de Mercado de Consultor Apoyo en el año 2010, el resultado de una base de 1.776 encuestas del tiempo de duración o vida útil de colchones es de 10.2 años. Es decir que cada 10.2 años en el Ecuador cambian de colchones por ciudades.

Por nivel socio económico, la clase alta de una base de 142 encuestados dio como resultado que cambian de colchón cada 9.2 años, la clase media alta de una base de 192 encuestados cambia de colchón cada 10.2 años, la clase media alta de una base de 192 encuestados cambia de colchón cada 10.2 años.

#### **1.1.4. Factor Tecnológico**

La industria de los colchones requiere mantenerse siempre al día en la maquinaria para la elaboración de colchones, sobre todo cuando la mayoría de componentes se elaboran en una misma planta industrial.



Las maquinarias que se necesitan para la fabricación de colchones son:

- Máquina Espumadora
- Máquina Cortadora de Espuma
- Máquina Acolchadora de Colchones
- Máquina de Resortes
- Máquina Cerradora de Colchones
- Plastificadora.

Las empresas industriales van a ferias internacionales de colchones, en donde ven las nuevas tendencias en maquinarias que mejoran el proceso productivo.

En la tabla 5, se encuentra la Máquina básica para la elaboración de colchones.



Tabla 5.- Maquinaria básica para la elaboración de colchones.

Imagen	Descripción
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquinas para la elaboración de resortes</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo para el corte y acolchado de las tapas que conforman un colchón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo para la elaboración de espumas de poliuretano</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de corte de láminas de espuma</li> </ul>

**Fuente:** Chaide y Chaide (2010).

En la tabla 5 están las maquinarias de la elaboración de resortes, equipo de corte y acolchado de las tapas que conforman un colchón, equipo para la elaboración de espumas de poliuretano, equipos de corte de láminas de espuma. Estas maquinarias son necesarias para la elaboración de colchones. En la tabla 6, se encuentra la maquinaria básica para el ensamblado de colchones.

**Tabla 6.- Maquinaria básica para el ensamblado de colchones.**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquina para la costura y cerrado lateral de los colchones</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquina plastificadora de colchones (embalaje)</li> </ul>

**Fuente:** Calidad Chaide y Chaide (2010).

Se puede observar en la tabla 6, la Maquinaria para la costura, cerrado y plastificadora de colchones, estas maquinarias son importadas.

### **1.1.5. Factor Ambiental**

El Ministerio del Ambiente es la entidad que controla a las empresas industriales, para mejorar la calidad de vida de la población, controlando la calidad de agua, clima, aire y suelo, para que las empresas tengan responsabilidad con el ambiente.

Las empresas industriales deben cumplir con la Normativa Ambiental local y nacional, en lo referente a descargas, vertidos y emisiones de la planta industrial, deben realizar evaluación de los impactos ambientales.

La Industria de los Colchones, en las etapas del proceso productivo generan desechos químicos, de productos químicos que se usan para elaborar las espumas de poliuretano, el ruido de la maquinaria puede ocasionar una contaminación auditiva.

Las leyes que deben cumplir son las siguientes:

#### **Ley de Gestión Ambiental.**

La Codificación de la Ley de Gestión Ambiental, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 418 del 10 de septiembre de 2004, previo a su actual status de codificada, la expedición de la Ley de Gestión Ambiental (D.L. No. 99-37: 22-07-99 R.O. No. 245: 30-07-99) norma por primera vez la gestión ambiental del Estado, y da una nueva estructuración institucional; además, se establecen los principios y directrices de una política ambiental, determinando las obligaciones de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

### **Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental**

Publicado en el Registro Oficial No. 097 del 31 de Mayo de 1976 (LPCCA).

La LPCCA fue expedida en 1976. En 1999 mediante la promulgación de la LGA se reformó íntegramente el marco institucional de la LPCCA que establecía un régimen de gestión ambiental a través del Comité Interinstitucional de Protección del Ambiente actualmente reemplazado por los esquemas administrativos creados por la LGA.

### **Ley Orgánica de Salud**

Publicada en el Registro Oficial 423 del 22 de diciembre de 2006.

### **Ley Reformatoria al Código Penal**

Registro Oficial N° 2 del 25 de enero del 2000.

En esta ley se tipifican los delitos contra el Patrimonio Cultural, contra el Medio Ambiente y las Contravenciones Ambientales, además de sus respectivas sanciones.

### **Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre**

La presente ley tiene por objeto normar la utilización sostenible y la protección de los bosques y tierras forestales en beneficio de las generaciones actuales y futuras, armonizando el interés social, económico y ecológico del país.

### **Ley de Régimen Municipal**

Publicada en el Registro Oficial No. 331 del 15 de octubre de 1971.

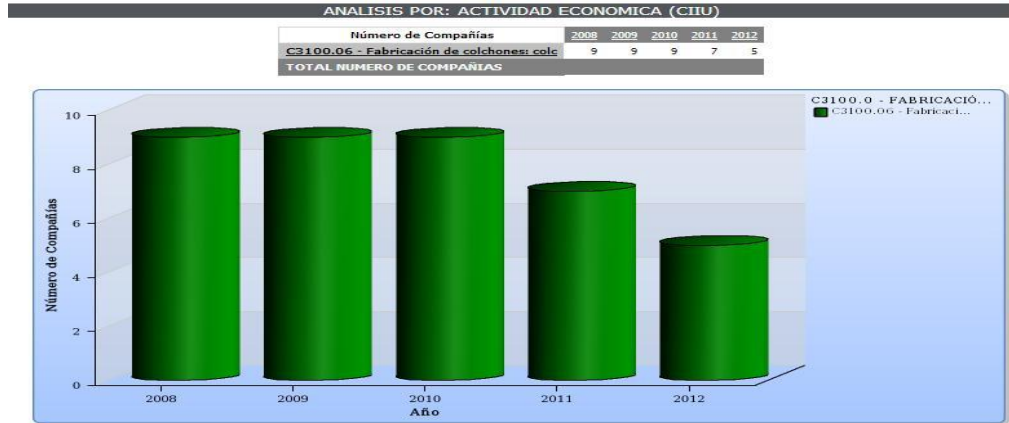
Codificada en el 2005, establece que entre las funciones primordiales de los Municipios, las siguientes: la Planificación del Desarrollo Regional; Prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente en coordinación con las entidades afines. También le corresponde el Formular los planes reguladores de desarrollo físico cantonal y los planes reguladores de desarrollo urbano, Velar por el fiel cumplimiento de las normas legales sobre saneamiento ambiental y especialmente de las que tienen relación con ruidos, olores desagradables, humo, gases tóxicos, polvo atmosférico, emanaciones y demás factores que pueden afectar la salud y bienestar de la población. Así como la potestad de establecer unidades de gestión ambiental, que actuarán temporal o permanentemente. (Ecosambito, 2010)

#### **1.1.6. Industria de Colchones.**

Según la Superintendencia de Compañías en el año 2012, en Ecuador hay 5 empresas que se dedican a la fabricación de colchones. En los últimos años ha ido decreciendo las empresas que fabrican colchones, pero están ingresando al mercado empresas del extranjero que tienen representación en el mercado de Latinoamérica.

En la figura 6, se encuentra el Número de Compañías que Fabrican Colchones.

**Figura 6.- Número de Compañías que Fabrican Colchones.**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías. (2012)

En el análisis de la Superintendencia de Compañías en el 2012 en número de compañías que fabrican colchones se ha reducido de 9 empresas a 5 empresas en los últimos 5 años.

En el Tabla 7, se encuentra las Compañías que Fabrican Colchones.

**Tabla 7.- Compañías que Fabrican Colchones.**

**ANÁLISIS POR: ACTIVIDAD ECONOMICA (CIU)**

Número de Compañías	2008	2009	2010	2011	2012
<u>CARVLIP S.A.</u>	1	1	1	1	0
<u>CHAIDE Y CHAIDE SA</u>	1	1	1	1	1
<u>COMERCIAL INDUSTRIAL CICLA CIA. LTDA.</u>	1	1	1	1	1
<u>DORMIMUNDO S.A.</u>	1	1	1	1	0
<u>PRODUCTOS PARAISO DEL ECUADOR SA</u>	1	1	1	1	1
<u>PRODUCTOS ROMOTT C LTDA</u>	1	1	1	1	1
<u>RESIFLEX - DURAFLEX S.A.</u>	1	1	1	1	1
<u>TRANSVENTAS S.A.</u>	1	1	1	0	0
<b>TOTAL NUMERO DE COMPAÑIAS</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías. (2012)

Las empresas que fabrican colchones en el año 2012 son 5, Chaide y Chaide S.A, Comercial Industrial CICLA Cía. Ltda., Productos Paraíso del Ecuador,

Productos Romott Cía. Ltda., Resiflex- Duraflex S.A. Las empresas que ya no están en el mercado son Carvlip S.A, Dormimundo S.A, Plastimuebles Cía. Ltda. Transventas S.A.

La Industria de los Colchones está liderada por la empresa Chaide y Chaide que tiene una participación estimada en el mercado del 60,05%.

En la tabla 8 se compra la Participación en el Mercado de Colchones.

**Tabla 8.- Participación en el Mercado de Colchones**

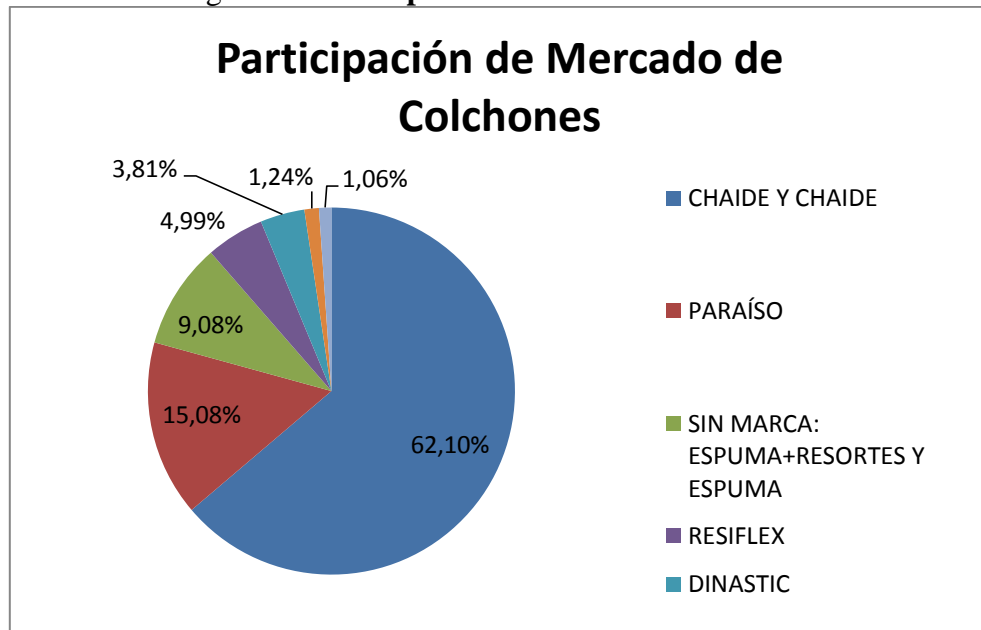
MARCA	TOTAL COLCHONES	PARTICIPACIÓN %
CHAIDE Y CHAIDE	594.629	60,05%
PARAÍSO	156.487	15,80%
SIN MARCA: PAJA Y LANA DE CEIBO	12.239	1,24%
SIN MARCA: ESPUMA+RESORTES Y ESPUMA	89.900	9,08%
DINASTIC	37.768	3,81%
RESORTPEDIC	4.896	0,49%
RESIFLEX	49.441	4,99%
LEÓN	18.884	1,91%
REGINA	13.650	1,38%
CARNAVAL	6.644	0,67%
OTROS	5.639	0,57%
<b>TOTAL</b>	<b>990.176</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado Consultor Apoyo (2010).

En la tabla 8 la empresa Paraíso tiene el 15,58%, luego la empresa Resiflex con el 4,99%, existen otros productos sin marca que tienen participación en el mercado, que buscan ingresar al mercado en la línea económica. Hay empresas similares que buscan ingresar al mercado con productos nuevos e innovadoras.

En la figura 7, se compara la Participación de Mercado de Colchones.

Figura 7.- Participación de Mercado de Colchones.



**Fuente:** Estudio de Mercado Consultor Apoyo (2010)

Las empresas que tiene participación en el mercado de colchones son Chaide con el 62,10%, Paraiso 15,08%, Resiflex 9,08%, Dinastic 3,81%, actualmente en la Industria ha ingresado la compañía Gerardo Ortiz & Hijos Cía. Ltda. ingreso con colchones en la línea económica ha ingresado. (Villagomez, 2014)

Las empresas internacionales que están ingresando al país son; la empresa Rosen Latinoamérica que ofrece productos de la línea de descanso en Ecuador. Tempur Ecuador, ingreso al mercado con colchones con tecnología de espumas viscoelásticas.

## **1.2. Análisis de Chaide y Chaide.**

### **1.2.1. Reseña Histórica.**

Chaide y Chaide es una marca sólida que se destaca por la calidad de sus productos, constante innovación y tecnología de punta. Se inició en un pequeño galpón al sur de Quito, con un capital de USD 50 000 y financiamiento de la Corporación Financiera Nacional. (Ekos, 2011)

Chaide y Chaide ya era un nombre reconocido en Perú desde la década de los 50, época en la cual, Natalio Stisin Besnoz, inmigrante argentino, adquirió la fábrica de muebles y colchones a dos hermanos de origen ruso de apellido Chaide, lo cual dio origen a la marca en ese país, que posteriormente fue registrada en Ecuador por su hijo Jorge Stisin. (Ekos, 2011)

Durante los primeros años en Ecuador se dedicó a la producción de muebles de sala, comedor, dormitorio y modulares. En 1980 incursionó en la fabricación de colchones de esponja, con una producción inicial de 15 unidades diarias y en 1984 incorporó la línea de colchones de resortes fabricados con maquinaria suiza y americana, alcanzando una producción de 120 colchones diarios.

Uno de sus principales aciertos ha sido adelantarse a la competencia. Hace más de 2 décadas fue pionera en la fabricación de colchones de resortes y espuma, para lo cual modificó su modelo de producción y negocios. Desde el año 2007 hasta el momento mantiene una campaña dinámica de innovaciones tecnológicas para refrescar y actualizar la marca y consolidar su liderazgo Premium. En 1994 obtuvo la Licencia de Restonic Mattress Corporation de los Estados Unidos, organización líder en tecnología para la fabricación de colchones; en el año 2003 recibió la Certificación ISO 9001:2000. En ese mismo año adquirió colchones Regina en Guayaquil y en 2005 inauguró sus modernas instalaciones en Sangolquí-Amaguaña. De los 36 años de vida de la marca, 23 han sido administrados por Carmen B. de Stisin, quien asumió la Gerencia de la Compañía después del fallecimiento de su esposo. Su filosofía ha sido muy clara: ofrecer a los ecuatorianos el mejor producto del mercado, lo cual le ha brindado grandes satisfacciones. (Ekos, 2011)

### **1.2.2. Ubicación**

La Empresa Chaide y Chaide se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha en el Cantón Rumiñahui, desde donde opera la planta de producción y oficinas

administrativas, se encuentran ubicadas en la Av. Shyris. Km 4 Sector San José Vía Sangolqui-Amaguaña.

En la figura 8, se encuentra la Ubicación de la planta principal de Chaide y Chaide.



**Figura 8.- Ubicación de la planta principal de Chaide y Chaide.**

En la figura 8 se encuentra la ubicación de la planta principal y las oficinas de la empresa Chaide y Chaide, se encuentra dentro de un área de cinco hectáreas, en la Zona Industrial de Sangolqui.

En la figura 9, se encuentra la Ubicación de la planta Chaide y Chaide en Guayaquil.

Figura 9.- Ubicación de la planta de Chaide y Chaide en Guayaquil



**Fuente:** Google Earth (2014).

En la ciudad de Guayaquil la planta se encuentra ubicada, en la dirección 2do Pasaje 32 NO y calle 18 H NO Sector Industrial Mapasingue.

### 1.2.3. Infraestructura

La infraestructura de Chaide y Chaide, está compuesta por las oficinas administrativas y por seis secciones de producción, distribuidas en dos naves industriales, la primera es el área de espuma y prensado en donde se elabora las espumas de poliuretano, en la segunda sección se encuentra el área de paneles, en donde se fabrican los paneles de resortes, el área de forros, el área de ensamblado, y el área de fabricación de muebles. Y la sección de fabricación de almohadas se encuentra en una pequeña nave.

Dentro de las instalaciones de la planta, se encuentra la bodega de materia prima, mantenimiento y distribución de los colchones.



**Prioridad:** Calidad

**Desafío:** Innovación constante

**Actitud:** Respeto a las personas y al planeta.

**Compromiso:** Desarrollo del personal, integridad en todos los actos, igualdad de oportunidades, comunicación abierta, ambiente de trabajo digno, respeto a la competencia.

La visión de la empresa es liderar la Industria del Descanso mejorando la calidad de los productos y servicio, con la innovación constante, y cumplir con las expectativas de los clientes. El compromiso interno de la empresa es el desarrollo del personal, y el ambiente del trabajo para motivar al equipo de trabajo y aumentar la productividad.

### **Políticas de la Empresa.**

#### **Política de Calidad.**

Cumplir con los requerimientos del cliente externo e interno, a través del mejoramiento continuo de los procesos.

#### **Política Seguridad, Salud, y Ambiente.**

Chaide, empresa dedicada a la fabricación de colchones y complementos para el descanso, tiene como política proteger todos sus recursos especialmente humano que constituye el valor más importante de la organización, por ellos todas sus actividades están dirigidas a mantener un ambiente de trabajo, seguro y saludable, a través de asignación de recursos necesarios en busca de la mejora

continua, cumpliendo y haciendo cumplir con la normativa nacional vigente en materia de seguridad, salud y ambiente.

### **Política Energética**

La alta dirección de Chaide, se compromete a reducir consumos y costos energéticos así como de promover la sostenibilidad ambiental y económica para lograr el uso eficiente de la energía.

Considera el mejoramiento continuo del desempeño energético y provee de los recursos y la información necesarios para alcanzar los objetivos y metas energéticas cumplen con los requisitos legales y otros aceptados por la organización y apoya la adquisición de productos y servicios energéticamente eficientes. (Chaide y Chaide, 2013)

### **FODA**

#### **FORTALEZAS:**

- 1.- Posicionamiento de Marca
- 2.- Imagen de la empresa
- 3.- Definir Arquitectura de Marca
- 4.- Apoyo al desarrollo del personal
5. Uso de TI
- 6.- Diversificación por línea de negocio y segmentos socioeconómico
- 7.- Tiendas propias, cadenas comerciales y franquicias
- 8.- Orientación a lo saludable y ecológico
- 9.- Nuevos proveedores
- 10.- Compra en línea (B2B)
- 11.- Redes sociales y comunicación en medios digitales

**Análisis:**

Las fortalezas de la empresa Chaide y Chaide son el posicionamiento de mercado, y la imagen de la empresa, tiene una gran participación en el mercado. El apoyo al desarrollo del personal, y la organización obtiene mejores resultados con la participación del personal. El uso de TI, la compañía ha invertido en mejorar con la TI, usando ERP que mejora los sistemas integrando los procesos operativos. La orientación a lo saludable hace que la empresa con nuevas innovaciones amigables con el ambiente ingresen al mercado. Los medios electrónicos como la página web, las redes sociales son una fortaleza para la empresa ya que se incrementa la compra en línea, y el consumidor conoce sobre novedades y productos nuevos.

**OPORTUNIDADES:**

- 1- Integración vertical
- 2.- Renovación de colchones en menor tiempo
- 3.- Incremento de la esperanza de vida y la población mayor
- 4.- Mercado de colchones de bebés
- 5.- Incremento de Exportaciones
- 6.- Incremento del gasto publico
- 7.- Incremento capacidad adquisitiva del consumidor
- 8.- Colchones para mascotas
- 9.- Crecimiento demográfica en centros urbanos

**Análisis:**

La empresa Chaide y Chaide tiene varias oportunidades, como la integración vertical de la empresa ya que la empresa opera en más de un nivel de canal de distribución, la renovación de colchones en menor tiempo hace que tenga la

oportunidad de vender más productos, el incremento de la esperanza de vida y la población mayor, y el mercado de bebés hace que los consumidores compren más productos. El incremento de las exportaciones a países como Colombia y Perú hacen que la marca sea reconocida y que tome posicionamiento de mercado generando mayor incremento en las ventas. El mercado de colchones para mascotas, el crecimiento demográfico urbano hace que se incremente el número de consumidores en las ciudades.

### **DEBILIDADES:**

#### **Eficacia Estratégica**

- 1.- Falta enfoque e investigación de mercado
- 2.- Proceso Diseño y Desarrollo
- 3.- Cultura servicio al cliente
- 4.- Falta definición de Modelo sobre Responsabilidad Social

#### **Eficiencia Operativa ( Cadena de Valor)**

- 5.- Calidad de productos
- 6.- Gestión de Compras e Inventario
- 7.- Proceso de Planificación en SAP (Ventas - Producción - Compras)

#### **Enfoque Externo (cliente distribuidor y final)**

- 8.- Servicio entrega cliente final y distribuidor
- 9.- Atención lenta en devoluciones y reparaciones
- 10.- Gestión y Aspecto físico tiendas propias

#### **Enfoque Interno (Procesos de Apoyo)**

- 11.- Eficacia en selección del personal
- 12.- Seguridad y salud ocupacional

Las Debilidades de la empresa están divididas en 4 puntos, Eficacia Estratégica, Eficiencia Operativa (Cadena de Valor), Enfoque externo (cliente distribuidor y final), Enfoque Interno (Procesos de Apoyo).

En Eficacia Estratégica, la debilidades son la falta de investigación de mercado, el proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos con esto se desconoce cómo está el mercado actual y cuales son al nuevas necesidades del consumidor, la falta de cultura de servicio al cliente, hace que no cumpla las expectativas del consumidor, y la falta de definición de Responsabilidad Social de la Empresa.

En Eficiencia Operativa, la debilidad son la calidad de los productos que el cliente sienta que los productos son malos por falta de control en los procesos productivos, Gestión de compras e inventarios al no realizarse a tiempo las demoras de la compra de materia prima, genera un retraso en la producción y el incremento de costos del producto. El proceso de planificación en SAP (Ventas Producción-Compras) el no tener una planificación genera problemas ya que si no se realiza el presupuesto de ventas, producción no cumple ya que compras no tiene la información correcta.

En el Enfoque Externo, la debilidad es la entrega a cliente final y distribuidor, y la atención lenta en devoluciones y reparaciones, las demoras en las entregas le genera a la empresa pérdida de credibilidad de los clientes. Otra debilidad es el aspecto físico de tiendas propias, según las encuestas a los clientes no les gustan las tiendas propias de Chaide.

En el Enfoque Interno, la eficacia en la selección del personal hay rotación en la empresa.

#### **AMENAZAS:**

- 1.- Competencia (mayor rivalidad)
- 2.- Incremento capacidad instalada (oferta)
- 3.- Control y exigencia del Gobierno a la empresa privada
- 4.- Ley de control del poder de mercado
- 5.- Fusiones o adquisiciones de la competencia

#### **Análisis:**

Las amenazas de Chaide y Chaide son la competencia hay mayor rivalidad, hay más empresas locales y extranjeras que ofrecen productos similares.

El control y exigencias del Gobierno a la empresa privada, hay mayor leyes que afectan a la industria, la mayoría de materias primas son importadas y las restricciones han afectado.

Las fusiones o adquisiciones de la competencia, es una amenaza ya que pueden ocupar mayor parte del mercado.

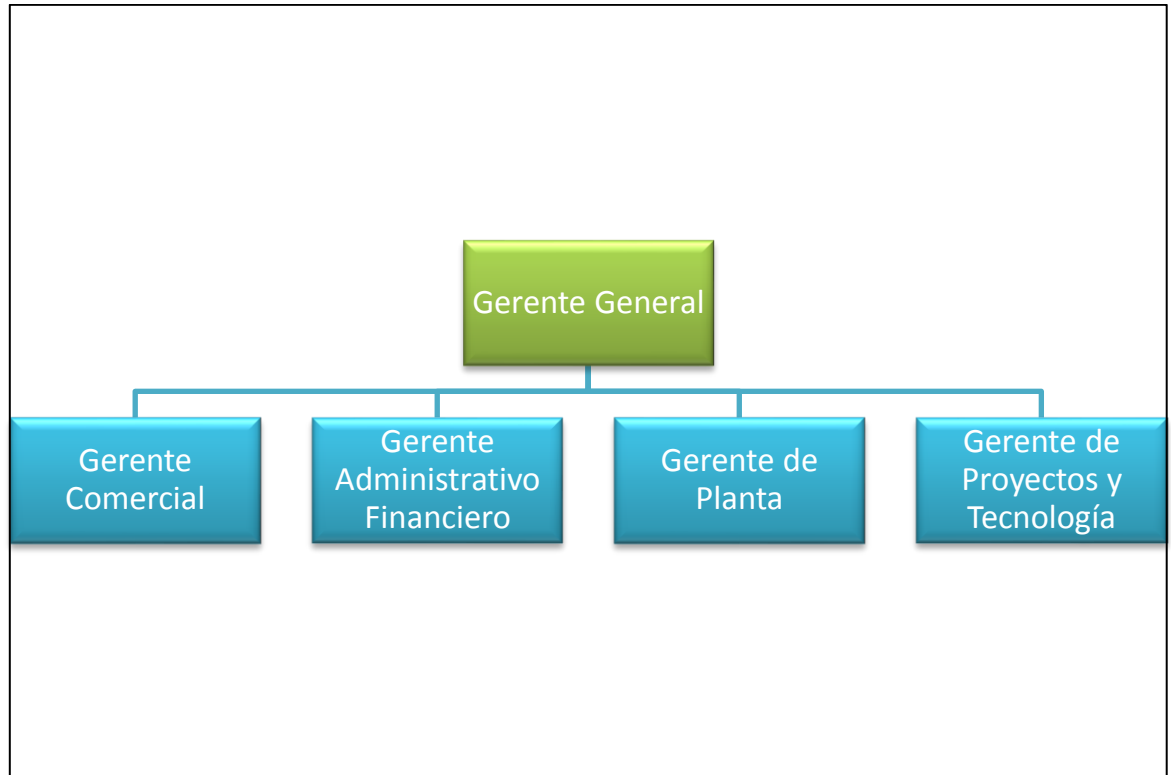
### **1.2.5. Estructura Organizacional**

#### **Organización de la Empresa.**

La empresa Chaide y Chaide S.A. tiene 480 empleados a nivel nacional, en la planta Quito son 342 empleados y en la planta de Guayaquil tiene 138 empleados. La Organización estructural de la empresa es vertical, empezando por las gerencias, jefes de cada área, asistentes.

En la figura 11 se encuentra la estructura gerencial de la empresa.

Figura 11.- **Estructura Gerencial**



**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

Chaide y Chaide tiene 4 gerencias principales, Gerencia Comercial, Gerente Administrativo Financiero, Gerente de Planta, Gerente de Proyectos y Tecnología se divide en 3 organigramas el área administrativa, producción y comercial.

La estructura completa de la empresa está en el (Anexo 1, Organigrama Estructural de Ventas de Chaide y Chaide).

**Administrativa Financiera.**

El organigrama del área Administrativa Financiera es vertical tiene 6 niveles empieza en la Gerencia General, Gerencia Administrativa Financiera que tiene a cargo 8 Jefes de las siguientes áreas Crédito, Contabilidad, Tesorería, Compras, Distribución, Recursos Humanos.

- Crédito

Jefe de Crédito y Cobranzas GYE, 2 Asistentes de y Crédito y Cobranzas, 1 Auxiliar de oficina GYE.

Jefe de Crédito y Cobranzas UIO, 2 Asistentes de y Crédito y Cobranzas.

- Contabilidad.

Jefe de Contabilidad, tiene a cargo 2 subcontadoras, 2 Asistentes contables, 1 asistente de costos.

- Tesorería

Jefe de Tesorería, tiene a cargo 1 asistente de Tesorería Quito, 1 asistente de Tesorería GYE.

- Compras

Jefe de Compras, tiene a cargo 1 Jefe de Bodega de Materia Prima y Ayudantes de Bodega de Materia Prima, Mensajero Quito.

- Distribución.

Jefe de Distribución GYE, Coordinador de Distribución GYE, Asistentes de Distribución, Asistente de Bodega GYE, Choferes GYE, Ayudantes de Choferes GYE.

Jefe de Distribución UIO, Coordinador de Distribución UIO, Asistentes de Distribución UIO, Asistente de Bodega UIO, Choferes UIO, Ayudantes de Choferes UIO.

- Recursos Humanos

Jefe de Recursos Humanos, Asistente de Recursos Humanos, Médico Ocupacional UIO-GYE, Trabajadora Social, Chofer de Gerencia, Auxiliar de Limpieza UIO.

En el (Anexo 2, Estructura Organizacional de Finanzas).

### **Producción.**

El organigrama del área de Producción tiene una estructura vertical, tiene 8 niveles y 4 Jefes de las siguientes áreas Seguridad y Salud Ocupacional, Producción Quito, Mantenimiento, Producción Guayaquil.

- Seguridad y Salud Ocupacional.

Coordinador de Sistema de Gestión de Calidad y Ambiente, Médico Ocupacional UIO-GYE, Trabajadora Social, Asistente de Seguridad y Salud Ocupacional.

- Producción Quito

Planificador 1 y 2, Jefe de Muebles, Jefe de Paneles de Resortes, Jefe de Fabricación de forros, Jefe de Ensamblado, Jefe de Espuma.

Muebles.

Jefe de Muebles, Operarios de muebles UIO.

Paneles.

Jefe de Paneles y resortes, asistente de paneles y resortes, operarios de paneles resortes.

Forros.

Jefe de fabricación de forros, asistente de fabricación de forros, Operarios de fabricación de forros UIO.

Ensamblado.

Jefe de Ensamblado, Asistente de ensamblado, operarios de ensamblado.

Espuma

Jefe de Espuma, Técnico de Prensado, Espuma, Almohadas, Operarios de prensado, espuma, almohadas.

- Mantenimiento

Jefe de Mantenimiento, Técnicos Eléctricos, Operarios de Mantenimiento.

- Producción Guayaquil

Jefe de producción Guayaquil, Supervisor de Ensamblado, Paneles, Espuma, operarios ensamblado, paneles, espuma.

Jefe de compras y Materia Prima Guayaquil, Asistente de Compras, Jefe de cocina, ayudante de cocina.

Se encuentra en el (Anexo 3, la Estructura Organizacional de Producción).

### **Comercial.**

El organigrama del área Comercial tiene una estructura vertical, tiene 6 niveles. La Gerencia Principal es la Gerencia Comercial que tiene a cargo 2 Gerencias, Gerencia Regional de Ventas Quito, Gerencia Marketing Diseño y Desarrollo, Jefe de Servicio al Cliente, Jefe Regional de Ventas GYE.

- Gerente Regional de Ventas Quito. Coordinador de Ventas, Supervisor de Contact Center, Supervisor de Tiendas, Agentes de Contact Center, Jefes Zonales, Jefes de Tiendas, Asistentes de Tiendas.
- Jefe Regional de Ventas Guayaquil, tiene a cargo Agente de Contact Center Guayaquil, Jefes Zonales, Jefes de Tiendas, Asistentes de Tiendas.
- Gerente de Marketing Diseño y Desarrollo, asistente de marketing, administrador de medios digitales, asistente de merchandising.
- **Gerente de Proyectos y Tecnología**  
Jefe de Tecnología, analista de tecnología, analista de comunicaciones.

#### **1.2.6. Recursos Financieros**

La empresa Chaide y Chaide, en el área financiera es una empresa solvente, que no tiene endeudamiento y que genera utilidades. Según la Superintendencia de Compañías en el año 2013, la empresa cuenta con los siguientes indicadores económicos, según la información financiera reportada por la empresa **Capital Suscrito: \$ 3.547.243.00 Capital Autorizado: \$ 7.094.486.00.** (Superintendencia de Compañías, 2014)

En la tabla 9 se encuentran los Indicadores Económicos de Chaide y Chaide.

Tabla 9.- **Indicadores Económicos de Chaide y Chaide.**

Liquidez Corriente		
2012		La empresa tiene liquidez para cubrir sus obligaciones.
1,8855		
Prueba Acida		
2012		La empresa tiene liquidez para cubrir su capacidad de pago.
1,1397		
Endeudamiento del Activo		
2012		La empresa según el indicador, tiene independencia de sus acreedores
0,4197		
Rotación de Cartera		
2012		La recuperación de cartera sobre las ventas de la empresa, 6,99 veces
6,9926		

**Fuente:** Chaide y Chaide (2012).

Según la entrevista con Ricardo Endara, Jefe de Tesorería de Chaide y Chaide, es una empresa solvente, tiene liquidez y no tiene endeudamiento y la recuperación de cartera es 6,99 veces.

Tabla 10.- **Indicadores Económicos de Chaide y Chaide.**

Periodo Medio de Cobranza		
2012		El promedio de cobranza de cartera es de 52 días.
52,1977		
Rentabilidad Neta del Activo		
2012		La capacidad del activo de la empresa es 0,22 es decir que si tiene utilidad del activo.
0,2253		
Margen Bruto 2012		
0,3601		La rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas es de 0,36
0,1953		
Margen Neto 2012		
		Rentabilidad de la empresa neta es de 0,12, la empresa si genera utilidades.
0,127		

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014).

Según la tabla 10, la empresa Chaide y Chaide tiene los siguientes el periodo medio de cobranza es de 52 días, la capacidad del activo de la empresa es 0,22 es decir que si tiene utilidad del activo, la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas es de 0,36, rentabilidad de la empresa, menos los gastos es de 0,19, rentabilidad de la empresa neta es de 0,12, la empresa si genera utilidades.

### **1.2.7. Productos**

Los productos de Chaide y Chaide se comercializan en todo el país, a través de una amplia red de distribuidores y tiendas propias. En la actualidad cuenta con 840 distribuidores autorizados a nivel nacional y una cadena de tiendas propias, en la ciudad de Quito tiene 7 tiendas en Centro Comercial el Bosque, Multicentro, Condado Shopping, Quicentro Sur, San Luis Shopping, Paseo San Francisco y Scala Shopping. En la ciudad de Guayaquil tiene 4 tiendas, en el Mall del Sol, Mall del Sur, Village Plaza, y en la Ciudad de Cuenca una tienda.

La calidad de los materiales, los sistemas técnicos de producción y los diseños de sus productos, le han permitido exportar a Colombia, Perú.

La empresa busca satisfacer los requerimientos de los clientes, con productos de calidad y precios competitivos.

La empresa ofrece las siguientes líneas de productos:

- Línea Restonic
- Línea Chaide
- Línea Económica
- Línea Bases, Muebles y Complementos.

En la figura 12, se encuentran Productos de la Línea Restonic.

Figura 12.- Línea Restonic



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 12 se encuentran los productos de la línea Restonic, que son fabricados con materiales innovadores, estructura como ecolatex, memory foam, tienen tecnología non flip, telas de algodón, tela antiacaros, tela de

bamboo, tela aloe vera, tela retardante de flama, tela antiacaros, tela antiestress, resortes pocket. En la figura 13, Productos de la Línea Chaide.

Figura 13.- Línea Chaide.



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 13 se encuentran los productos de la Línea Chaide, son colchones de resortes y de espuma prensada con tecnología Non Flip y Pillow Top, y tela de algodón con protección antiacaros y antibacterias que

tiene 7 y 10 años de garantía. El colchón Continental Antiacaros y el Colchón Imperial son los productos que son más vendidos.

En la figura 14, Productos de la Línea Carnaval de Resortes.

Figura 14.- **Línea Carnaval de Resortes.**



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 14 se encuentran los productos de la Línea Carnaval de Resortes, son colchones económicos de resortes y tela de algodón no tienen garantía, son fabricados para niños, camas literas, en ocasiones esporádicas.

En la figura 15, Productos de la Línea Carnaval de Espuma

Figura 15.- **Línea Carnaval de Espuma.**



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 15 se encuentran los productos de la Línea Carnaval de Espuma, son colchones económicos de espuma y tela de algodón no tienen garantía, son fabricados para utilizar en ocasiones esporádicas.

En la figura número 16, Productos de la Línea de Bases

Figura 16.- Línea de Bases.



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 16 se encuentran los productos de bases, es un complemento para colchones, son estructuras de madera de eucalipto, con tela antideslizante, tela de algodón y patas plásticas fijas o móviles.

En la línea de Muebles y Complementos de Chaide tiene Sofacamas, tapizados con finas y elegantes telas, de estructuras fácilmente desplegables de madera de laurel, con espumas de alta densidad. Almohadas elaboradas con espuma de Memory Foam, Latex, que se adaptan a la forma de la cabeza y cuello. Protectores de Colchón, elaborado con tela de poly

algodón, acolchado de plumón. Y productos importados como Daybeds y camas, que son modelos de hierro forjado, madera, mimbre.

En la figura 17, Productos de la Línea de Muebles y Complementos.

Figura 17.- Línea Muebles y Complementos.



**Fuente:** Chaide y Chaide. (2013)

En la figura 17 se encuentran los productos de la Línea de Muebles y Complementos, están sofacamas, Daybeds, almohadas y protectores de colchón.

En la tabla 11 se encuentran el número de unidades vendidas por línea de negocio.

Tabla 11.- Unidades Vendidas por Línea de Negocio.

LÍNEA DE NEGOCIO	Total	REAL+ULT ESTIMADO	VAR. %
	2013		
COLCHONES	638.818	643.054	1%
BASES	27.808	33.374	20%
MUEBLES FABRICACIÓN	4.476	5.482	22%
ALMOHADAS RESTONIC MF*	118.606	174.461	47%
PROTECTORES	14.311	17.325	21%
SÁBANAS	3.267	9.394	188%

**Fuente:** Chaide y Chaide (2013)

Según el cubo de ventas de Chaide y Chaide en el año 2013, se vendió las siguientes unidades, colchones 638.818, bases 27.808, muebles 4.476, almohadas 118.606, protectores 14.311, sábanas 3.267. Para el año 2014 se estima vender las siguientes unidades, colchones 643.054 con un crecimiento del 1%, bases 33.374 con un crecimiento del 20%, muebles 5.482 con un crecimiento 22%, almohadas 174.461 con un crecimiento del 47%, protectores 17.325 con un crecimiento del 21%, sábanas 9.394 con un crecimiento del 188%.

### 1.2.8. Clientes

Según Raúl Estévez, Gerente Regional de Ventas, los clientes de Chaide y Chaide se dividen por canales de distribución, distribuidores, tiendas propias, internet, exportaciones, ventas directas, cadena de tiendas, ruteros, institucionales. La empresa tiene 840 clientes distribuidores, 11 tiendas propias, con clientes de gran participación en el mercado y con clientes finales, hay clientes que compran por internet. La empresa exporta a países como Colombia y Perú.

Los clientes distribuidores se dividen en mayoristas, minoristas y ruteros, los clientes distribuidores tienen varias sucursales, en varias ciudades y venden a pequeños distribuidores y a clientes finales. Los distribuidores minoristas tienen uno o 2 locales venden a clientes finales, los clientes ruteros venden puerta a puerta. Los clientes en las cadenas de tiendas son, Supermaxi, Comohogar, Tventas, Bebelandia, Artefacta, Muebles el Bosque, Icesa, Electroexitos estas empresas tienen varios puntos de ventas a nivel nacional.

En la tabla 12 se encuentran los canales de ventas.

Tabla 12.- **Canales de Ventas.**

CANAL	¿A QUIÉN VENDE CADA CANAL?
DISTRIBUIDORES	Cliente vende distribuidores minoristas y consumidores finales.
TIENDAS PROPIAS	Puntos de ventas propios.
INTERNET	Cliente final compra por internet.
EXPORTACIONES	Cliente distribuidor fuera del país.
VENTAS DIRECTAS	Clientes finales, empleados, proveedores.
CADENA TIENDAS	Empresas con varios puntos de venta a nivel nacional. Ejemplo: Supermaxi, Comohogar.
RUTEROS	Cliente que atiende al consumidor final en venta puerta a puerta.
INSTITUCIONALES	Hoteles, hostales, hospitales, instituciones públicas.

**Fuente:** Chaide y Chaide (2013).

Según la política comercial de Chaide y Chaide en el 2013, los canales de distribución llegan al cliente final de la siguiente manera: Distribuidores venden a distribuidores minoristas y consumidores finales. Tiendas Propias venden a clientes finales en puntos propios de ventas. Internet cliente final compra por la página de internet. Exportaciones venden fuera del país a Colombia y Perú. Ventas Directas venta directa desde las oficinas de Chaide y Chaide, clientes finales, empleados, proveedores. Cadena de Tiendas son clientes que tienen varios puntos de ventas a nivel nacional. Clientes Ruterros son clientes que venden puerta a puerta al cliente final. Clientes Institucionales son clientes de hoteles, hostales, instituciones públicas.

En la tabla 12 se encuentra el Top de Clientes.

Tabla 12.- **Top de Clientes.**

<b>TOTAL VENTAS 2013</b>		<b>\$ 77.815.172,10</b>
<b>CLIENTE</b>		<b>%</b>
1	MUEBLES EL BOSQUE S.A.	2,87%
2	ALMACENES DULCE SUEÑO ALMADULCE C.	2,15%
3	FLORES CABRERA JENNY ELIZABETH	2,11%
4	MÉNDEZ CARPIO MIGUEL ANTONIO	2,11%
5	SUPERMERC. DEL COLCHON SUPERCOLCHON	2,02%
6	FLORES CABRERA PATRICIA ALEXANDRA	1,65%
7	ALMACÉN DE PLÁSTICOS CIA. LTDA.	1,64%
8	ASANZA SAAVEDRA JOHNNY JAVIER	1,63%
9	LA PROMESA CIA. LTDA.	1,56%
10	CORDOVA ROMERO DIEGO FABRICIO	1,46%

**Fuente:** Chaide y Chaide (2013).

Según el cubo de ventas en el año 2.013 Chaide y Chaide vendió \$ 77.815.172,10 y el top de clientes son: 1.- Muebles el Bosque S.A. con el 2,87% de compras, 2.- Almacén Dulce Sueño con el 2,15%, 3.-Florees Cabrera Jenny Elizabeth 2,11%, 4.- Méndez Carpio Miguel Antonio con el 2,11%, 5.- Supermercado del Colchón con el 2,02%, 6.- Flores Cabrera Patricia Alexandra con el 1,65%, 7.- Almacén de Plásticos Cía. Ltda. con el 1,64%, 8.- Asanza Saavedra Johnny Javier con el 1,63%, 9.- La Promesa Cía. Ltda. con el 1,56%, 10.- Cordova Romero Diego Fabricio, con el 1,46%.

#### **1.2.9. Proveedores**

La materia prima de Chaide y Chaide se compra a proveedores nacionales e internacionales, para la fabricación de colchones, almohadas, protectores, muebles.

Los principales proveedores son:

Basf Corporation

Fibratex

Ideal Alambrec

Imprenta Monsalve Moreno

Industrias Marves

Ribel

Tinflex

En la tabla 13 se encuentran los Proveedores de Chaide y Chaide.

Tabla 13.- **Proveedores de Chaide y Chaide S.A.**

<b>Proveedores de Chaide y Chaide S.A.</b>	
<b>Empresa</b>	Ideal Alambrec
<b>Descripción de la Empresa</b>	Empresa fundada en 1940, líder mundial de mercado y de tecnología en soluciones avanzadas basadas en la transformación y recubrimiento del alambre acero.
<b>Producto</b>	Provee alambre para la elaboración de paneles de resortes
<b>Empresa</b>	Basf Corporation
<b>Descripción de la Empresa</b>	BASF es la empresa química líder mundial: The Chemical Company. Su cartera de productos ofrece desde químicos, plásticos, productos de performance, productos para la agricultura y química fina hasta petróleo y gas natural. Como socio confiable, BASF ayuda a sus clientes en prácticamente todas las industrias a tener más éxito. Con productos de alto valor y soluciones inteligentes, BASF desempeña un papel importante en la búsqueda de respuestas a los desafíos globales tales como la protección del clima, la eficiencia energética, la nutrición y la movilidad. BASF tiene más de 95.000 empleados y en 2007 registró ventas por casi 58 mil millones. Las acciones de BASF se negocian en las bolsas de comercio de Frankfurt (BAS), Londres (BFA) y Zurich (AN).
<b>Producto</b>	Químicos para la Fabricación de espuma de poliuretano
<b>Empresa</b>	Industrias Marves
<b>Descripción de la Empresa</b>	Fundada en 1974, Marves diseña, produce y distribuye aislantes y acojinamientos textiles para una vida más confortable.
<b>Producto</b>	Filtros laminados

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014).

En la tabla 13, se encuentran los principales proveedores de Chaide y Chaide,

Ideal Alambrec provee alambre para fabricar los paneles de resortes, Basf

Corporation provee químicos para la fabricación de espuma de poliuretano, Industrias Marves provee filtros laminados.

En la tabla 14 se encuentran los Proveedores de Chaide y Chaide.

Tabla 14.- Proveedores de Chaide y Chaide S.A.

<b>Proveedores de Chaide y Chaide S.A.</b>	
<b>Empresa</b>	Fibratex
<b>Descripción de la Empresa</b>	Textiles y Prendas de Vestir Telas y Fibras Telas no Tejidas
<b>Producto</b>	Padding o filtro laminado
<b>Empresa</b>	Ribel
<b>Descripción de la Empresa</b>	Ribel es una empresa textil, fundada en 1980, líder en elaboración de insumos para la confección tales como elásticos, reatas, cintas, correas, cordones y artículos de pasamanería.
<b>Producto</b>	Reata bordes del colchón
<b>Empresa</b>	Tinflex
<b>Descripción de la Empresa</b>	Fue fundada en el 2006, parte del grupo Sigmaplast S.A. empresa Multinacional; con más de 45 años de experiencia en la industria de empaques flexibles.
<b>Producto</b>	Plástico de alta y baja densidad
<b>Empresa</b>	Imprenta Monsalve Moreno Cía. Ltda.
<b>Descripción de la Empresa</b>	Imprenta Monsalve Moreno Cía. Ltda. se inicia en el año 1956 y opera bajo la dirección de José Monsalve Moreno y Rómulo Monsalve Moreno, integrados a las modernas técnicas de comunicación
<b>Producto</b>	Etiquetas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014).

Los principales proveedores de Chaide y Chaide S.A. la empresa Fibratex provee padding, Ribel provee reata de bordes para el colchón, Tinflex provee plástico de alta y de baja densidad, Imprenta Monsalve Moreno Cía. Ltda. provee etiquetas.

En la tabla 15 se encuentran los Proveedores de Chaide y Chaide.

**Tabla 15.- Proveedores de Chaide y Chaide S.A.**

<b>Proveedores de Chaide y Chaide S.A.</b>	
<b>Empresa</b>	Clama
<b>Descripción de la Empresa</b>	Soluciones de CC es un innovador spin-off de DesleeClama, que ha sido una referencia en la industria por más de 85 años.
<b>Producto</b>	Telas
<b>Proveedores de Chaide y Chaide S.A.</b>	
<b>Empresa</b>	Perú Pima
<b>Descripción de la Empresa</b>	Peru Pima es una empresa textil con activa presencia en el mercado local e internacional desde 1992. Posee una operación vertical que le permite autoabastecerse en todos sus procesos, como su propia hilandería, tejeduría y planta de acabados.
<b>Producto</b>	Telas
<b>Proveedores de Chaide y Chaide S.A.</b>	
<b>Empresa</b>	Comunigraf
<b>Descripción de la Empresa</b>	Grupo Impresor, es una marca comercial de COMUNIKGRAF S.A., con más de 20 años de trayectoria en la industria gráfica, trabaja y mantiene una política de calidad basada en asesoría, servicio, calidad y entrega en el tiempo acordado a precios competitivos.
<b>Producto</b>	Certificados

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014).

La empresa Clama provee de telas para forros de los colchones, Perú Pima provee de telas para las bandas de los colchones, Comunigraf provee Certificados para los colchones.

### 1.2.10. Competidores

La principal competencia de Chaide y Chaide, es la Empresa Paraíso del Ecuador S.A., Resiflex Duraflex, Tempur Pedi, Rosen que distribuyen sus productos a nivel nacional.

En la figura 18 se encuentra la Competencia de Chaide y Chaide.

Figura 18.- Competencia de Chaide y Chaide.



**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

Según Paola Villagómez, Gerente de Marketing de Chaide y Chaide las principales empresas de colchones en el país son la empresa Paraíso fue fundada en el año 1973 se dedica a la fabricación de colchones de espuma de poliuretano y de bolsas plásticas. La empresa Resiflex Duraflex S.A es una compañía Ecuatoriana que inició sus operaciones hace más de 20 años, ofrece colchones de resortes. La empresa Tempur es una empresa multinacional que ingreso al mercado ecuatoriano hace 4 años, que ofrece colchones con tecnología de la NASA de espumas visco elásticas. La empresa Rosen es una multinacional chilena fundada en 1958, ofrece colchones en cadenas de tiendas en las principales ciudades.

## **2. PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE**

En el segundo capítulo, se analizará la definición de proceso, se estudiara el caso de Chaide y Chaide S.A. y el proceso que va a estudiarse de Servicio al Cliente con una descripción general de servicio, reparaciones, devoluciones y servicio de entregas. El diagrama de flujo de servicio al cliente y la pre Auditoría para la norma ISO 10002:2004.

### **2.1. Marco Teórico**

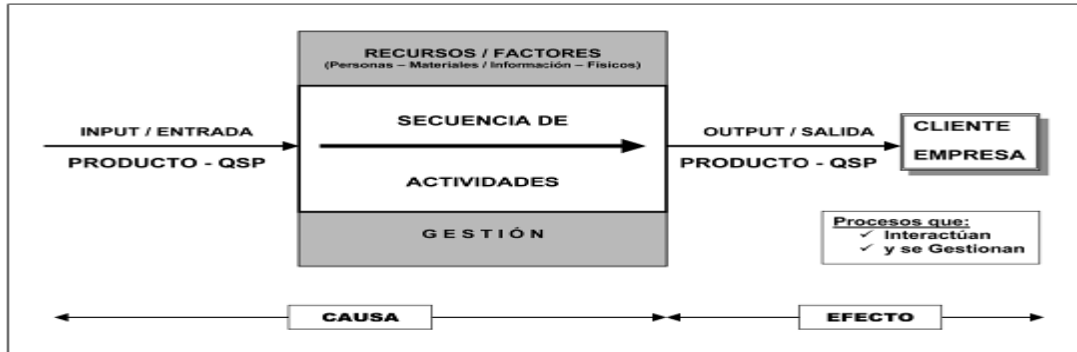
#### **2.1.1. Definiciones de Proceso**

Proceso: Según la Organización Internacional de Normalización ISO 9000:2005 define proceso como el conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados. (Pérez, 2010)

Un proceso es cualquier parte de una organización que recibe insumos y los transforma en productos y servicios, mismos que se espera sean de mayor valor para la organización.

En la figura 19 se encuentra Representación de Proceso.

Figura. 19.- **Representación de Proceso.**



**Fuente:** Pérez (2010).

El proceso tiene entradas o inputs del proceso, secuencia de actividades, output o salida cliente o empresa.

#### 2.1.1.1. Elementos del Proceso

Según Pérez (2010), el proceso tiene tres elementos:

- a) **Input:** producto con unas características objetivas que respondan al estándar o criterio de aceptación definido.
- b) **Secuencia de las actividades:** Recursos o factores para ejecutar el proceso.
- c) **Output:** salida es un producto que va destinado a un usuario o cliente interno o externo. El output es el final de los procesos de la cadena de valor.

#### 2.1.1.2. Factores de un proceso:

Según Pérez (2010), los factores del proceso son:

1. **Personas.** Un responsable y los miembros del equipo de proceso, todas ellas con los conocimientos habilidades y actitudes adecuados.
2. **Materiales.** Materias primas o semielaboradas, información con características adecuadas para su uso.
3. **Recursos Físicos.** Instalaciones, maquinaria, utillajes, hardware software que han de estar siempre en adecuadas condiciones de uso.
4. **Métodos/Planificación del proceso:** Método de trabajo, procedimiento, hoja de proceso, gama, instrucción técnica, instrucción de trabajo.
5. **Medio Ambiente:** es el entorno donde se lleva el proceso. (Pérez, 2010)

En la figura 20 se encuentra Representación de Proceso.

Figura 20.- **Representación de Proceso.**

**LÍMITES, ELEMENTOS Y FACTORES DE UN PROCESO**

ENTRADA/INPUT		PROCESO	SALIDA/OUTPUT	
PRODUCTO	PROVEEDOR (*)		PRODUCTO	CLIENTE (*)
<b>CARACTERÍSTICAS OBJETIVAS (Requisitos QSP)</b>  <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	       <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operación</li> </ul>	<b>PERSONAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del proceso.</li> <li>• Miembros del equipo.</li> </ul>	<b>CARACTERÍSTICAS OBJETIVAS (Requisitos QSP)</b>  <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>SATISFACCIÓN</b>
		<b>MATERIALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias primas.</li> <li>• Información.</li> </ul>		
<b>MEDIDAS DE</b>		<b>MÉTODO DE:</b> <b>CAUSAS</b>	<b>EFECTOS</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medición/Evaluación: Funcionamiento del proceso. Producto. Satisfacción del Cliente.</li> </ul>	<b>Cumplimiento</b>	<b>Satisfacción</b>

**Fuente:** Pérez (2010).

En la figura 20, se encuentran los límites, elementos, y factores de un proceso como la entrada o input, proceso, salida. La entrada tiene producto con características objetivas, y el proveedor con una operación. El proceso tiene personas que son responsables del proceso, materiales que son materias primas o información, recursos físicos como maquinaria, hardware y software, método de medición y evaluación del funcionamiento del proceso. La salida que tiene un producto y un cliente, termina el proceso en la satisfacción al cliente.

### 2.1.1.3. Tipos de Procesos

Según Pérez (2010), los procesos se dividen según la misión que cumplen en la organización.

**Procesos Operativos:** combinan y transforman los recursos para obtener el producto y proporcionar un servicio conforme a los requisitos del cliente, creando un gran valor al servicio o producto. Los procesos son los principales responsables de conseguir los objetivos de la organización.

**Procesos de Apoyo:** proporcionan las personas y los recursos necesarios por el resto de procesos y conforme a los requisitos de sus clientes internos.

En esto se incluye:

- Proceso de Gestión de Recursos Humanos.
- Proceso de Aprovisionamiento.
- Proceso de Gestión de Proveedores.

**Procesos de gestión:** Son las actividades de evaluación, control, seguimiento y medición del funcionamiento de los procesos, y con esta información se toma decisiones.

- Procesos de Gestión Económica
- Procesos de Gestión de calidad
- Control de documentos y Registros
- Auditoría interna
- Seguimiento del producto

**Procesos de directivos:** son los procesos que establecen la alta dirección de la organización como la formulación, comunicación, seguimiento y revisión de objetivos, resultados.

### 2.1.2. Definiciones de Servicio al Cliente

A continuación se revisarán los principales conceptos de servicio al cliente, que se utilizará en el estudio de la norma 10002:2004.

**Cambio.** Se refiere a los productos que por daños en el transporte o fallas específicas de fabricación, son reemplazados por un producto nuevo del mismo tipo.

**Cliente:** Según la Norma ISO 9000:2000 el cliente es la organización o persona que recibe un producto.

**Producto:** Según la Norma ISO 9000:2000, producto se define como el resultado de un proceso, el cual puede incluir cuatro categorías genéricas de productos: servicios, software, hardware y materiales procesados.

**Queja:** es la expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita.

**Reclamante:** persona, organización o su representante, que expresa una queja.

**Refacción.** Se produce cuando el producto que ha sufrido algún daño debido al uso, manipulación o transporte inadecuado por parte del cliente final o distribuidor y es entregado a planta para reparación. Los costos de dicha reparación se determinarán de acuerdo a las tarifas vigentes.

**Reparación por garantía.** Se refiere a un producto amparado por la garantía que será reparado para ser devuelto al cliente.

**Satisfacción del cliente:** La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. (Gosso, 2008)

**Servicio al Cliente:** es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (Blanco, 2004)

### 2.1.3. Norma ISO 10002:2004

La Norma brinda orientación para planificar y diseñar un tratamiento de quejas de productos y servicio, buscando la satisfacción al cliente. El proceso de tratamiento

de quejas se puede utilizar como uno de los procesos de un sistema de gestión de calidad global.

La Norma está estructurada en 8 capítulos:

1. Objeto y Campo de Aplicación
2. Referencias Normativas
3. Términos y Definiciones
4. Principios de Orientación
5. Marco de Referencia para el Tratamiento de Quejas
6. Planificación y Diseño
7. Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas
8. Mantenimiento y Mejora

Según la investigación en la Norma ISO 10002: 2004 los beneficios del Tratamiento de Quejas son:

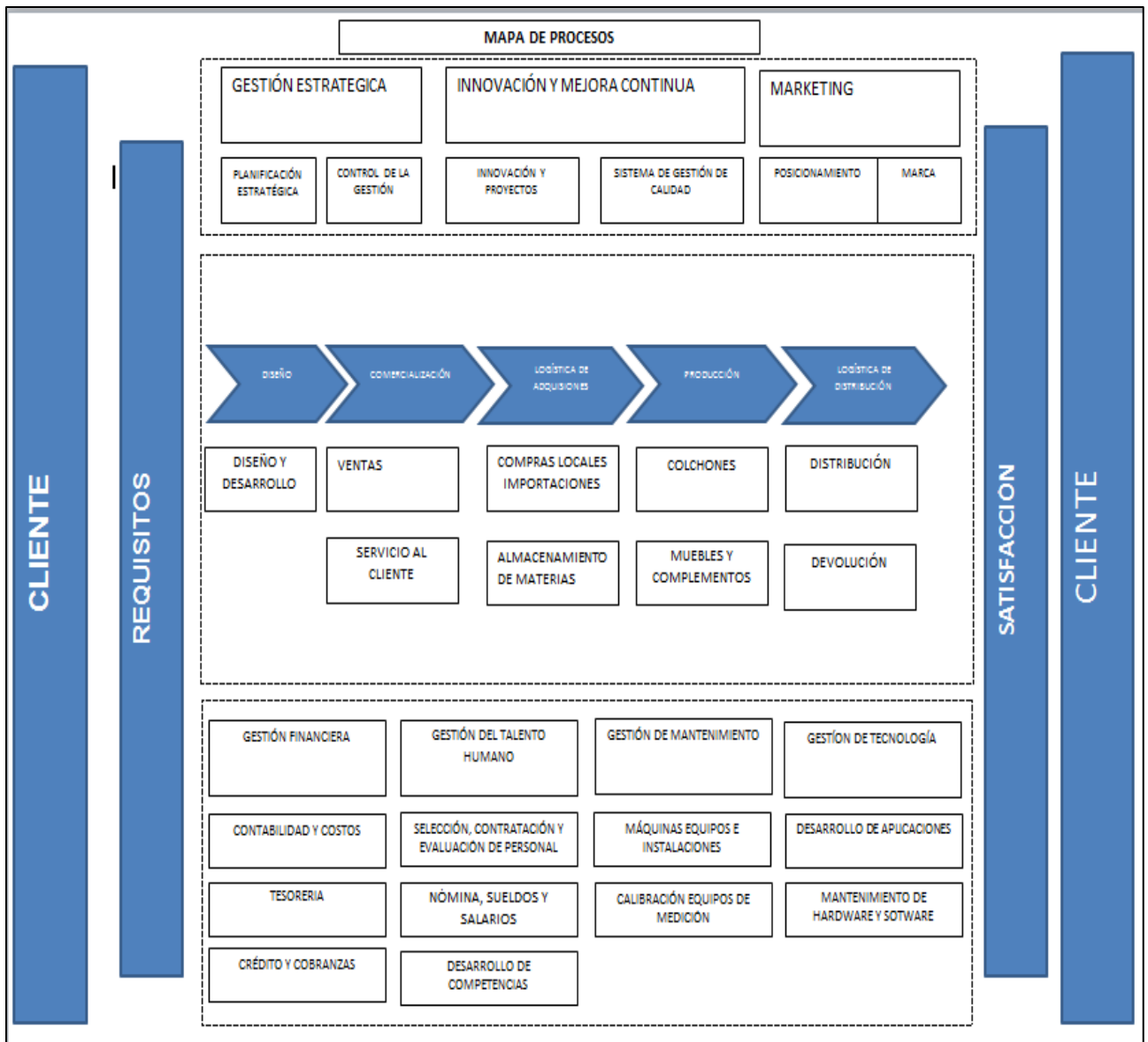
- a. Resolución de quejas de productos y servicios.
- b. Aumenta la capacidad de la organización para mejorar sus productos y el servicio al cliente.
- c. Aumenta la participación y el compromiso de la alta dirección.
- d. La organización se ocupa de las necesidades y expectativas de los reclamantes.
- e. Tratamiento de las quejas abierto, eficaz y fácil de utilizar para los reclamantes.
- f. Analiza y evalúa las quejas con respecto a la mejora del producto y de la calidad del servicio al cliente.
- g. Audita el proceso de tratamiento de las quejas.
- h. Revisa la eficacia y eficiencia del proceso de tratamiento de las quejas.

## 2.2. Procesos de Chaide y Chaide

Los procesos de Chaide y Chaide están divididos en Procesos Estratégicos, Procesos Misionales, Procesos de Apoyo con el fin de Satisfacer al Cliente.

En la figura 21 se encuentra el Mapa de Proceso.

Figura 21.- Mapa de Procesos de Chaide y Chaide.



Fuente: Chaide y Chaide (2012)

En la figura 21, se encuentra el mapa de procesos de la Chaide y Chaide la entrada del proceso son los requisitos de los clientes, los procesos estratégicos, misionales y de apoyo y finalmente la salida es la satisfacción del cliente.

### **2.2.1. Procesos Estratégicos**

A continuación se realiza, la descripción de los procesos estratégicos de Chaide y Chaide, que se divide en Gestión Estratégica, Innovación, Mejora Continua y Marketing.

**Gestión Estratégica:** Incluye la Planificación Estratégica y el Control de la Gestión.

**Innovación y Mejora Continua:** Incluye la innovación y Proyectos, Sistema de Gestión de Calidad.

**Marketing:** se encuentra el posicionamiento de mercado y la marca.

### **2.2.2. Procesos Misionales**

Los procesos misionales de Chaide y Chaide son los que impactan directamente en la satisfacción del cliente y con la razón de ser de la empresa, a continuación se detalla los procesos que intervienen.

**Diseño:** Es el diseño y desarrollo de productos.

**Comercialización:** se encuentran ventas y servicio al cliente.

**Logística de Adquisiciones:** están las compras locales e importaciones, y el almacenamiento de materias primas.

**Producción:** la producción de colchones, muebles y complementos.

**Logística de Distribución:** es la distribución del producto y las devoluciones de productos.

En la figura 22 se encuentran los Procesos Misionales.

Figura 22.- **Procesos Misionales**



**Fuente:** Chaide y Chaide (2012).

Dentro de los Procesos Misionales, en el proceso de Comercialización se encuentra el proceso de Servicio al Cliente, que va a ser estudiado según la Norma ISO 10002:2004, Gestión de la Calidad. Satisfacción del Cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones

### 2.2.3. Procesos de Apoyo

Los procesos de apoyo de Chaide y Chaide, son necesarios para el cumplimiento de objetivos y de la planificación estratégica. A continuación, se describen de los procesos de apoyo.

**Gestión Financiera:** se encuentran contabilidad y costos, tesorería, crédito y cobranzas.

**Gestión del Talento Humano:** Selección, contratación evaluación de personal. Nomina, sueldos y salarios. Desarrollo de competencias.

**Gestión de Mantenimiento:** Máquinas, equipos e instalaciones. Calibración de equipos de medición.

**Gestión de la Tecnología:** Desarrollo de aplicaciones, Mantenimiento de hardware y software.

### 2.3. Procesos de Servicio al Cliente

Según el manual de calidad de Chaide y Chaide 2013, el proceso de Servicio al Cliente tiene el objetivo principal de buscar y establecer la mejora continua en el proceso y el nivel de satisfacción de los cliente, evaluando la atención telefónica, devoluciones, reparaciones, servicio de entregas y atención de asesores comerciales a los cliente.

#### **Propósito de Servicio al Cliente**

- Establece los métodos de medición para determinar la satisfacción y nuevos requisitos de los clientes.
- Mide y evalúa la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requerimientos por parte de la organización. (Chaide, 2013)

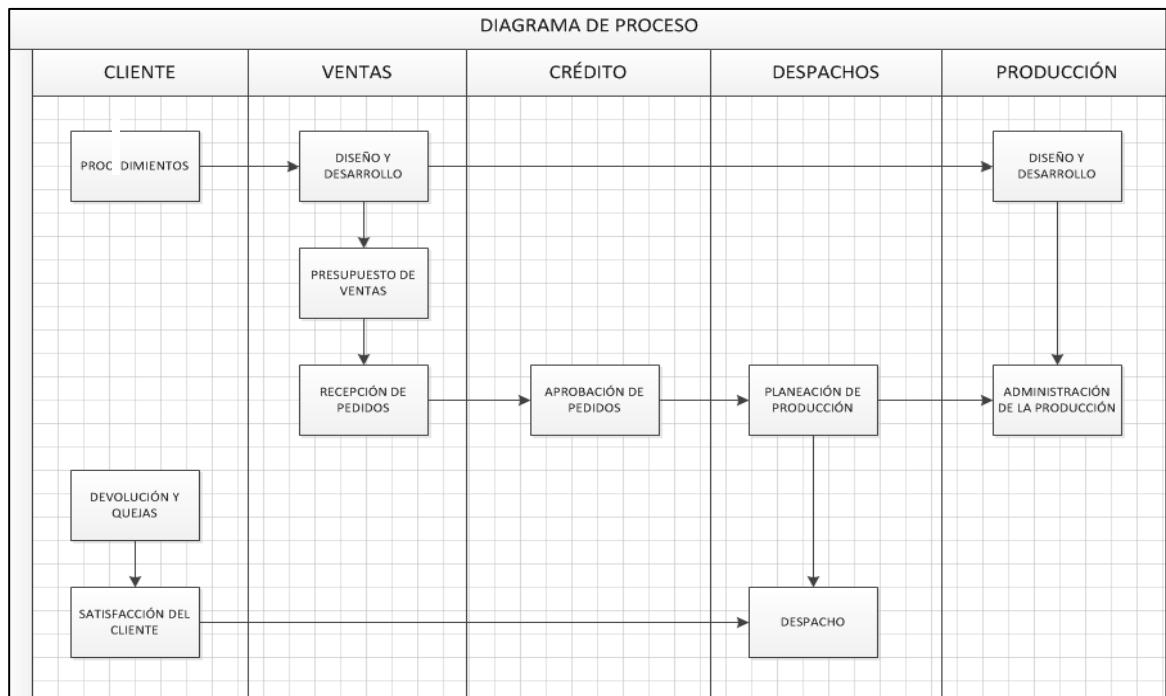
#### **Responsables de Servicio al Cliente**

**Gerente General:** Es responsable de establecer los métodos de monitoreo, control y evaluación de la satisfacción de los clientes finales y distribuidores.

**Jefe de Servicio al Cliente:** Monitorea el proceso de evaluación de la satisfacción de clientes distribuidores y finales, se encarga de difundir resultados de evaluación y de coordinar actividades para mejorar la satisfacción de clientes finales y distribuidores.

En la figura 23 está el diagrama del proceso de ventas, que se relaciona con el proceso de servicio al cliente, en donde el cliente y el requerimiento del cliente pasan por ventas, crédito, despachos, producción para llegar a la satisfacción de los clientes.

Figura 23.- **Diagrama de Proceso de Ventas.**



**Fuente:** Chaide y Chaide (2012).

Según el manual de Gestión de Calidad 2012 el diagrama de proceso tiene los siguientes procesos, a continuación la descripción de cada proceso.

**Cliente:** el cliente ingresa su requerimiento.

**Ventas:** el departamento de ventas realiza el diseño y desarrollo del producto y la planificación de la producción, que se realiza de acuerdo al Presupuesto de Ventas.

**Crédito:** Aprueba los pedidos que se ingresan de los clientes, según el estado de cuenta.

**Despacho:** el departamento de distribución se encarga del despacho de los productos.

**Producción:** el departamento de producción cumple la producción de los productos. El producto terminado es entregado a distribución para el despacho al cliente.

En la figura 24 Estructura de Servicio al Cliente.

Figura N° 24.- Estructura de Servicio al Cliente



Fuente: **Investigación de Servicio al Cliente de y Chaide (2014)**

La estructura del proceso de Servicio al Cliente de Chaide y Chaide se divide en atención telefónica, reparaciones, devoluciones, servicio de entregas, y la atención que brindan los asesores comerciales.

### **2.3.1. Atención Telefónica**

El objetivo de la atención telefónica de Chaide y Chaide, es brindar asesoramiento al cliente interno y externo, los clientes distribuidores se comunican con la empresa para ingresar pedidos, que gestiona el contact center, para confirmar pagos se encarga el departamento de tesorería, la aprobación de pedidos con crédito, y entrega de productos con distribución. La organización tiene protocolos de atención, monitoreo de llamadas, que busca la satisfacción del cliente.

#### **Protocolo de atención telefónica:**

La empresa tiene un protocolo institucional para la atención telefónica.

#### **Protocolo Institucional Base y de Atención Telefónica.**

- **Saludo:** Buenos días/tardes
- **Presentarse por el nombre:** le saluda/atiende Gabriela ¿En qué le puedo servir?
- En qué le puedo Servir - **Indagar** su requerimiento
- Luego de conocer el satisfactor mencionar **Con mucho gusto enseguida le comunico -en seguida resuelvo su inquietud**
- **Satisfacer** el requerimiento

- ¿Algo más en que le pueda **servir**?
- Despedida – estándar

### 2.3.1.1. Indicadores de Atención Telefónica

Los indicadores de atención telefónica miden la satisfacción de los clientes, se realizan encuestas trimestrales y el objetivo es el 90%, y el cumplimiento de protocolos se evalúa a los departamentos de Contact Center, Crédito, Distribución, Tesorería.

**Tabla 16.-** Indicadores de Atención Telefónica.

E		CÁLCULO / FRECUENCIA	OBJETIVO
<b>ATENCIÓN TELEFÓNICA</b>			
l a	% Satisfacción cliente	Encuestas trimestrales	90%
	Contact Center		92%
	Crédito		92%
	Distribución		92%
	Tesorería		92%
	Calificación de Monitoreo de llamadas	Sobre 10 / cumplimiento de protocolos	

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

En la tabla N° 16 se encuentra los indicadores del cumplimiento de atención telefónica. Los departamentos que son evaluados son Contact Center, Crédito, Distribución y Tesorería que tienen contacto con el cliente final. Se mide con encuestas trimestrales a clientes finales y distribuidores el objetivo es 90% y cada departamento tiene el objetivo de 92%, para calificar el cumplimiento de protocolos se monitorea las llamadas.

### **2.3.1.2. Evaluación de atención telefónica.**

La evaluación de atención telefónica se realiza mediante encuestas trimestrales a los clientes para medir la facilidad del contacto con la empresa, la rapidez de la atención telefónica, la atención del asesor telefónico. Con una ponderación del 25%, las encuestas se realizan en función de la base de datos entregada por la empresa. El Jefe de Servicio al Cliente genera la base de datos de clientes y determina la muestra de clientes a ser encuestados. La empresa contrata los servicios de la empresa Grupo Macro que mide y monitorea la satisfacción al cliente, realiza las encuestas de satisfacción.

El protocolo de atención telefónica que maneja Chaide y Chaide se evalúa, mediante grabaciones de las llamadas, en donde se monitorea el cumplimiento de protocolos de los asesores.

#### **Clientes distribuidores.**

Se realiza un monitoreo cuatrimestral de la satisfacción de los clientes distribuidores. Se toma una muestra de base de 256 distribuidores que se encuentran divididos en las siguientes categorías de la A,B,C,D que se los clasifica por promedio mensual de compra mínimo 1.000 o trimestralmente 3.000.

Se encuentra En el (Anexo 4, Encuesta de Satisfacción de Clientes Distribuidores) donde se evalúa la atención de tiendas propias, servicio de entregas, y el servicio en general de Chaide.

En la tabla 17 se encuentran la Encuesta de Servicio de Atención Telefónica.

Tabla 17.- **Encuesta de Servicio al Cliente de Atención Telefónica.**

ENCUESTA DE EVALUACIÓN SATISFACCIÓN CLIENTE DISTRIBUIDOR				
<b>1. SERVICIO AL CLIENTE (Ponderación 50%)</b>				
<b>1.1. ATENCIÓN TELEFÓNICA (Ponderación 25%)</b>				
<b>P.1 Qué tan satisfecho se siente usted con la facilidad de contacto con la empresa? (RU)</b>				
Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5
<b>P.2 Cuando se contacta telefónicamente con la empresa, le atienden rápida y eficientemente?</b>				
Sí 1				No 2
<b>P.3 La atención de asesor telefónico es amable y cortés? (RU)</b>				
Sí 1				No 2

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014).

Chaide y Chaide S.A. contrata los servicios de la Empresa Grupo Macro, que realiza las encuestas mensuales de atención telefónica a los clientes para medir la satisfacción. Cada pregunta tiene una ponderación por la importancia de la pregunta, la encuesta tiene 3 preguntas, la primera pregunta es ¿Qué tan satisfecho se siente usted con la facilidad de contacto con la empresa? En una escala de 1 al 5. 1 Muy insatisfecho, 2 Insatisfecho, 3 Ni satisfecho ni insatisfecho, 4 Satisfecho, 5 Muy satisfecho. La pregunta 2 ¿Cuándo se contacta

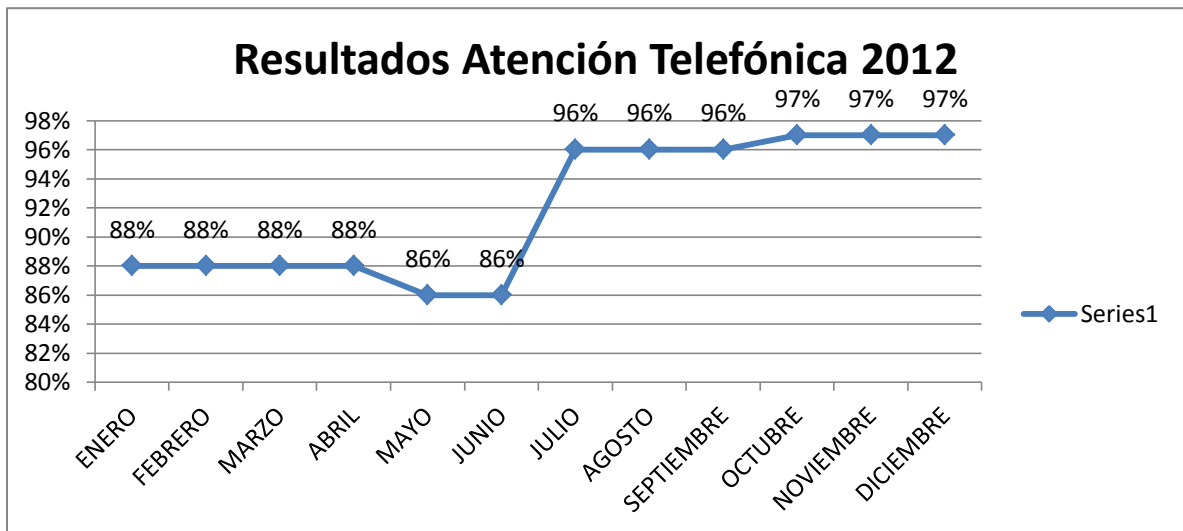
telefónicamente con la empresa, le atienden rápida y eficientemente? Es una pregunta cerrada sí o no. La pregunta 3 ¿La atención del asesor telefónico es amable y cortés? Es una pregunta cerrada sí o no.

### Resultados de Atención Telefónica 2012-2013

Según los resultados de informe gerencial de Servicio al Cliente que elabora Gabriela Rúales, Jefa de Servicio al Cliente, en el año 2012 y 2013 se presentan los siguientes resultados.

En la figura 25 Resultados de Atención Telefónica 2012.

Figura N° 25.- Resultados de Atención Telefónica 2012



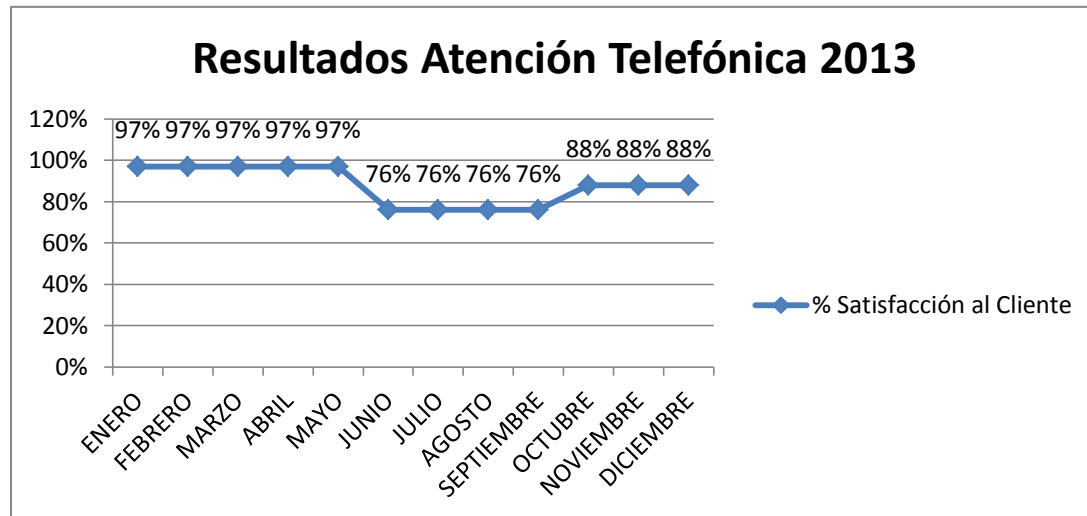
Fuente: Chaide y Chaide (2012)

En la figura N° 25 según el informe gerencial de Chaide y Chaide los Resultados de Atención Telefónica 2012, son crecientes empezando con el 88% de satisfacción al cliente y terminando el año con el 97% de satisfacción, en este

año se mejoró la atención telefónica porque el personal tiene una remuneración variable que se califica con los niveles de cumplimiento de satisfacción.

En la figura 26 Resultados de Atención Telefónica 2013.

Figura N° 26.- Resultados de Atención Telefónica 2013



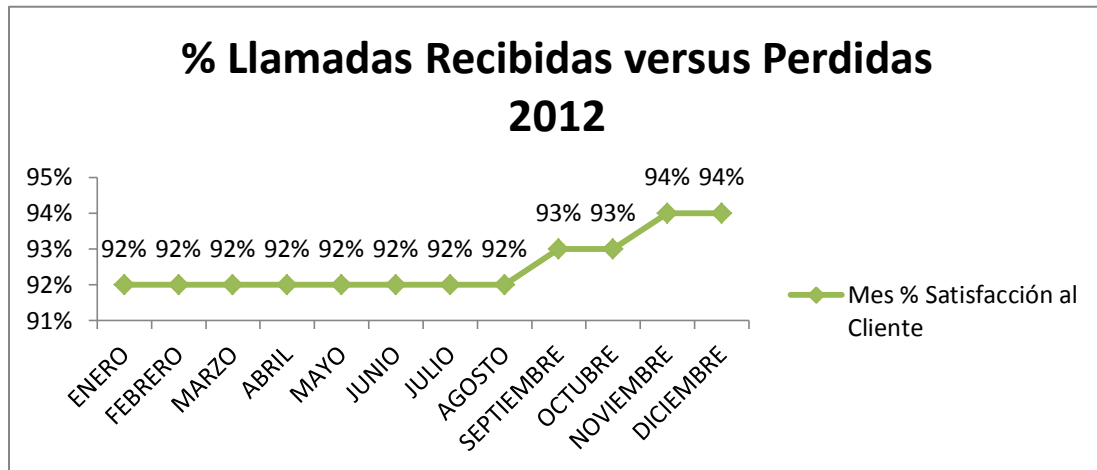
Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En la figura N° 26 el informe gerencial de Chaide y Chaide los Resultados de Atención Telefónica 2013, son decrecientes empezando con el 97% de satisfacción al cliente y terminando el año con el 88% de satisfacción, en los meses de junio, julio, agosto bajo la calificación de atención debido a que el personal salió de vacaciones y no había personal que cubra los puestos, por falta de coordinación de Quito y Guayaquil.

### **Resultados llamadas recibidas versus perdidas 2012-2013**

Los resultados de las llamadas recibidas versus las llamadas perdidas se miden en el sistema AVAYA que cuenta las llamadas perdidas y las recibidas.

Figura N° 27.- Resultados de llamadas recibidas versus perdidas 2012

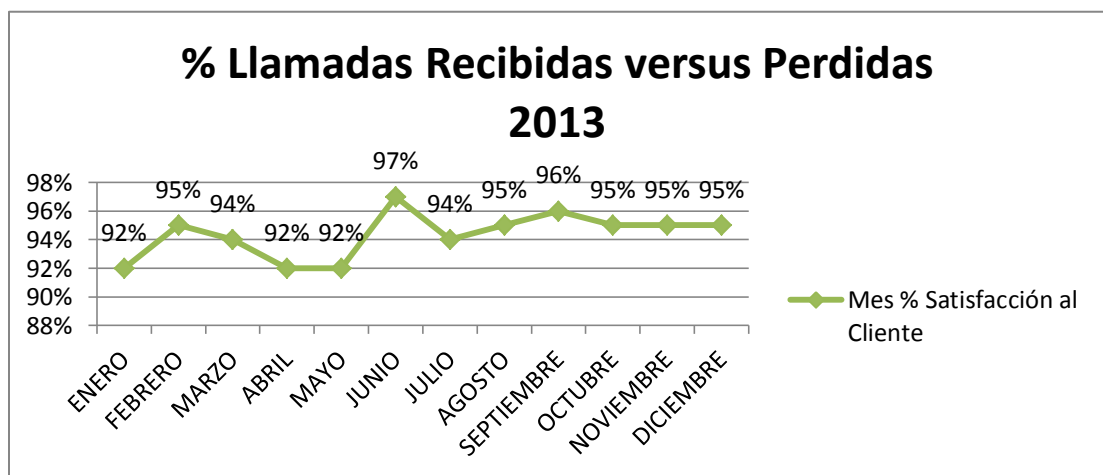


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

En la figura N° 27 según el informe gerencial de Chaide y Chaide los resultados de llamadas recibidas versus perdidas 2012, son crecientes empezando con el 92% de satisfacción al cliente y terminando el año con el 94% de satisfacción, se redujeron las llamadas perdidas.

En la figura 28 llamadas recibidas versus perdidas 2013.

Figura N° 28.- Resultados de % llamadas recibidas versus perdidas 2013



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

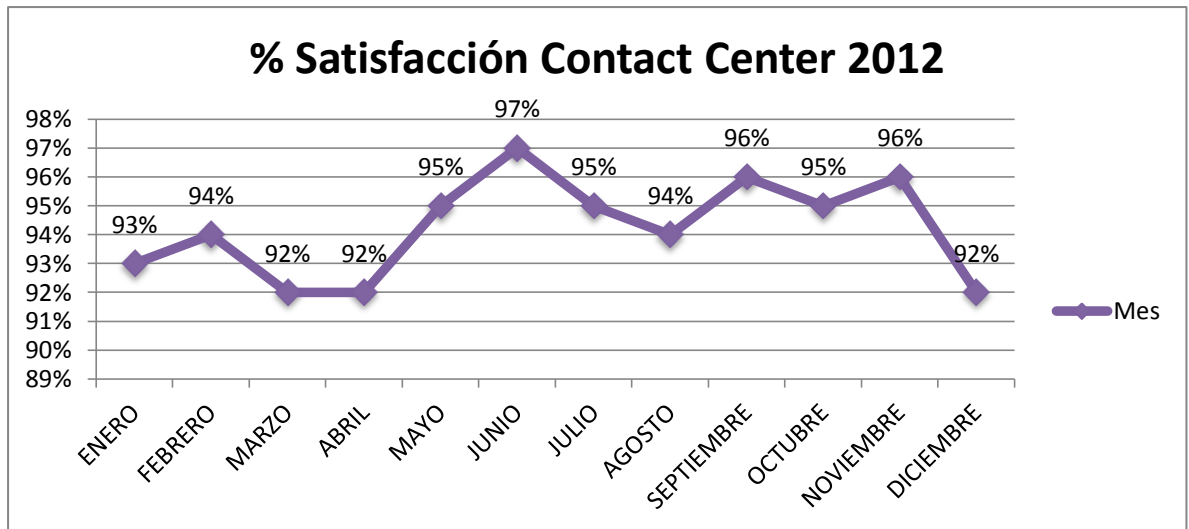
En la figura N° 28 según el informe gerencial de Chaide y Chaide los Resultados de porcentaje de llamadas recibidas vs perdidas 2013, fueron crecientes se empezó el año con 92% de satisfacción, el mes con mayor cumplimiento es el mes de junio 97%, el año se terminó con 95%, en el año 2013 los resultados fueron variables.

### Resultados Satisfacción Contact Center 2012-2013

El departamento de Contact Center es evaluado, por la atención que brinda al cliente, ingresando en el sistema los pedidos, brindando información de los productos, descuentos, promociones, el objetivo de cumplimiento es el 90%.

En la figura 29 Resultados de Satisfacción Contact Center 2012.

Figura N° 29.- Resultados de Satisfacción Contact Center 2012



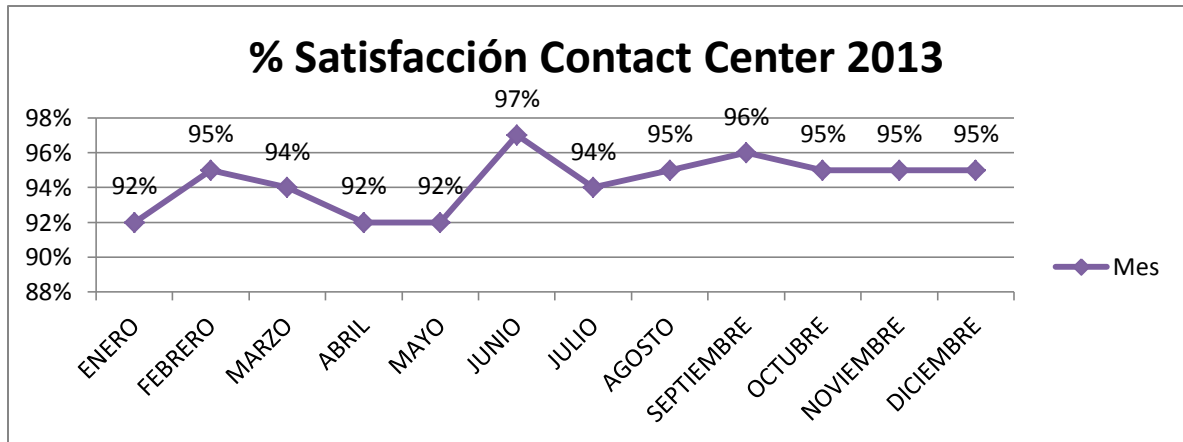
Fuente: Chaide y Chaide (2012)

Los Resultados de Satisfacción de Contact Center 2012, son variables el mes con mayor cumplimiento es junio con el 97% y los meses con menor cumplimiento son marzo, abril y diciembre con el 92%. Los meses en

temporada alta tienen menor satisfacción debido a que se incrementan el número de llamadas y no son atendidas.

En la figura 30 Resultados de Satisfacción de Contact Center 2013.

Figura N° 30.- **Resultados de Satisfacción Contact Center 2013**



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

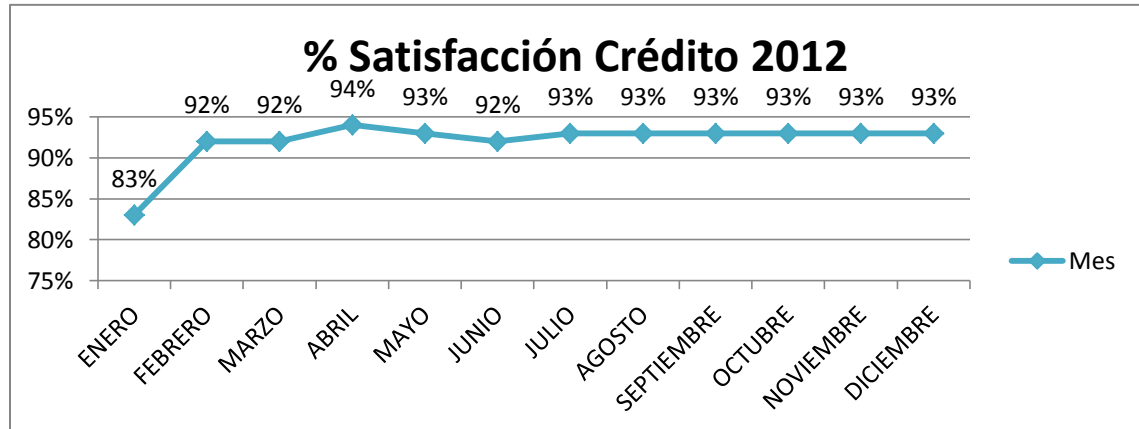
Los Resultados de Satisfacción de Contact Center 2013, son variables el mes con mayor cumplimiento es junio con el 97% y los meses con menor cumplimiento son enero, abril y mayo con el 92%. En el año 2013 los porcentajes de satisfacción son mayores al año 2012.

### **Resultados Satisfacción Crédito 2012-2013**

El departamento de Crédito es evaluado, por la atención que brinda al cliente, la aprobación de pedidos, información de crédito y facturas, notas de crédito, cuentas de clientes. El objetivo de satisfacción es 90%, se evalúa mediante encuestas de satisfacción.

En la figura 31 Resultados de Atención Telefónica 2012.

Figura N° 31.- Resultados de Satisfacción de Crédito 2012

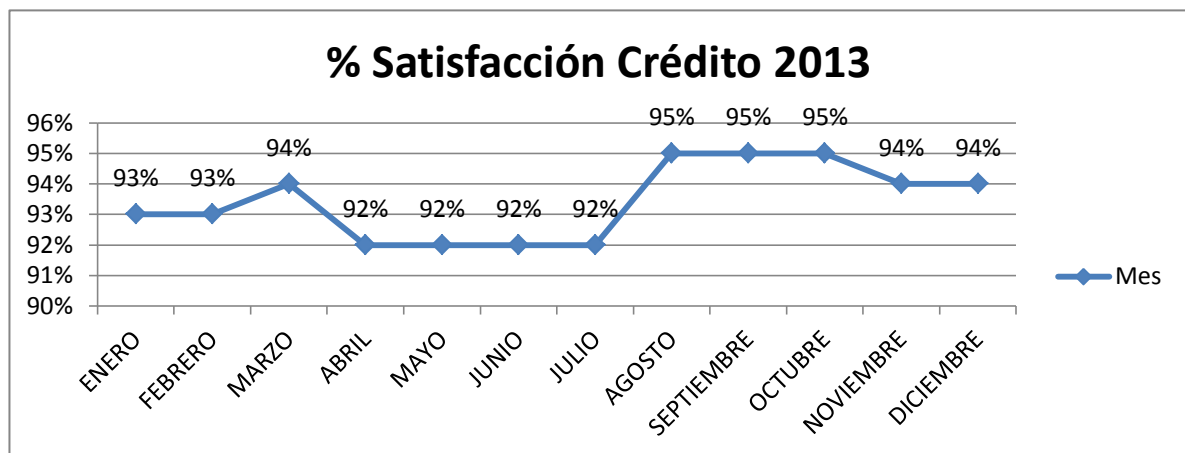


Fuente: **Informe Gerencial Servicio al Cliente de Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados del departamento de crédito en el año 2012 son crecientes, en el mes de enero no llegaron al objetivo ya que estaban con el 83% de satisfacción, por este resultado el departamento se bajó su remuneración variable, pero terminaron el año con el cumplimiento al 93%.

En la figura 32 Resultados de Satisfacción de Crédito 2013.

Figura N° 32.- Resultados de Satisfacción de Crédito 2013



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

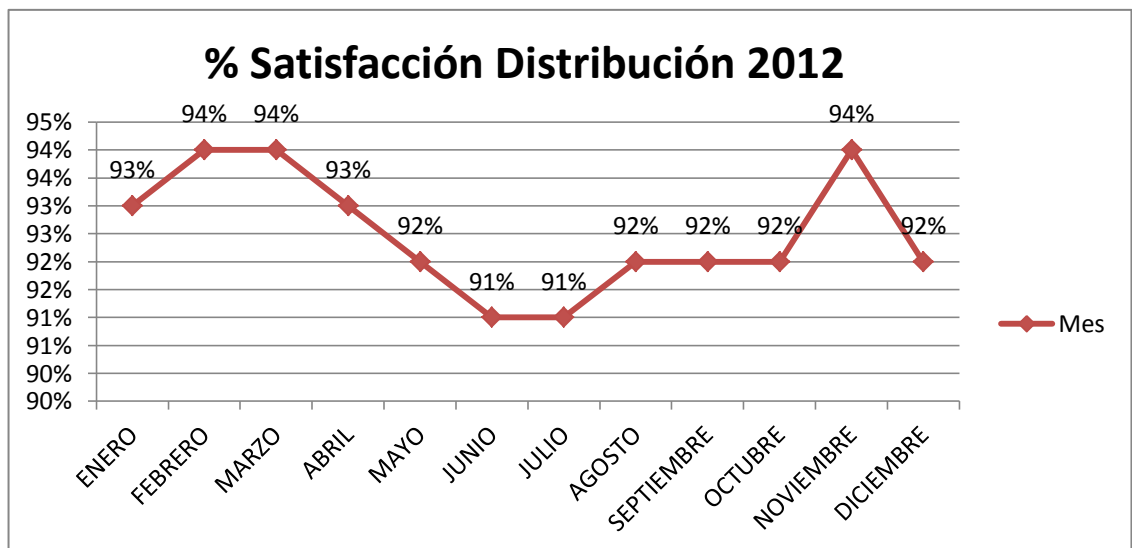
Los resultados del departamento de crédito en el año 2013 son variables, siendo la calificación más baja en los meses de abril, mayo, junio, y julio con el 92%, y la calificación más alta en los meses de agosto, septiembre, octubre en este año en comparación al 2012 mejoró la calificación satisfacción.

### Resultados Satisfacción de Distribución 2012-2013

El departamento de Distribución es evaluado por los clientes mediante encuestas telefónicas mensuales que realiza Grupo Macro, por la atención que brinda al cliente en la entrega de productos, la información de envío y retiro de productos. La satisfacción del cliente se evalúa mediante encuestas el cumplimiento del objetivo es 90%.

En la figura 33 Resultados de Satisfacción de Distribución 2012.

Figura N° 33.- Resultados de Satisfacción Distribución 2012

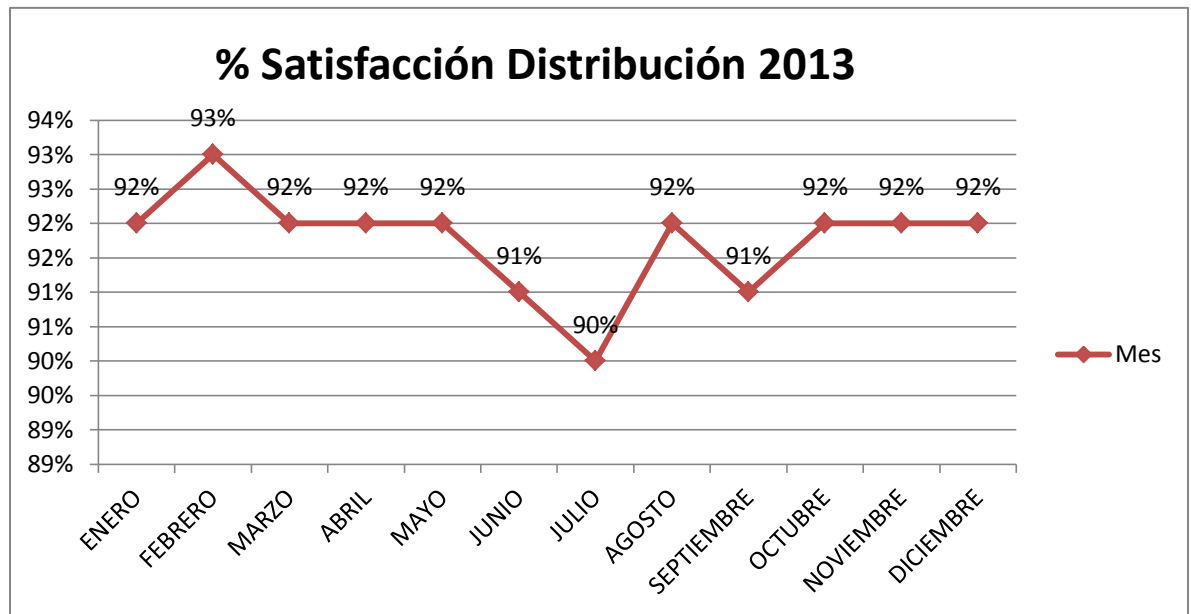


Fuente: Chaide y Chaide (2012)

Los resultados del departamento de distribución en el año 2012 son crecientes y decrecientes, siendo la calificación más baja en los meses de junio y julio con el 91%, y la calificación más alta en los meses de febrero, marzo y noviembre con el 94%, en este año el departamento de distribución cumplió con los objetivos de satisfacción al cliente.

En la figura 34 Resultados de Satisfacción de Distribución 2013.

Figura N° 34.- **Resultados de Satisfacción Distribución 2013**



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados del departamento de distribución en el año 2013 son variables, siendo la calificación más baja en el mes de julio con el 90%, y la calificación más alta en el mes de febrero con el 93%, en este año el departamento de distribución cumplió con los objetivos de satisfacción al cliente.

### **Resultados Satisfacción de Tesorería 2012-2013**

El departamento de Tesorería es evaluado, por la atención que brinda al cliente, la recaudación de pagos de pedidos de cliente distribuidor. La satisfacción del cliente se evalúa mediante encuestas el cumplimiento del objetivo es 90%.

En la figura 35 Satisfacción de Tesorería 2012.

Figura N° 35.- Resultados de Satisfacción de Tesorería 2012



Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados del departamento de tesorería en el año 2012 son decrecientes y crecientes, siendo la calificación más baja en los meses de septiembre y octubre con el 90%, y la calificación más alta en el mes de enero con el 94%, en este año el departamento de tesorería cumplió con los objetivos de satisfacción al cliente.

En la figura 36 Resultados de Satisfacción de Tesorería 2013.

Figura N° 36.- **Resultados de Satisfacción de Tesorería 2013**

Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

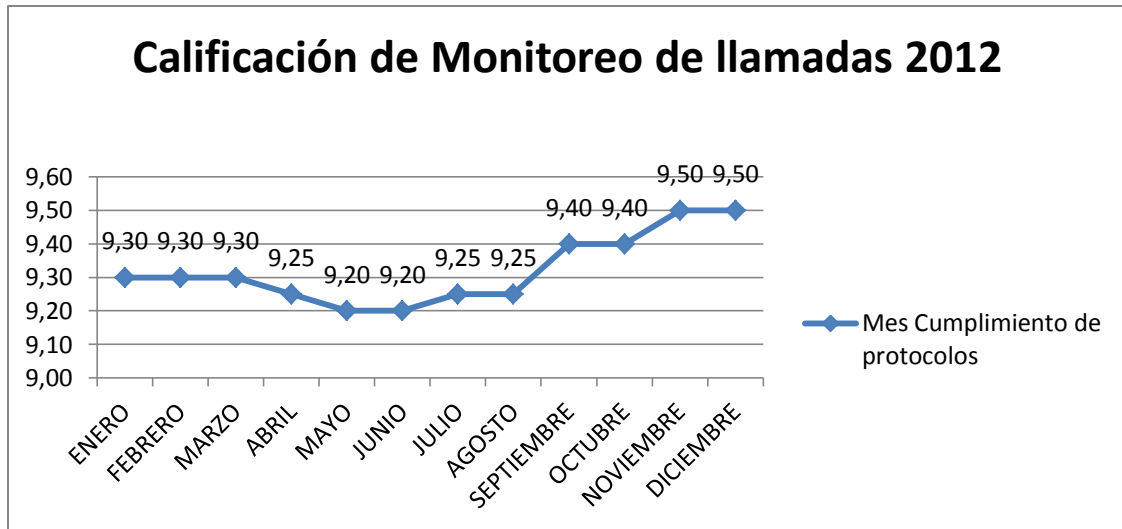
Los resultados del departamento de crédito en el año 2013 son variables, siendo la calificación más baja en los meses de abril, mayo, junio, y julio con el 92%, y la calificación más alta en los meses de agosto, septiembre, octubre en este año en comparación al 2012 mejoró la calificación satisfacción.

### **Resultados Calificación de Monitoreo de Llamadas 2012-2013**

El monitoreo de las llamadas es evaluado por la Jefa de Servicio al Cliente de manera aleatoria, los departamentos evaluados son ventas, crédito, tesorería, distribución y servicio al cliente, que deben cumplir con un protocolos de atención telefónica. El objetivo a cumplir es 9.

En la figura 37 Resultados de Calificación de Monitoreo de Llamadas 2012.

Figura N° 37.- Resultados de Monitoreo de llamadas 2012

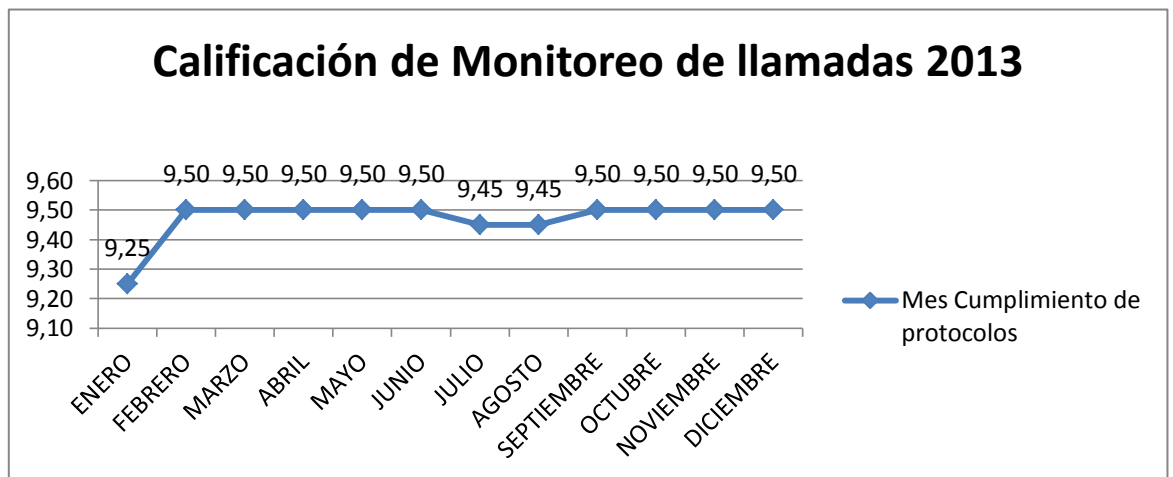


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados del monitoreo de llamadas en el año 2012 son crecientes, siendo la calificación más baja en los meses de junio, y julio con el 9.20, y la calificación más alta en los meses de noviembre y diciembre 9.50, este año se cumplió con los protocolos de las llamadas.

En la figura 38 Resultados de Monitoreo de llamadas 2013.

Figura N° 38.- Resultados de Calificación de Monitoreo de Llamadas 2013



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados del monitoreo de llamadas en el año 2013 son constantes, siendo la calificación más baja en el mes de enero con el 9.25, y la calificación más alta en los meses de noviembre y diciembre 9.50, este año se cumplió con los protocolos de las llamadas.

### 2.3.2. Devoluciones

Según Gabriela Rúales, Jefa de Servicio al Cliente de Chaide y Chaide las devoluciones de productos se realizan cuando los clientes tienen una queja por el producto, que puede ser por defectos en los materiales o en la fabricación. El cliente solicita el cambio de producto, el agente de contact center ingresa una solicitud de cambio, se realiza una inspección del producto, y se genera el retiro o cambio, se coordina envío al cliente y seguimiento y el tratamiento de las quejas recibidas de los clientes.

Chaide y Chaide realiza devoluciones y cambios aplicando la garantía del producto, según el Instructivo para manejo de devoluciones en el 2012.

Según el Instructivo para manejo de devoluciones de Chaide y Chaide los tipos de devoluciones son:

**Devoluciones.** Se refiere a los productos que por daños en el transporte, uso inadecuado, falla de fabricación o falta de pago, son entregados a la fábrica para reparación, cambio o emisión de la nota de crédito.

**Devolución para reparación.** Se produce cuando el producto que ha sufrido algún daño debido al uso, manipulación o transporte inadecuado por parte del cliente final o distribuidor es entregado a palta para reparación. Los costos de dicha reparación se

determinaran de acuerdo a las tablas de garantía según las condiciones de la misma. Dicha reparación será con costo.

**Devolución para cambio.** Es aquel producto que presenta fallas o defectos de fabricación, o que ha sufrido daños causados por transportistas de Chaide, que impidan la comercialización normal por parte de cliente distribuidor.

### **Aplicación de Garantías**

Según el instructivo para manejo de devoluciones 2012, la garantía de Chaide y Chaide cubre defectos de los materiales y en la fabricación de los productos, desde la fecha indicada en la factura de la compra. La garantía se extiende únicamente al comprador original.

Para ejecutar la garantía del producto por defectos de fabricación, se presenta el certificado de garantía y la factura de compra.

La garantía de fabricación se invalida por las siguientes acciones:

- Cuando el período de garantía ha expirado
- Por deterioro natural del producto
- Cuando el colchón ha sido abierto o reparado por terceros
- Malas condiciones higiénicas: colchones manchados y/o mojados
- Roturas y quemaduras de la tela causadas por aplicación de aparatos u objetos que irradian calor, como: plancha o por exposición prolongada al sol.
- Daños en el producto por colocarlo en una base inadecuada.
- Daños en la estructura del marco y panel de resortes por un mal manejo del colchón, ya sea por saltar sobre el colchón o por someterlo a pesos superiores a

los indicados en los respectivos certificados de garantía.

- Deformación de un uso costado por no girar y voltear el colchón tradicional.

Se realiza una inspección del producto antes de aplicar la garantía.

En la Cuadro1.- se encuentran los Colchones con 5 años de garantía.

**Cuadro 1.- Colchones con 5 años de garantía.**

<b>Años de Garantía</b>	<b>% del costo cubierto por el cliente</b>	<b>% del costo cubierto por la empresa</b>
Año 1°	0%	100%
Año 2°	20%	80%
Año 3°	40%	60%
Año 4°	60%	40%
Año 5°	80%	20%

**Fuente:** Chaide y Chaide (2012)

En la cuadro 1 se indica el porcentaje de costo que cubre el cliente y la empresa, por 5 años de garantía del producto.

En el cuadro 2 se encuentran los Colchones con 7 años de garantía.

Cuadro 2.- Colchones con 7 años de garantía.

Años de Garantía	% del costo cubierto por el cliente	% del costo cubierto por la empresa
Año 1°	0%	100%
Año 2°	14%	86%
Año 3°	29%	71%
Año 4°	43%	57%
Año 5°	57%	43%
Año 6°	71%	29%
Año 7°	86%	14%

**Fuente:** Instructivo para manejo de devoluciones (2012)

En el cuadro 2 se indica el porcentaje de costo que cubre el cliente y la empresa, por 7 años de garantía del producto y el porcentaje que cubre el cliente y la empresa.

En el cuadro 3 se encuentran los Colchones con 10 años de garantía.

Cuadro3.- Colchones con 10 años de garantía.

Años de Garantía	% del costo cubierto por el cliente	% del costo cubierto por la empresa
Año 1°	0%	100%
Año 2°	10%	90%
Año 3°	20%	80%
Año 4°	30%	70%
Año 5°	40%	60%
Año 6°	50%	50%
Año 7°	60%	40%
Año 8°	70%	30%
Año 9°	80%	20%
Año 10°	90%	10%

**Fuente:** Instructivo para manejo de devoluciones (2012)

En la cuadro 3 se indica el porcentaje de costo que cubre el cliente y la empresa, por 7 años de garantía del producto.

#### 2.3.2.1. Indicadores de Devoluciones

Las devoluciones de productos se realizan inmediatamente que el cliente solicita el cambio, el indicador se obtiene del sistema SAP, el indicador de distribución es la fecha de retiro y fecha de entrega. El objetivo es 4.

Tabla 18.- **Indicador de Devoluciones.**

<b>DEVOLUCIONES</b>		
	<b>CÁLCULO / FRECUENCIA</b>	<b>OBJETIVO</b>
Eficiencia en cambios de productos	Indicador Distribución Fecha de retiro vs. Fecha de entrega	4

Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

En la tabla 18 se encuentra el cálculo de las devoluciones, el objetivo es 4.

El cliente llama al asesor para que se realice el cambio de producto, el asesor genera el cambio en el sistema SAP y distribución son los encargados de realizar el cambio al cliente final y distribuidor.

### **2.3.2.2. Evaluación de Devoluciones**

En cambios o devoluciones de productos no se realiza encuesta de satisfacción, ya que las devoluciones o cambios se realizan inmediatamente que solicita el cliente, siempre que cumpla con los parámetros de garantías.

En la tabla 19, se encuentran las devoluciones de productos en Chaide y Chaide.

Tabla 19.- Devoluciones 2012.

Devoluciones 2012	
Enero	16
Febrero	44
Marzo	40
Abril	60
Mayo	91
Junio	60
Julio	58
Agosto	19
Septiembre	33
Octubre	24
Noviembre	114
Diciembre	31
<b>Total</b>	<b>590</b>

**Fuente:** Chaide y Chaide (2012)

Las devoluciones en el año 2012 son 590 unidades, por problemas en la tela, plásticos rotos, problema en las espumas.

En la figura N° 39 se encuentran las devoluciones 2012

Figura N° 39.- Devoluciones 2012



**Fuente:** Chaide y Chaide (2012)

Las devoluciones en el año 2012 son mayores en los siguientes meses, en el mes de Noviembre 114 unidades, sigue en el mes de mayo, en el mes de abril y junio con 60 unidades, en temporada alta hay mayor cantidad de devoluciones.

Tabla 20.- **Devoluciones 2013.**

<b>Devoluciones 2013</b>	
<b>Enero</b>	20
<b>Febrero</b>	36
<b>Marzo</b>	160
<b>Abril</b>	50
<b>Mayo</b>	55
<b>Junio</b>	84
<b>Julio</b>	61
<b>Agosto</b>	128
<b>Septiembre</b>	138
<b>Octubre</b>	97
<b>Noviembre</b>	119
<b>Diciembre</b>	81
<b>Total</b>	1029

**Fuente:** Chaide y Chaide (2013)

Las devoluciones en el año 2013 son 1029 unidades, en este año se aumentaron los cambios de colchones, debido a un problema con el pegamento que se usa para pegar las tapas y espumas del colchón, el pegamento reaccionaba en la humedad y salían manchas rosadas, en la ciudad de Guayaquil, Santo Domingo y en la provincia de Manabí se dieron la mayor cantidad de devoluciones.

En la figura N° 40 se encuentran las devoluciones 2013.

Figura N° 40.- Devoluciones 2012



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En el 2013 la mayor cantidad de devoluciones se dieron en el mes de marzo 160, y en el mes de septiembre 138 unidades devueltas y en agosto 128 unidades, el mes con menos devoluciones es enero.

### 2.3.3. Reparaciones

Según el instructivo del sistema de reparaciones y quejas SIREQ (2014) establece un método ágil y eficiente para gestionar las quejas y reparaciones, que cubre las etapas de solicitud de reparación, inspección del producto, retiro, reparación, refacción o cambio, envío al cliente, seguimiento, y el tratamiento de las quejas recibidas por las clientes.

En la figura 43 se presenta el diagrama de Reparaciones y Quejas y los responsables del proceso.



## **Descripción del Proceso de Reparaciones y Quejas.**

### **a. Recepción de Queja o reclamo / apertura del ticket**

Cuando se recibe la queja o reclamo, se apertura un ticket, se ingresa los datos del cliente, los datos del producto y se asigna el responsable para la inspección

### **b. Inspección física del producto**

Una vez asignado la inspección, se realiza la visita al cliente y se verifica el estado del producto, en el sistema ingresan las observaciones de la inspección y se genera un pedido ZREP, para que distribución realice el retiro del producto.

### **c. Retiro del producto**

Cuando ingresan el retiro del producto distribución coordina el retiro según la fecha planificada.

### **d. Reparación del producto**

Distribución entrega a Producción el producto para que ingrese a reparación, en producción calculan el costo de la reparación, y realizan la reparación del producto.

### **e. Devolución del colchón reparado**

Una vez terminada la reparación del colchón, se entrega a distribución para la entrega del producto al cliente. Se imprime facturas y guías y se envía.

### **f. Control de tiempos del proceso**

El departamento de servicio al cliente, se encarga del seguimiento del

proceso, el sistema SIREQ está programado para dar fechas para cada parte del proceso, con una fecha real.

**g. Medición de satisfacción**

La medición de la satisfacción se realiza mediante encuestas, en el sistema SIREQ, se envía a los clientes automáticamente al correo ingresado de los clientes y el ticket se cierra con la encuesta, el departamento de servicio al cliente realiza las encuestas que nos e responden al final del proceso.

En la tabla 21, se encuentran las reparaciones de productos en Chaide y Chaide.

Tabla 21.- **Reparaciones 2012.**

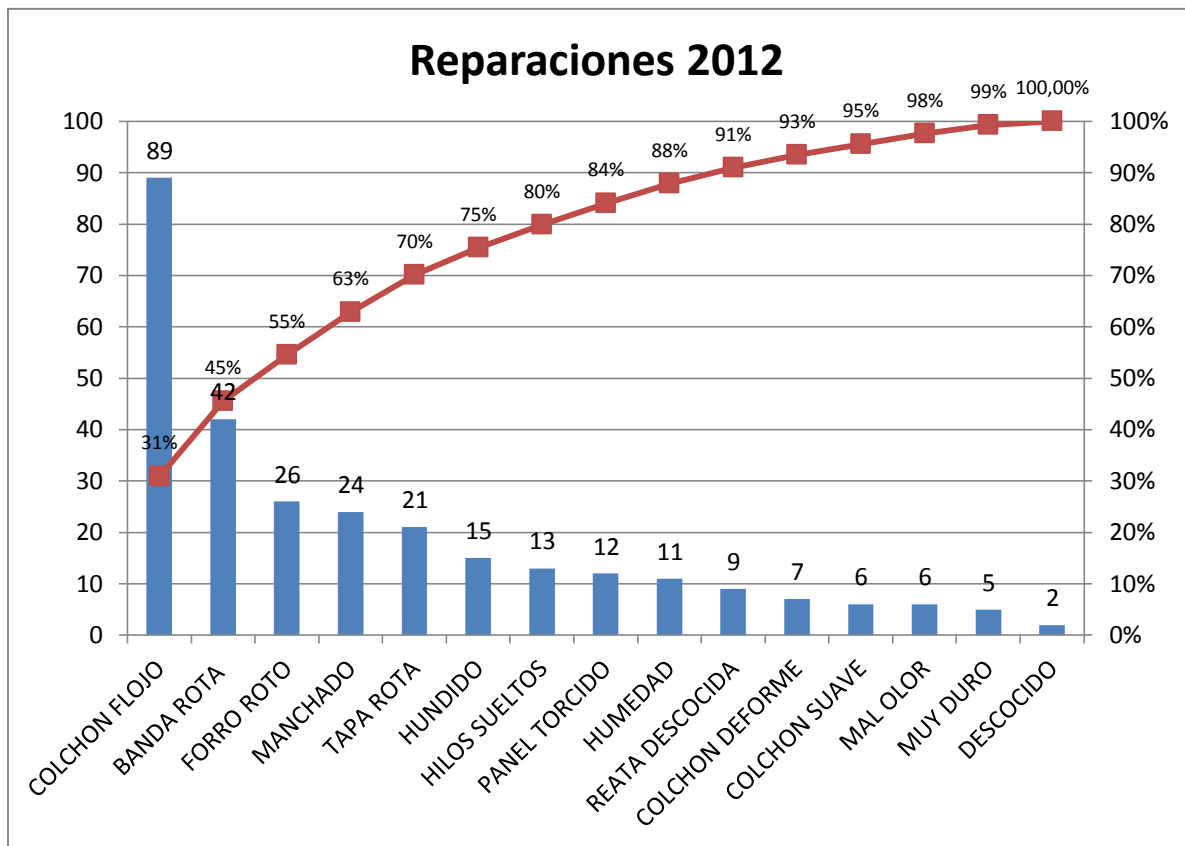
<b>Reparaciones 2012</b>	
COLCHON FLOJO	89
BANDA ROTA	42
FORRO ROTO	26
MANCHADO	24
TAPA ROTA	21
HUNDIDO	15
HILOS SUELTOS	13
PANEL TORCIDO	12
HUMEDAD	11
REATA DESCOCIDA	9
COLCHON DEFORME	7
COLCHON SUAVE	6
MAL OLOR	6
MUY DURO	5
DESCOCIDO	2
<b>Total</b>	<b>288</b>

Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

En 2012 se realizaron 288 reparaciones, las principales causas por lo que ingresan los colchones a reparaciones son: colchón flojo, banda rota, forro roto, colchón manchado, tapa rota, colchones hundidos.

A continuación las reparaciones 2012.

Figura N° 41.- Reparaciones 2012



Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

En 2012 las reparaciones el mayor problema registrado es colchón flojo 89 reparaciones, banda rota 42 unidades, forro roto 26 unidades.

En la siguiente tabla se encuentra

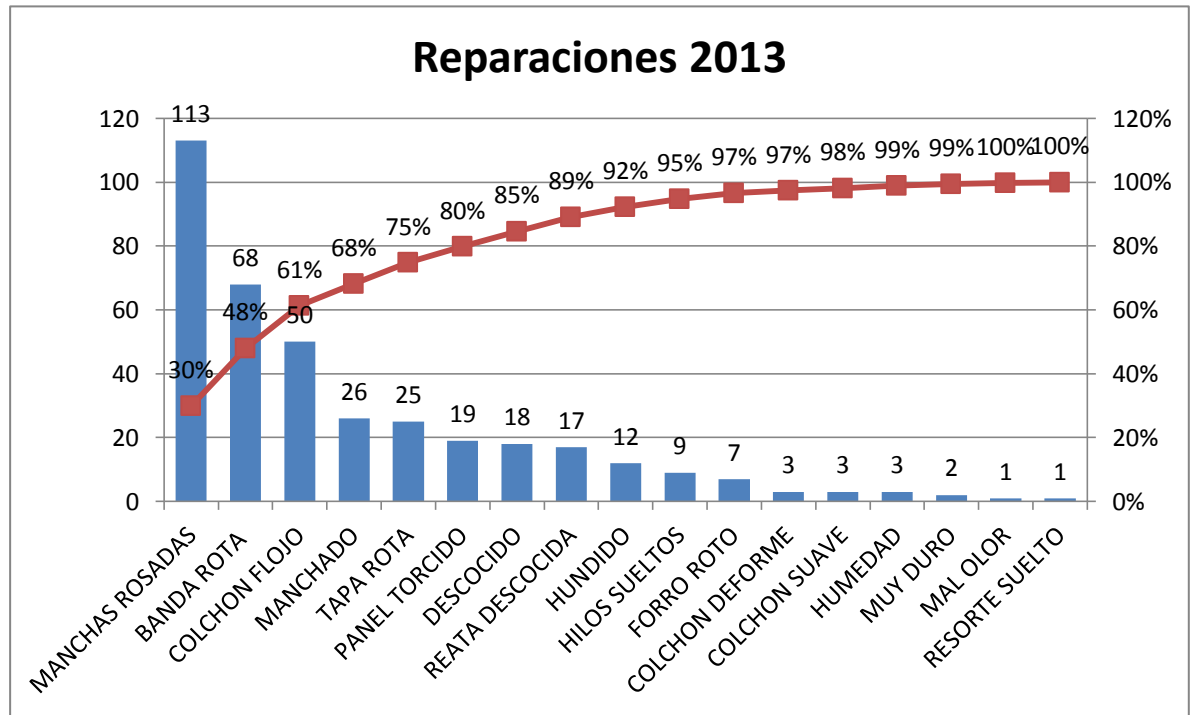
Tabla 22.- **Reparaciones 2013.**

<b>Reparaciones 2013</b>	
MANCHAS ROSADAS	113
BANDA ROTA	68
COLCHON FLOJO	50
MANCHADO	26
TAPA ROTA	25
PANEL TORCIDO	19
DESCOCIDO	18
REATA DESCOCIDA	17
HUNDIDO	12
HILOS SUELTOS	9
FORRO ROTO	7
COLCHON DEFORME	3
COLCHON SUAVE	3
HUMEDAD	3
MUY DURO	2
MAL OLOR	1
RESORTE SUELTO	1
<b>Total</b>	<b>377</b>

Fuente: **Investigación Reparaciones Chaide y Chaide (2013)**

En 2013 las reparaciones que ingresaron con mayores problemas son: manchas rosada 113, banda rota 68, colchón flojo 50, machado 26.

Figura N° 42.- Reparaciones 2013



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En 2013 se realizaron 377 reparaciones, la mayor causa fue las manchas rosadas, debido a un problema en el pegamento que en la humedad salían las manchas, comparando con el año 2012 el número de colchones flojos bajaron de 89 a 50 colchones ya que se tomó medidas de calidad para evitar que colchones salgan flojos.

### 2.3.3.1. Indicadores de Reparaciones

Los indicadores que miden la satisfacción de los clientes de reparaciones, son encuestas telefónicas mensuales y el sistema SAP da el indicador de fecha de retiro vs fecha de entrega.

En la tabla 23 se encuentran los Indicadores de Evaluación de Reparaciones.

Tabla 23- **Indicadores de Evaluación de Reparaciones.**

<b>REPARACIONES</b>		
	<b>CÁLCULO / FRECUENCIA</b>	<b>OBJETIVO</b>
% Satisfacción cliente final	Encuestas telefónicas	85%
% Satisfacción Cliente Distribuidor	Encuestas telefónicas	85%
Eficiencia entrega de reparaciones	Indicador Distribución Fecha de retiro vs. Fecha de entrega	4

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

En la tabla 23 se encuentran los indicadores de evaluación de reparaciones, que miden el porcentaje de satisfacción de cliente final, cliente distribuidor y la eficiencia de entrega de reparaciones. La evaluación se realiza mediante las encuestas telefónicas mensuales, el objetivo es 85%, el porcentaje de Satisfacción de Cliente Distribuidor se mide mensualmente por encuestas telefónicas el objetivo es el 85%. Eficiencia en entrega de reparaciones se obtiene midiendo el resultado Indicador es Fecha de retiro vs. Fecha de entrega, el objetivo es 4.

### **2.3.3.2. Evaluación de Reparaciones**

La evaluación se realiza mediante encuestas mensuales de satisfacción a los clientes finales, y clientes distribuidores.

**Encuestas a Clientes Distribuidores:** La encuestas de Servicio de Reparaciones de Clientes Distribuidores, se realizan una vez que se termina

el proceso cuando ya se realizó la entrega o el cambio del producto. Las preguntas que se realizan son para calificar el servicio de reparaciones y garantías, el tiempo que tarda la reparación, servicio de retiro y entrega de reparaciones por parte de los transportistas, si está satisfecho con la reparación, y comentarios, sugerencias y observaciones para mejorar el servicio.

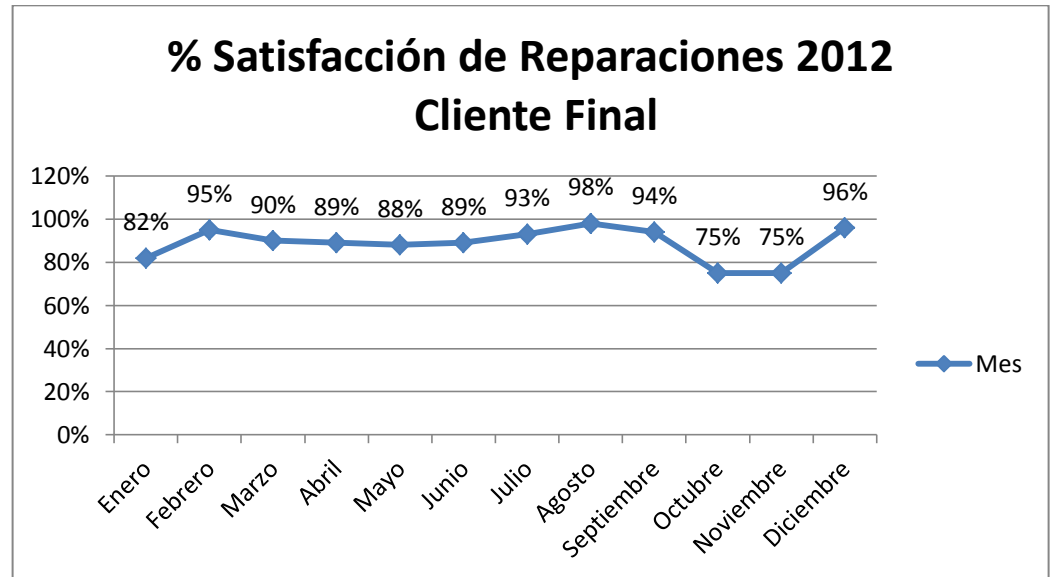
La encuesta se encuentra en el (Anexo 4, Encuesta de Satisfacción de Clientes Distribuidores)

**Encuestas a Clientes Finales:** La encuestas de Servicio de Reparaciones de Clientes Finales, se realizan una vez que se termina el proceso cuando ya se realizó la entrega o el cambio del producto. En el (Anexo 5, Encuesta de Satisfacción de Cliente Final)

### **Resultados de Satisfacción de Cliente Final 2012-2013**

En la figura 44 Resultados de Satisfacción de Reparaciones Cliente Final 2012.

Figura N° 44.- Resultados de Satisfacción de Reparaciones Cliente 2012

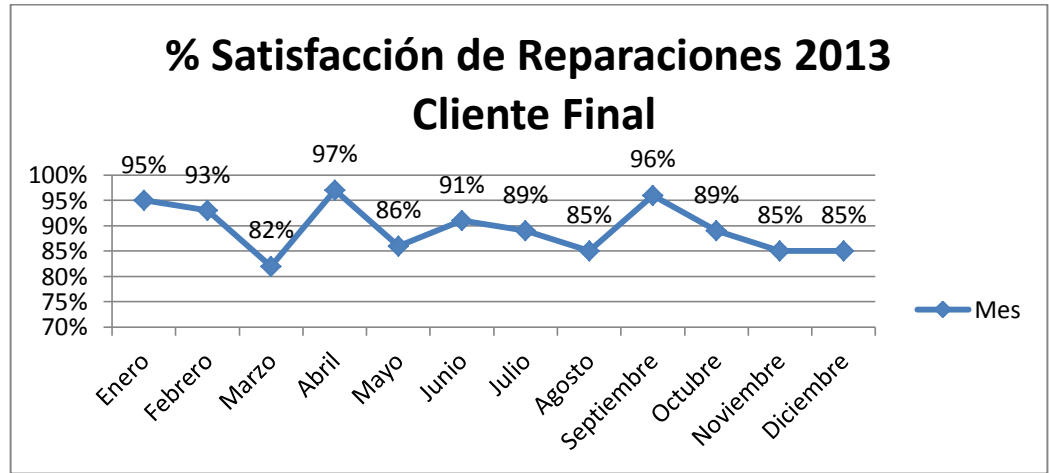


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados de satisfacción de reparaciones de Cliente final 2012 son variables, en la mayoría de meses cumple con el objetivo en el mes de enero, octubre y noviembre no cumple con el objetivo, el promedio de cumplimiento en el año es 88%.

En la figura 45 Resultados de Satisfacción de Reparaciones Cliente Fina 2012.

Figura N° 45.- Resultados de Reparaciones Cliente Final 2013

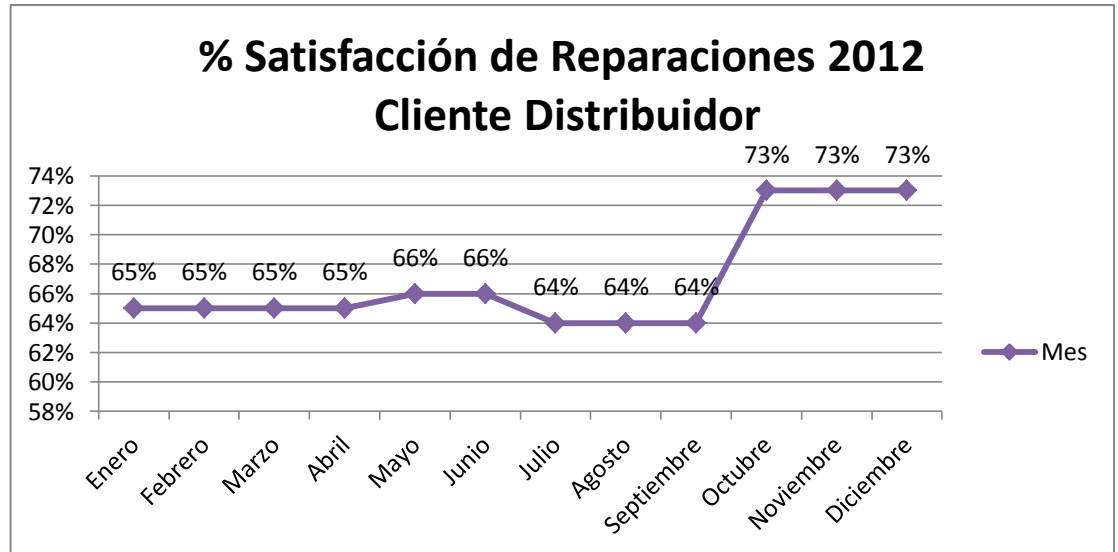


Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados de satisfacción de reparaciones de Cliente final 2013, son variables, en la mayoría de meses cumple con el objetivo, el promedio de satisfacción del año es 89%, en el mes de marzo no cumplió con el objetivo.

En la figura 46 Resultados de Reparaciones de Cliente Distribuidor 2012.

Figura N° 46.- Resultados de Satisfacción de Reparaciones Cliente Distribuidor 2012

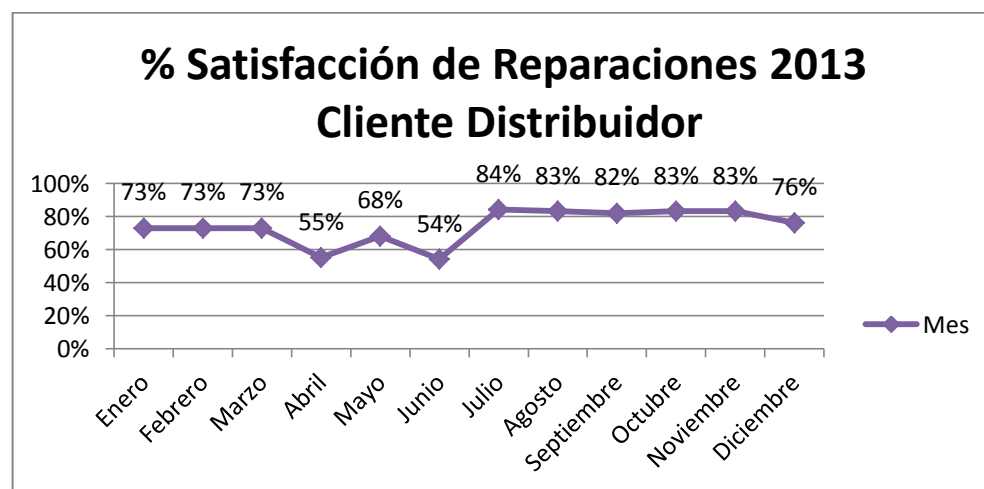


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados de satisfacción de reparaciones de Cliente distribuidor 2012 son crecientes, en este año no cumple con el objetivo, las principales quejas de los clientes es la demora en retiro y entrega de productos reparados.

En la figura 47 Resultados de Satisfacción de Contact Center 2013.

Figura N° 47.- **Resultados de Satisfacción de Reparaciones Cliente Distribuidor 2013**



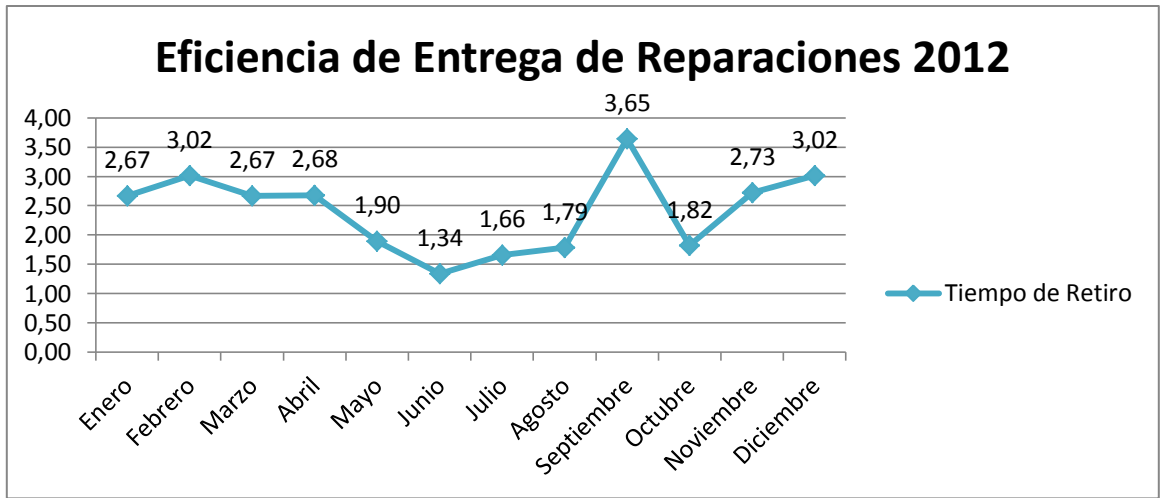
Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados de satisfacción de reparaciones de Cliente distribuidor 2013 son crecientes, en comparación al año 2012 se mejoró la satisfacción debido a que el departamento de servicio al cliente realizó mayor seguimiento a las reparaciones.

### **Eficiencia de Entrega de Reparaciones 2012**

En la figura 48 Resultados de Entrega de Reparaciones 2012.

Figura N° 48.- Resultados de Entrega de Reparaciones 2012

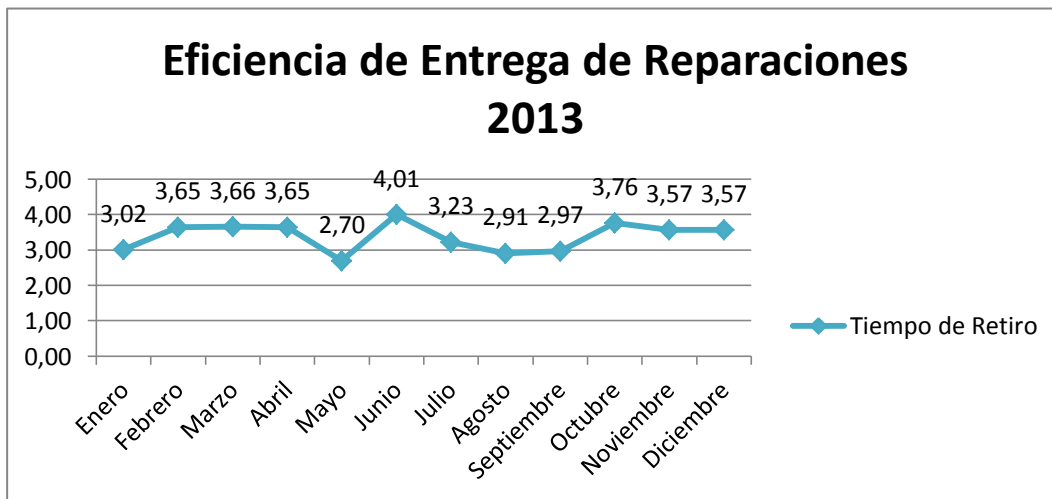


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados de satisfacción de entregas 2012, son variables, el objetivo es cumplir con 4, el departamento de distribución no cumple con el objetivo por las demoras en las entregas de las reparaciones.

En la figura 49 Resultados de Entrega de Reparaciones 2013.

Figura N° 49.- Resultados de Entregas de Reparaciones 2013



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados de eficiencia en la entrega de reparaciones 2013, son variables pero en este año en el mes de junio con 4.01 se llegó al cumplimiento del objetivo, el control de servicio al cliente mejoro la calificación.

#### **2.3.4. Servicio de Entregas**

Según Gabriela Rúales, Jefa de Servicio el servicio de entregas de Chaide y Chaide, se encarga del transporte y envío de los productos al cliente final y cliente distribuidor. El departamento de Distribución se encarga de la planificación de despachos de productos, retiro y entrega de las reparaciones, atención personal o telefónica al cliente, la planificación de despachos y atención de devoluciones.

##### **Entrega a Cliente Distribuidores**

La entrega a clientes distribuidores se realiza a nivel nacional, una vez que los asesores comerciales ingresan los pedidos, el departamento de distribución se encarga del envío de los productos.

##### **Entrega a Clientes Finales**

Los asesores comerciales de tiendas ingresan los pedidos en SAP y en una tabla dinámica ingresa los datos del cliente, hora y sector de entrega. Horario de entrega de clientes finales es de lunes a viernes de 10:00 am a 20:00 pm y los días sábados de 10:00 am a 18:00 pm

### 2.3.4.1. Indicadores de Servicio de Entregas

Los indicadores de Servicio de Entregas son el tiempo, se mide por fecha de entrega vs fecha real, el indicador se obtiene de SAP.

En la tabla 24 se encuentran los Indicadores de Evaluación de Servicio de Entregas.

Tabla 24.- **Indicadores de Evaluación de Servicio de Entregas.**

<b>SERVICIO DE ENTREGAS</b>		
% Satisfacción distribuidor	Encuestas trimestrales	90 %
% Satisfacción Cliente Final	Encuestas mensuales	90 %
Entregas a Tiempo Distribuidores	Indicador SAP %	90 %
Entregas a Tiempo Finales	Indicador SAP %	90 %

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

El departamento de servicio al cliente evalúa el servicio de retiro y entregas por parte de los transportistas, el tiempo de entregas a distribuidores y clientes finales. Se evalúa el % de Satisfacción a los distribuidores por encuestas trimestrales, % de Satisfacción a clientes finales por encuestas mensuales. Las entregas a tiempo distribuidores, y clientes finales, el indicador se obtiene del sistema SAP, el objetivo es el 90%.

### 2.3.4.2. Evaluación de la Encuesta de Servicio de Entregas.

Las encuestas que miden la satisfacción en las entregas se realizan a clientes distribuidores con encuestas trimestrales, cliente final se realizan encuestas mensuales.

En la tabla 24 se encuentran la Encuesta de Servicio de Entregas

Tabla 24.- **Indicadores de Encuesta de Servicio de Entregas.**

**1.3. SERVICIO DE ENTREGA:**

**1.3.1. TRANSPORTE**

**P.8** El transportista le atiende amablemente?

Sí 1                      No 2

**P.9** El transportista está uniformado y limpio?

Sí 1                      No 2

**P.10** El transportista coloca los colchones en el lugar que usted requiere?

Sí 1                      No 2

**1.3.2. DISTRIBUCIÓN**

**P.11** Qué tan satisfecho se siente usted con la puntualidad y exactitud de los despachos?  
**(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.11.1** Por qué razón opina de esta manera?

---

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

En la encuesta se evalúa el servicio de entrega, en 2 partes transporte y distribución. Transporte. Las preguntas son cerradas, si el transportista es amable, si se encuentra uniformado y limpio, el transportista coloca los colchones en su lugar que el cliente solicita, y la distribución del producto el grado de satisfacción con la puntualidad, y exactitud de los despachos.

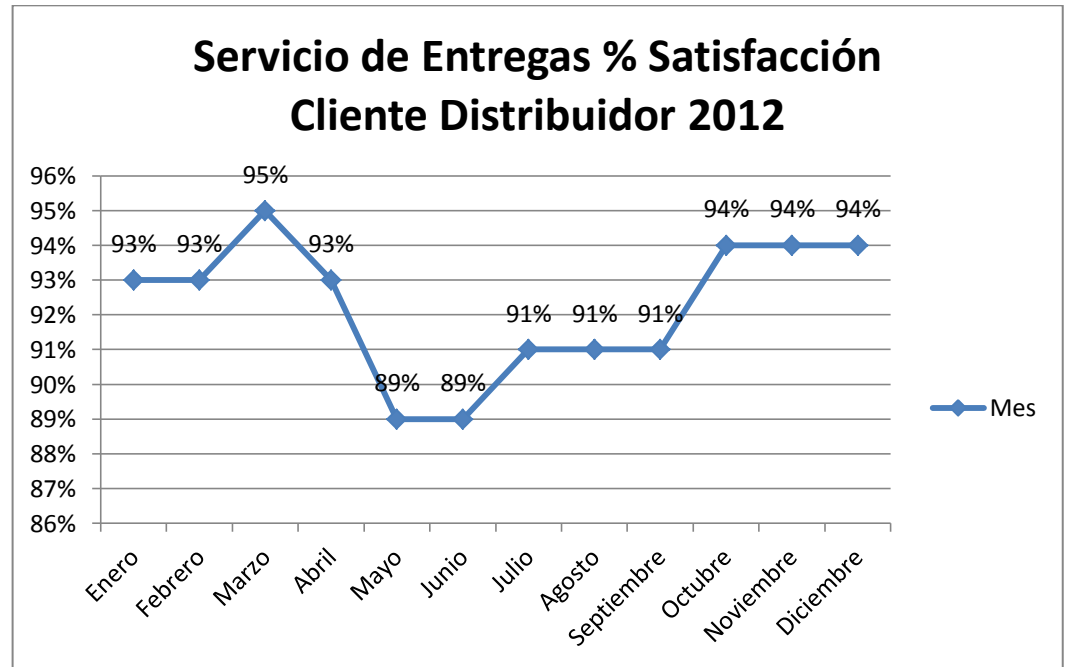
Tabla 25.- **Indicadores de Encuesta de Servicio de Entregas.**

SERVICIO DE ENTREGAS CLIENTES FINALES		SI	NO			
6	Recibió una llamada del Sr. transportista o del personal de Chaide y Chaide por lo menos 1 hora antes de la entrega?					
7	Al momento de la entrega el personal fue cortés?					
8	Se cumplió con el tiempo y puntualidad de entrega?					
9	Dejaron el producto donde usted lo solicitó?					
10	El transportista estaba uniformado y limpio?					
				Ni Satisfecho		
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni Insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
11	En una escala de 1 a 5, siendo 5 muy satisfecho y 1 totalmente insatisfecho En general qué tan satisfecho se siente usted con el servicio de entrega de su pedido?					

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

En la figura 50 Resultados de Servicio de Entregas Cliente Distribuidor 2012.

Figura N° 50.- **Resultados de Satisfacción de Entregas Cliente Distribuidor 2012**

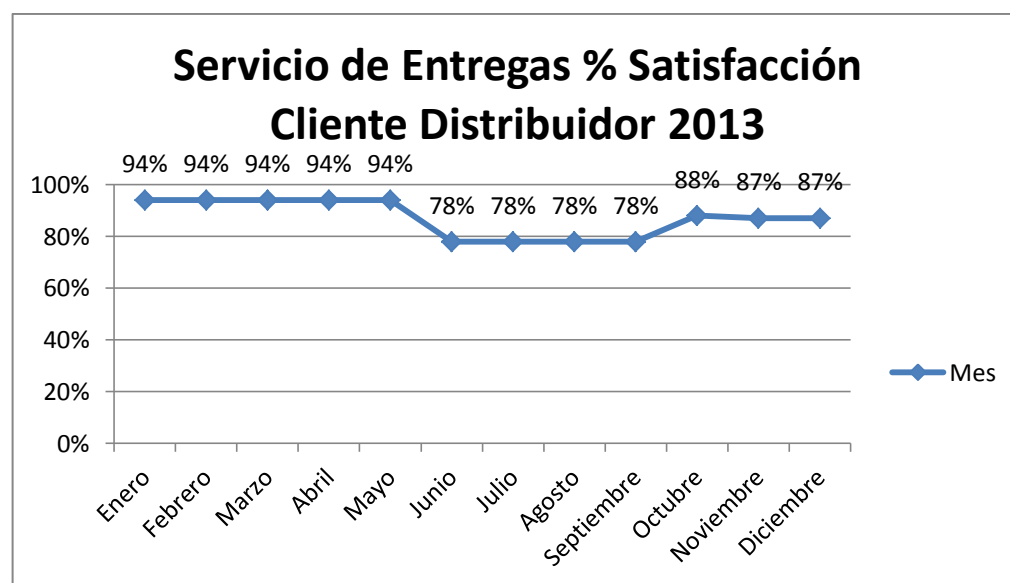


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Los resultados de satisfacción de entregas a cliente distribuidor en el 2012, son variables, en los meses de temporada alta abril, mayo y junio hay un decrecimiento y al final del año vuelve a crecer en los meses de temporada alta octubre, noviembre, diciembre.

En la figura 51 Resultados de Satisfacción de Entregas Cliente Distribuidor 2013.

Figura N° 51.- **Resultados de Servicio de Entregas Satisfacción al Cliente Distribuidor 2013**

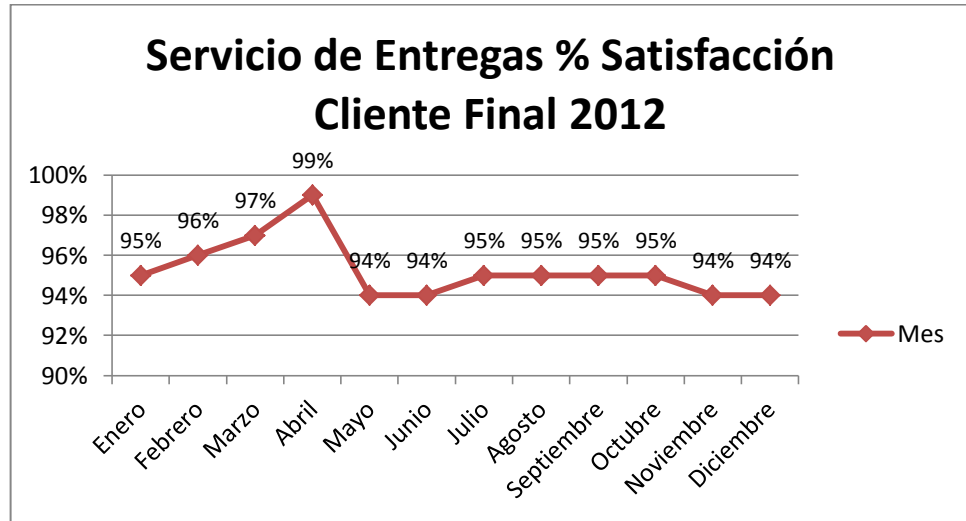


Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Los resultados de servicio de entregas de cliente distribuidor son constantes en los 5 primeros meses del año con el 94% de satisfacción, y empieza a decrecer en el mes de mayo, en comparación al año 2012 no se cumple con el objetivo debido a insatisfacción en clientes distribuidores por las entregas.

En la figura 52 Resultados de Servicio de Entregas Satisfacción de Cliente Final 2012.

Figura N° 52.- Resultados de Servicio de Entregas de Cliente Final 2012

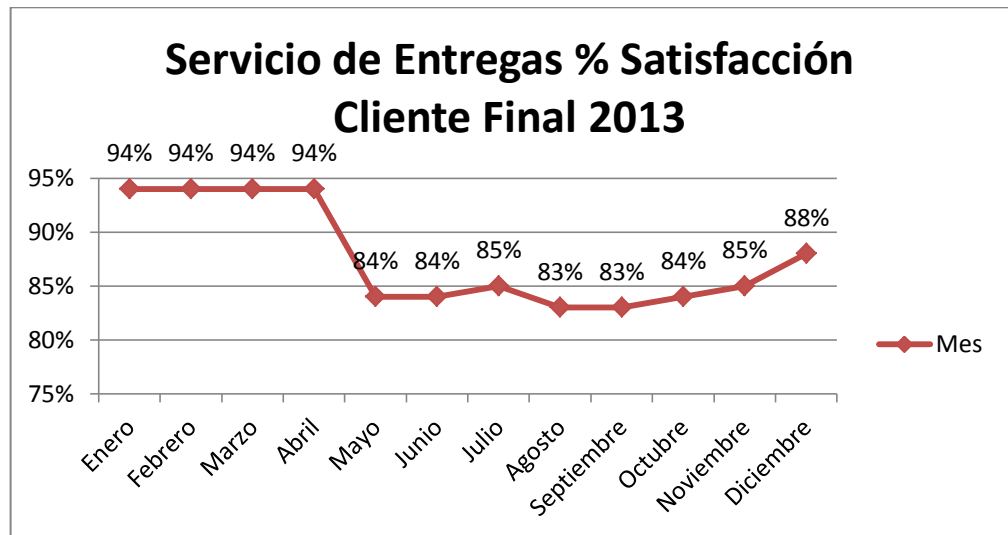


Fuente: Chaide y Chaide (2012)

Los resultados de satisfacción de entregas a cliente final en el 2012, son variables, se cumple con el objetivo de satisfacción de entregas, pero empieza a decrecer en los meses de temporada alta mayo y junio.

En la figura 53 Resultados de Servicio de Entregas Cliente final 2013.

Figura N° 53.- Resultados de Servicio de Entregas Cliente Final 2013



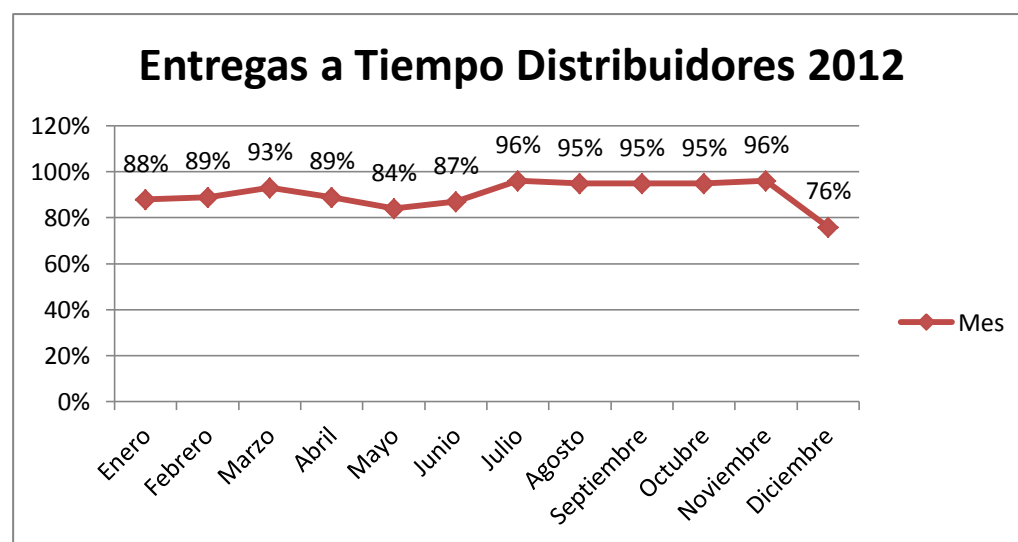
Fuente: Chaide y Chaide (2013)

Los resultados de satisfacción de entregas a cliente final en el 2013, son decreciente, se cumple con el objetivo los 4 primeros meses del año, en los siguientes meses la calificación es baja.

### Entregas a Tiempo Clientes Distribuidores 2012-2013

En la figura 54 Resultados de Entregas a Tiempo Distribuidores 2012.

Figura N° 54.- Resultados de Entregas a Tiempo Distribuidores 2012

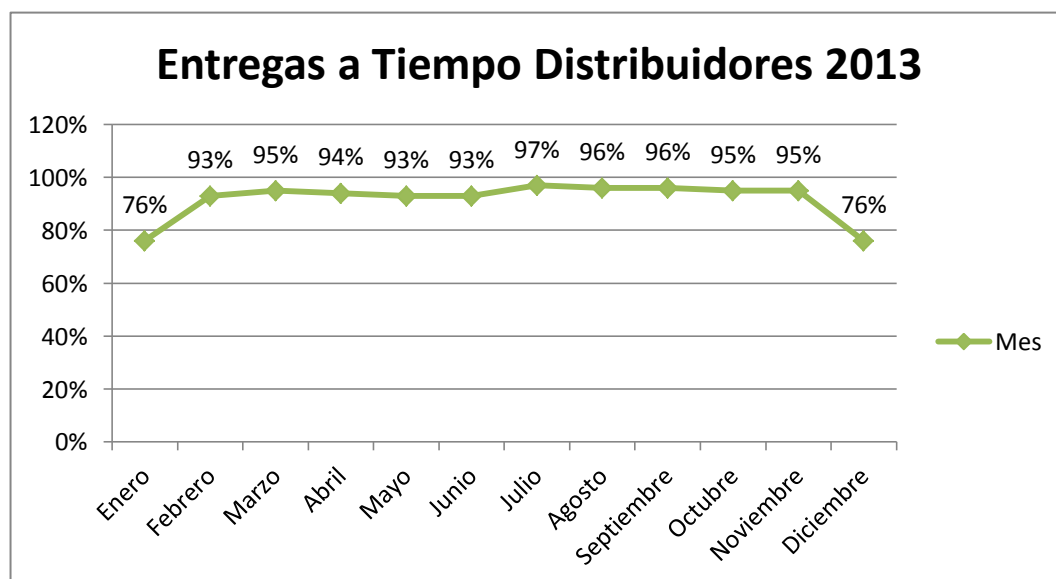


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

Según los resultados que se obtienen de SAP, las entregas se cumplen en un 91% en el año 2012. En los primeros meses del año no se cumple con los objetivos de satisfacción.

En la figura 55 Resultados de Entregas a Tiempo Distribuidores 2013.

Figura N° 55.- Resultados de Entregas a Tiempo Distribuidores 2013



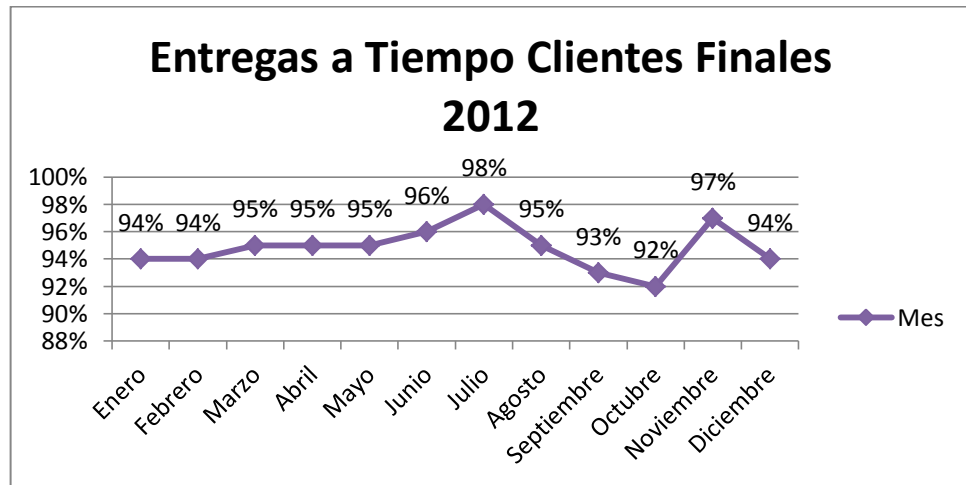
Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

Según los resultados que se obtienen de SAP, las entregas se cumplen en un 92% en el año 2013. En el mes de enero y diciembre son los meses más bajos en satisfacción al cliente.

### **Entregas a Tiempo Clientes Finales 2012-2013**

En la figura 56 está los Resultados de Entrega a Tiempo a Clientes Finales 2012.

Figura N° 56.- Resultados de Entregas a Tiempo Clientes Finales 2012



Fuente: Chaide y Chaide (2012)

Según los resultados que se obtienen de SAP, las entregas se cumplen en un 95% en el año 2012. Las tiendas propias se encargan de coordinar la entrega de los productos con el cliente mediante croquis, indicando el día de la entrega.

En la figura 57 Resultados de Entregas a Tiempo Clientes Finales 2013.

Figura N° 57.- Resultados de Satisfacción Contact Center 2013



Fuente: Chaide y Chaide (2013)

Según los resultados que se obtienen de SAP, las entregas se cumplen en un 96% en el año 2013, comparando con el año 2012 se mejoró la satisfacción en 1%.

### 2.3.5. Servicio de Asesores Comerciales

El servicio de los asesores comerciales, mide la atención al cliente final y distribuidores. Los asesores comerciales deben brindar la información que el cliente necesita, asesorarle con productos, promociones, formas de pago.

#### 2.3.5.1. Evaluación de Asesores Comerciales

La evaluación de asesores comerciales se realiza mediante encuestas, clientes distribuidores se realiza encuestas cuatrimestrales, el resultado debe ser mayor al 90%. Clientes Finales se evalúa mensualmente el resultado debe ser mayor 90%.

En la tabla 25 se encuentran los Indicadores de Evaluación de Asesores Comerciales.

Tabla 25.- **Indicadores de Evaluación de Asesores Comerciales.**

<b>ASESORES COMERCIALES</b>			
DISTRIBUIDOR	% Satisfacción distribuidor	Encuestas cuatrimestrales	90%
TIENDAS PROPIAS	% Satisfacción Cliente Final	Encuestas mensuales	90%
	Ambiente de la Tienda	Encuestas mensuales	90%
	Recomendación	Encuestas mensuales	90%

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

La evaluación de asesores comerciales se realiza mediante encuestas. En las tiendas propias se evalúa el servicio, el ambiente de la tienda.

### Encuestas Clientes Distribuidores

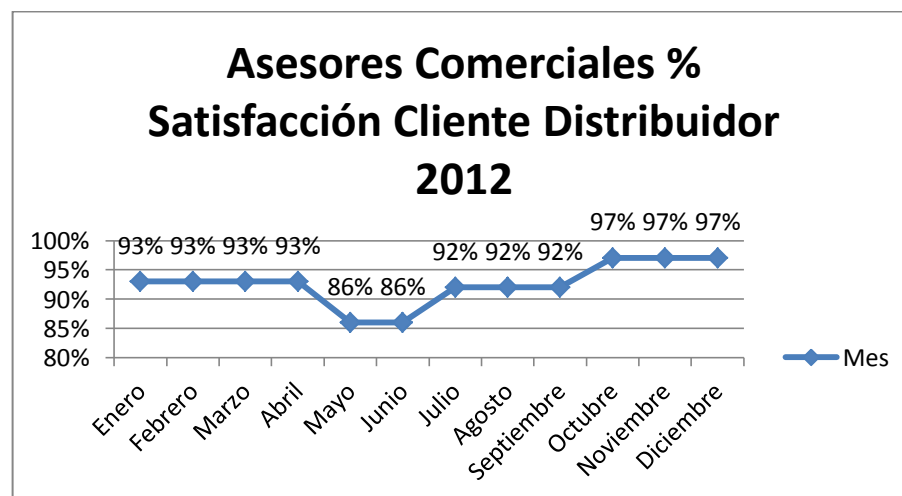
Las encuestas se realizan 5 preguntas abiertas y cerradas, que miden la satisfacción.

Se evalúa en base a la escala, donde 1 es Muy Insatisfecho y 5 es Muy Satisfecho. Se mide la satisfacción del servicio, asesoría e información recibida del vendedor sobre productos, beneficios, gestión de venta. Si el vendedor visita a los clientes distribuidores. Si el asesor da solución a los requerimientos.

### Asesores Comerciales Satisfacción Cliente Distribuidor 2012-2013

En la figura 58 se encuentran los resultados de Asesores Comerciales.

Figura N° 58.- **Resultados de Asesores Comerciales Satisfacción al Cliente Distribuidor 2012**

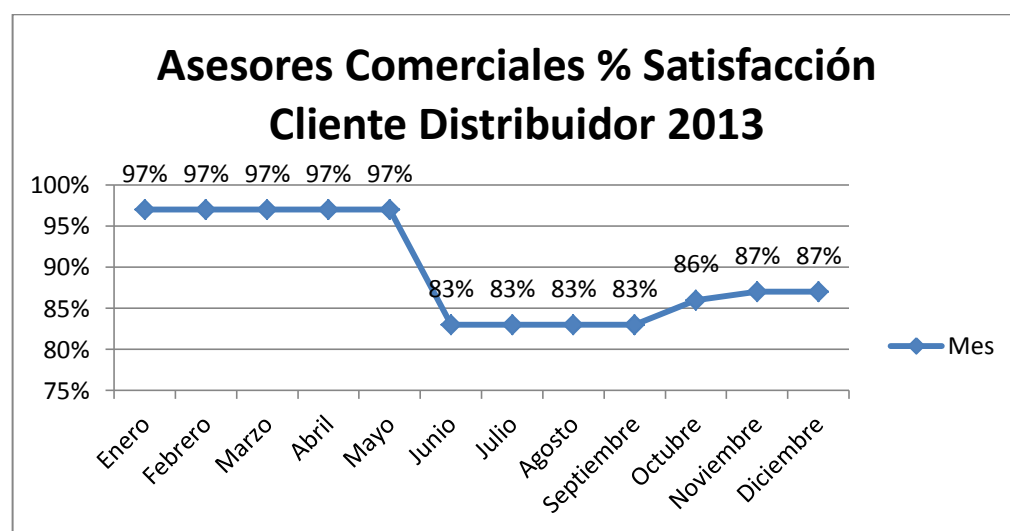


Fuente: **Chaide y Chaide (2012)**

En los resultados del servicio que brindan los asesores comerciales en el año 2012, cumplen en un promedio de 93% anual, los meses más bajos y que no cumplen con el porcentaje de satisfacción es el mes de mayo y junio.

En la figura 59 Resultados de Asesores Comerciales Satisfacción al Cliente Distribuidor 2013.

Figura N° 59.- **Resultados de Asesores Comerciales Satisfacción al Cliente Distribuidor 2013**

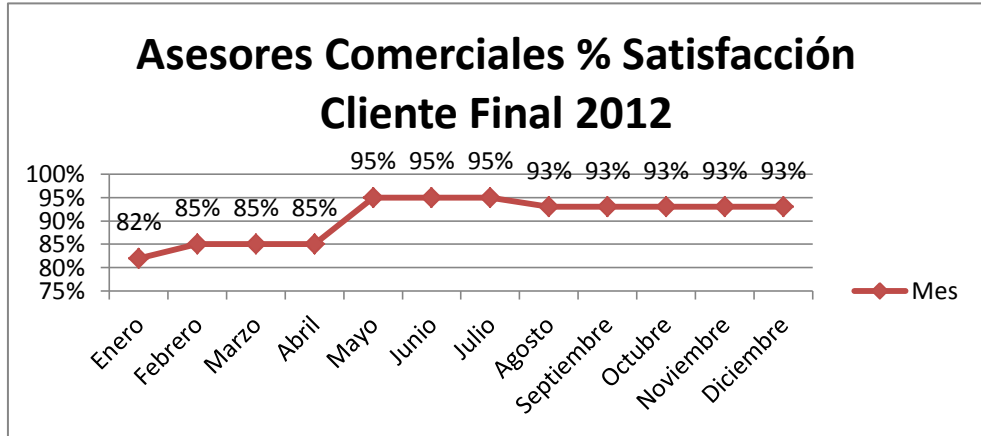


Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En los resultados del servicio que brindan los asesores comerciales en el año 2013, cumplen en un promedio de 90% anual, solo cumple con el objetivo en el mes de enero hasta mayo.

En la figura 60 Resultados Asesores Comerciales Satisfacción Clientes Finales 2012.

Figura N° 60.- **Resultados de Asesores Comerciales Satisfacción Cliente Final 2012**

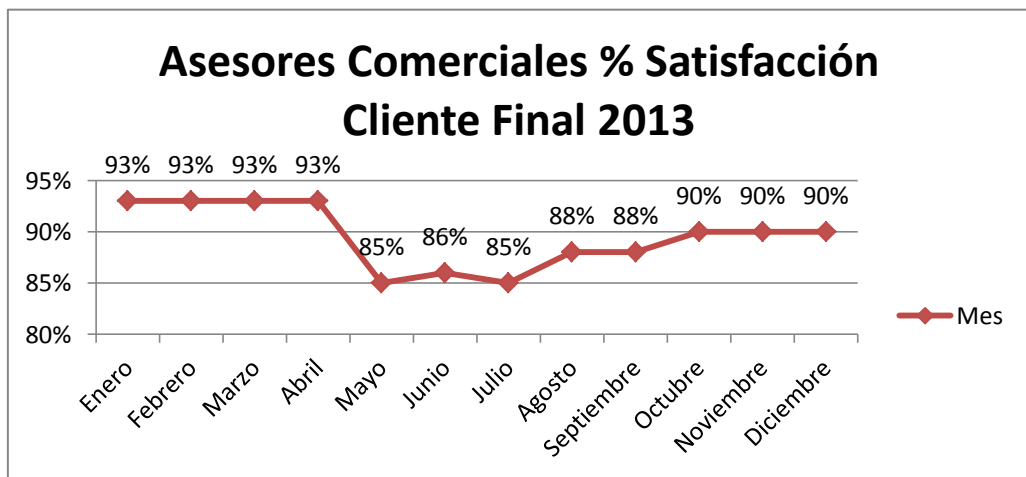


Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En la figura 61 Resultados Asesores Comerciales Satisfacción Clientes Finales 2013.

En los resultados del servicio que brindan los asesores comerciales a los clientes finales en las tiendas propias en el año 2012, cumplen en un promedio de 91% anual, cumplen con el objetivo a partir del mes de mayo.

Figura N° 61.- **Resultados de Asesores Comerciales Satisfacción Cliente Final 2013**



Fuente: **Chaide y Chaide (2013)**

En los resultados del servicio que brindan los asesores comerciales a los clientes finales en las tiendas propias en el año 2013, cumplen en un promedio de 90% anual, en comparación con el año 2012, es menor la satisfacción de clientes finales en las tiendas propias.

#### **2.3.6. Pre auditoría Norma ISO 10002.2004**

La pre auditoría del cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 10002:2004 del departamento de Servicio al Cliente de Chaide y Chaide, se realizó en el mes de agosto 2014. La pre auditoría se realizó mediante observación del proceso y documentos que respaldan el cumplimiento de los requisitos.

Tabla 26.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
4.1 GENERALIDADES					
4.2 VISIBILIDAD	X			Se observa que la visibilidad de la información de cómo y dónde reclamar, es conocida por los clientes, ya que en cada producto hay un certificado de garantía del producto donde está el procedimiento de cómo se aplica una garantía y los números de contacto de la empresa. En la página Web hay un link en donde se puede contactar con la empresa y enviar el motivo de contacto, reclamo o servicio al cliente. El personal que tiene contacto con el cliente tiene una herramienta en ERP SAP donde ingresan la queja mediante SIREQ sistema de reparaciones y quejas.	Certificado de Garantía Página Web de Contacto
4.3 ACCESIBILIDAD		X		La organización no tiene un medio impreso en donde el cliente registre la queja. El cliente puede ingresar una queja mediante un formulario en internet, o verbalmente con el asesor comercial. El asesor comercial ingresa en el sistema de Reparaciones y Quejas SIREQ.	Página Web de Contacto Manual de Operación del Sistema de Reparaciones y Quejas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 27.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
4.4 RESPUESTA DILIGENTE	X			Se observa que la recepción de cada queja es comunicada inmediatamente al cliente, y se le mantiene informado del proceso telefónicamente hasta la solución de la queja.	Correo electrónico Informativo Comunicación Telefónica.
4.5 OBJETIVIDAD		X		<b>C1</b> Generalidades	
a) Claridad	X			Se observa que la claridad proceso es sencillo para los reclamantes y el personal.	Manual de Sistema de Reparaciones y Quejas
b) Imparcialidad	X			La organización cumple con la imparcialidad con el trato de la queja del reclamante y personal ya que maneja las quejas la Jefa de Servicio al Cliente.	TI-001878 QJ-000071 TI-001733
c) Confidencialidad	X			Se observa que hay confidencialidad en el sistema se tiene la información y no es publica se mantiene reservada para los agentes de servicio.	SIREQ
d) Accesibilidad		X		El reclamante si tiene parte en el proceso de tratamiento de quejas, pero no se comunica al proveedor.	
e)Exhaustividad	X			Se observa que la Jefe de Servicio al Cliente de la Organización se comunica con el personal y le informa sobre la queja.	Comunicado por correo electrónico, reunión con el personal

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 28.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
f) Equidad	X			Se observa que si hay equidad en ahí el mismo trato para cada uno de los involucrados.	TI-001733
g) Sensibilidad	X			Se observa que cada queja es tratada por separado.	TI-001733
C2. Objetividad con el personal	X			Se observa que si se informa al personal de queja de desempeño y se da la oportunidad para explicar,	Correo electrónico Informativo.
C.3 Distinción entre los procedimientos de tratamientos de las quejas y los procedimientos disciplinarios		X		El tratamiento de quejas está definido, en el manual de operación de Sistema de Reparaciones y Quejas	Manual de Operación del Sistema de Reparaciones y Quejas
C.4 Confidencialidad	X			Se observa que el Sistema SIREQ, si da confidencialidad del personal la queja se puede ver por la jefa de servicio al cliente y los involucrados en el proceso.	QJ-000071
C.5 Seguimiento de la Objetividad	X			El proceso de quejas tiene un seguimiento de quejas, con encuestas mensuales de satisfacción de todos los tickets de clientes finales y distribuidores. Jefe de Servicio al Cliente revisa los tickets de quejas cerrados.	Encuesta de Reparaciones Cliente Final y Cliente Distribuidor

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 29.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
4.6 COSTOS	X			Se observa que las reparaciones por producto según la inspección se evalúa si el producto es cubierto por la garantía, caso contrario una parte asume la empresa y otra parte el reclamante.	Manual de Reparaciones y Garantías
4.7 CONFIDENCIALIDAD		X		El tratamiento de quejas, maneja confidencialidad, pero no hay una política de confidencialidad para que se cumpla con este requisito.	TI-001733
4.8 ENFOQUE AL CLIENTE	X			El departamento de Servicio al Cliente evalúa el compromiso del tratamiento de quejas, mediante la remuneración variable involucrando a los departamentos de producción, ventas, distribución.	Remuneración Variable, Informe Gerencial.
4.9 RESPONSABILIDAD	X			Se evidencia que en el Instructivo de Sistema de Reparaciones y Quejas está especificado en el punto 3 Responsabilidades, el responsable y cada función.	Instructivo de Sistema de Reparaciones y Quejas
4.10 MEJORA CONTINUA	X			Se observa que en la visión de la empresa tiene como objetivo la Innovación constante de productos, pero no está definido como objetivo la mejora continua del proceso de tratamiento de quejas.	Procedimiento de acciones preventivas, correctivas y mejoras.

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 30.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
5.1 COMPROMISO		X		Se observa que hay una política y los procedimientos para la resolución de las quejas. Pero no hay evidencia del compromiso de la dirección.	Instructivo de Sistema de Reparaciones y Quejas
5.2 POLÍTICA			X	No tienen una política legal de tratamiento de quejas	
<b>5.3 RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD</b>					
5.3.1 La alta dirección es responsable de:					
ISO 10002:2004 5.3.1 a	X			Se evidencia que en el Instructivo de Sistema de Reparaciones y Quejas está especificado los objetivos de la organización	
ISO 10002:2004 5.3.1 b		X		La organización tiene un proceso de reparaciones y quejas, pero está por definirse un tratamiento de quejas de acuerdo a la Norma 10002 2004.	
ISO 10002:2004 5.3.1 c			X	Se observa que no tienen identificado el tratamiento de quejas.	
ISO 10002:2004 5.3.1 d	X			Se observa que el personal si es consiente con las reparaciones y devoluciones debido a que son evaluados mensualmente el servicio que brindan.	Informe Gerencial 2012-2013

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 31.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
ISO 10002:2004 5.3.1 e			X		
ISO 10002:2004 5.3.1 f	X			Se observa que están definidos los responsables y las autoridades en el tratamiento de quejas.	Instructivo de Sistema de Reparaciones y Quejas
ISO 10002:2004 5.3.1 g	X			Se observa que se comunica por correo electrónico a la Gerente General la queja significativa.	Correo electrónico
ISO 10002:2004 5.3.1 h	X			Se observa que el proceso de reparaciones y quejas es revisado continuamente por las mediciones de satisfacción al cliente.	Resultados de Encuestas de Satisfacción Informe Gerencial
5.3.2 El representante de la dirección el tratamiento de las quejas es responsable de lo siguiente:					
ISO 10002:2004 5.3.2 a	X			Se observa que si está establecido el proceso de seguimiento, evaluación y comunicación.	Resultados de Encuestas de Satisfacción Informe Gerencial
ISO 10002:2004 5.3.2 b	X			Se observa que el jefe de servicio al cliente informa a la Gerencia el proceso pero que depende aprobación para mejora.	Informe Gerencial de Servicio al Cliente 2012-2013

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 32.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
ISO 10002:2004 5.3.2 c	X			Se Observa que la Jefa de Servicio al Cliente gestiona que los equipos tecnológicos, la documentación, la fijación y el cumplimiento de los tiempos límites, los objetivos y otros requisitos y del proceso de revisión.	
5.3.3 Otros directivos involucrados en el proceso de tratamiento de las quejas deberían, ser responsables de lo siguiente:					
ISO 10002:2004 5.3.3 a		X		Se observa que los jefes de producción y distribución se aseguran de que cumpla con el proceso de reparaciones y quejas.	Manual de Funciones
ISO 10002:2004 5.3.3 b	X			Se observa que los jefes de producción y distribución mantienen contacto con el Jefe de Servicio al Cliente sobre el proceso de tratamiento de las quejas por las evaluaciones de su departamento.	Correo electrónico, Reuniones informativas de SIREQ, Informe Gerencial SAC
ISO 10002:2004 5.3.3 c	X			Se observa asegurarse de promover la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la necesidad del enfoque al cliente a través de la organización.	Capacitación de Servicio al Cliente personal

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 33.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
ISO 10002:2004 5.3.3 d		X		La información de quejas es accesible a los clientes en cada producto tiene un certificado de garantía, pero sobre quejas del personal no hay mucha información.	Certificado de Garantía Pagina Web de Contacto
ISO 10002:2004 5.3.3 e	X			Se evidencia que si envían información sobre las decisiones de reparaciones y quejas en correo electrónicos informativos y reuniones.	Correo electrónico Informativo.
ISO 10002:2004 5.3.3 f	X			Los involucrados en el proceso tienen un registro de las quejas, y un seguimiento que brinda el sistema y revisa la Jefa Servicio al Cliente.	TI-001733
ISO 10002:2004 5.3.3 g	X			Se observa que los jefes de producción distribución toman acciones para corregir el problema y el suceso queda registrado en el Sistema de Quejas.	QJ-000063
ISO 10002:2004 5.3.3 h	X			La información a la alta dirección está en un informe gerencial con porcentajes de satisfacción para revisión.	Informe Gerencial 2012-2013
5.3.4 Todo personal en contacto con los clientes y los reclamantes debería:	X			El personal involucrado con quejas es capacitado para usar el sistema y cumplir con el requisito que tiene la organización, y con las políticas de servicio al cliente y el trato al cliente.	Capacitación SIREQ

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 34.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
5.3.5 Todo el personal debería:		X		Se observa que todo el personal tiene funciones y responsabilidades según la referencia del manual de calidad 6.2.2, pero les falta un procedimiento de quejas que tienen un impacto en la organización.	Manual de Calidad de Chaide y Chaide 6.2.2.
<b>6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO</b>					
6.1 GENERALIDADES		X		La organización tiene un sistema de reparaciones y quejas, está diseñado para tratar las quejas y aumentar la satisfacción al cliente y mejorar los productos ofrecidos.	Manual de Reparaciones y Quejas Sireq
6.2 OBJETIVOS			X	Se observa que los objetivos no están definidos para el tratamiento de quejas.	
6.3 ACTIVIDADES			X	Se observa que no está definido el proceso de tratamiento de quejas.	
6.4 RECURSOS		X		La organización que en sistema de reparaciones y quejas que maneja actualmente la organización si evalúa y da formación al personal, cuenta con un aplicativo para SAP, aun no se define que personal haga las inspecciones de los productos.	Aplicativo de Reparaciones y Quejas Encuestas de Satisfacción

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 35.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
7. OPERACIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS					
7.1 COMUNICACIÓN			X	El cliente no tiene información del proceso de tratamiento de quejas, tiene información en la etiqueta del producto pero en el caso de servicio no hay forma en que el reclamante tenga la información del estado de la queja.	
7.2 RECEPCIÓN DE LA QUEJA	X			Se observa que cuando ingresan una queja, se envía un mail al cliente y al personal.	TI-001733 correo electrónico
7.3 SEGUIMIENTO DE LA QUEJA	X			El sistema de reparaciones y quejas SIREQ, tienen seguimiento a lo largo del proceso, se cierra un ticket de reparaciones o queja cuando realizan las encuestas de satisfacción.	Encuesta de Reparaciones Cliente Final y Cliente Distribuidor Ticket 1733
7.4 ACUSE DE RECIBO DE LA QUEJA	X			Se observa que cuando se ingresa un ticket por reparación y queja el cliente es notificado mediante llamada telefónica.	

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 36.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
7.5 EVALUACIÓN INICIAL DE LA QUEJA	X			La organización tiene la evaluación en cada ticket de la reparación o queja, para determinar que se realiza en cada caso.	TI-001878 QJ-000071 TI-001733
7.6 INVESTIGACIÓN DE LAS QUEJAS	X			Los asesores comerciales hacen una inspección física de los productos antes de confirmar una queja, y el Jefe de Servicio al Cliente realiza la investigación sobre la queja de servicio.	TI-001733
7.7 RESPUESTA A LAS QUEJAS	X			Se observa que se envía un correo informativo del estado del su queja desde <a href="mailto:información.chaide@chaideychaide.com">información.chaide@chaideychaide.com</a>	Correo electrónico
7.8 COMUNICACIÓN DE LA DECISIÓN	X			Se observa que las decisiones de quejas son recibidas y comunicadas a los clientes inmediatamente por un correo electrónico.	Correo electrónico
7.9 CIERRE DE LA QUEJA	X			Se observa que las quejas son cerradas una vez que se da solución a las quejas, todas las quejas se cierran con la encuesta de satisfacción.	

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 37.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
8.1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN					
ISO 10002:2004 8.1 a		X		Las quejas son registradas y almacenadas en el aplicativo de SIREQ, pero no tienen una clasificación todos los tickets por reparación se cierran en un solo archivo.	
ISO 10002:2004 8.1 b	X			Se observa que mantienen el registro de reparaciones y quejas en un medio electrónico, que está preservado para revisión y análisis.	SIREQ
ISO 10002:2004 8.1 c	X			Se observa que se mantiene los registros de reparaciones y quejas.	SIREQ
ISO 10002:2004 8.1 d		X		El sistema SIREQ genera los tiempos límites para la resolución de quejas, y está definida la entrega de los registros.	
ISO 10002:2004 8.1 e		X		Se observa que no está definido la especificación de cómo y cuándo se divulgan al público los datos estadísticos.	
8.2 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS			X	Se observa que en el sistema no hay una clasificación de las quejas y no tienen reportes de identificación de problemas principales.	

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Tabla 37.- Pre auditoría de Servicio al Cliente según la Norma 10002:2004.

PREAUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA NORMA 10002:2004					
Requisito	Cumple			Observaciones	Evidencia
	Si	En parte	No		
8.3 SATISFACCIÓN CON EL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS	X			Se observa que la organización tiene contacto con el cliente cuando realiza las encuestas de satisfacción.	Encuesta de Reparaciones Cliente Final y Cliente Distribuidor
8.4 SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS	X			Se observa que tienen un seguimiento para el proceso de tratamiento de quejas en el sistema SIREQ y por la Jefa de Servicio al cliente.	TI-001733
8.5 AUDITORÍA DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS	X			Se observa que el tratamiento del proceso de servicio al cliente es auditado internamente según el procedimiento.	Procedimiento de Auditoría Interna
8.6 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS					
8.6.1			X	No tiene la revisión de la alta dirección el proceso de tratamiento de quejas.	
8.6.2			X	No se observa la revisión de la alta dirección el proceso de tratamiento de quejas.	
8.6.3			X	No se observa la revisión de la alta dirección el proceso de tratamiento de quejas.	
8.7 MEJORA CONTINUA	X			Se observa que tienen un procedimiento de acciones preventivas, correctivas y mejora continua.	Procedimiento de acciones preventivas, correctivas y mejora continúa.

Fuente: Chaide y Chaide (2014)

Elaborado por: Gabriela Gómez

### 2.3.6.1. Resultados de la Pre auditoría Norma ISO 10002:2004

La Norma ISO 10002:2004 tiene 69 requisitos, los resultados de la Pre auditoría de Chaide y Chaide son los siguientes: La organización cumple con 40 requisitos, en parte con 19 requisitos, y no cumple con 10 requisitos.

En la tabla 38 se encuentra el cumplimiento de la pre auditoría Norma ISO 10002:2004.

Tabla 38.- Cumplimiento de la pre auditoría Norma ISO 10002:2004.

Resultados de la Pre auditoría de Norma ISO 10002:2004						
Requisitos	Cumple		En Parte		No Cumple	
4 Principios de Orientación	16	23%	4	6%	0	0%
5 Marco de Referencia para el Tratamiento de Quejas	15	22%	5	7%	3	4%
6 Planificación y Diseño	0	0%	2	3%	2	3%
7 Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas	6	9%	2	3%	1	1%
8 Mantenimiento y Mejora	5	7%	4	6%	4	6%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>61%</b>	<b>17</b>	<b>25%</b>	<b>10</b>	<b>14%</b>

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Según los resultados de la pre auditoría, Chaide y Chaide cumple con el 61% de los requisitos, en parte con el 25%, y no cumple con el 14%. En el punto 4 Principios de Orientación cumple con 16 requisitos y en parte con 4 requisitos, aquí tiene mayor fortaleza de cumplimiento, en el punto 5 Marco de Referencia para el Tratamiento de Quejas cumple con 15 requisitos, en parte con 5 requisitos, y no cumple con 3 aquí tiene debilidades le falta por cumplir requisitos como tener una política de quejas, en el punto 6 Planificación y diseño cumple en parte con el 2 requisitos, no

cumple con 2 requisitos, para que la norma se cumpla la organización debe tener objetivos y actividades para la norma, en el punto 7 Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas cumple con 6 requisitos, en parte con 2 y no cumple con 1 requisito, la comunicación, en el punto 8 Mejora continua cumple con 5 requisitos, en parte con el 4 y no cumple con 4 requisitos la mayor debilidad se encuentra en este punto.

### **3. PROPUESTA DE DISEÑO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS**

En el tercer capítulo, se realizará la propuesta de diseño de tratamiento de quejas según la norma ISO 10002:2004 para el caso de Chaide y Chaide S.A, siguiendo el Marco de Referencia, Planificación, Desarrollo, Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas, Mantenimiento y Mejora.

Actualmente la empresa Chaide y Chaide con el departamento de Servicio al Cliente tiene un sistema de reparaciones y quejas, buscando mejorar la satisfacción del cliente y tratar quejas por producto y servicio, según los resultados de la pre auditoría de la Norma ISO 10002:2004, cumple con el 61% y cumple en parte el 25% y no cumple con el 14% de los requisitos.

#### **3.1. De acuerdo a la Norma ISO 10002:2004 el Marco de Referencia para el Tratamiento de las Quejas**

Para cumplir con el marco de referencia para el tratamiento de quejas, Chaide y Chaide debe tener el compromiso del personal involucrado, una política, objetivos.

El cumplimiento se encuentra en la Política se encuentra en el anexo 6 (Procedimiento de Tratamiento de Quejas) y en el anexo 7, (Manual de Funciones).

### **3.1.1. Compromiso**

Para una eficaz operación del Tratamiento de Quejas y su mejora continua, la gerencia de Chaide y Chaide se compromete a:

- Comunicar a todo el personal de la empresa la importancia de satisfacer los requisitos del cliente, mediante capacitaciones de servicio al cliente interno y externo que se darán 2 veces al año después de la capacitación se tendrá una evaluación.
- Establecer, difundir y aplicar la política de tratamiento de quejas a todo el personal de Chaide y Chaide una vez implantado.
- Asegurar que se establezcan y cumplan los objetivos de tratamiento de las quejas.
- Realizar la revisión gerencial del Tratamiento de las Quejas.
- Proveer los recursos que aseguren que el Tratamiento de las Quejas, es establecido, implementado y mantenido.

### **3.1.2. Política**

La Política de Tratamiento de Quejas es definida por la Jefa de Servicio al Cliente, la cual es; adecuada a los propósitos de la organización, los principios de orientación, incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del Tratamiento de Quejas, provee una estructura para el establecimiento y revisión de los objetivos del Tratamiento de Quejas, es comunicada y entendida dentro de la organización y es revisada para

su continua adecuación. La política se encuentra en el Anexo 6 (Procedimiento de Tratamiento de Quejas).

### **Políticas de Chaide y Chaide para el tratamiento de quejas**

Política 1: Chaide brinda información clara y accesible para los clientes y el personal mediante un afiche informativo, buzón de quejas, y la página web donde se ingresa la queja. Los clientes serán informados del estado de su queja mediante emails informativo, y llamadas telefónicas y se comunicará el estado de la queja.

Política 2: La Jefa de Servicio al Cliente, se compromete a tratar y evaluar la queja de forma objetiva, imparcial y exhaustiva, investigando y evaluando la queja protegiendo al cliente y el personal. Mediante la comprobación de la queja de un producto mediante la inspección física por el asesor del producto, y el registro se encuentra en el sistema SIREQ, con la solución. En caso de queja por servicio el Jefe de Servicio al Cliente se reúne con el personal involucrado para investigar la queja, y el Jefe del personal involucrado para verificar las explicaciones se comunicaran por email la resolución de la queja.

Chaide realiza el seguimiento de la objetividad mediante:

Se evaluará mensualmente las quejas resueltas de forma aleatoria para analizar el seguimiento del trato con el cliente, con la queja resuelta se verifica el cumplimiento de la objetividad.

Política 3: La Jefa de Servicio al Cliente mantiene la confidencialidad de la información personal de los clientes y de la queja, mediante el sistema SIREQ, en donde la información es registrada, y manipulada por el personal de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución y Asistente de

Producción que tienen usuario y clave para manejo de la información, excluye a personas que no son parte del proceso.

Política 4: Chaide se compromete a ser equitativo, y sensible dando el mismo tratamiento a todos los clientes, y tratando cada queja por separado dando atención a las necesidades del cliente. El caso de queja por producto con daño de fábrica tiene el mismo tratamiento de quejas, mediante la garantía.

Política 5: El acceso al tratamiento de quejas no tendrá costo para el cliente.

Política 6: El personal involucrado, Jefe de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción están comprometidos con el tratamiento de quejas resolviendo las quejas y contribuyendo a la mejora de los procesos y productos. Cada persona responsable en el Tratamiento de Quejas debe cumplir con el manual de funciones en donde se encuentra el compromiso con la empresa y los clientes.

La política de la empresa Chaide y Chaide garantiza el cumplimiento de los principios de orientación en el Anexo 6 (Procedimiento de Tratamiento de Quejas)

- Accesibilidad
- Claridad
- Compromiso
- Confidencialidad
- Costo
- Enfoque al Cliente
- Equidad

- Exhaustividad
- Imparcialidad
- Mejora Continua
- Objetividad
- Responsabilidad
- Respuesta Diligente
- Sensibilidad
- Visibilidad

En la tabla 39 se encuentra el cumplimiento de los principios de orientación según la Política de Tratamiento de Quejas.

**Tabla 39.- Cumplimiento de Principios de Orientación**

Política de Tratamiento de Quejas	Accesibilidad	Claridad	Compromiso	Confidencialidad	Costo	Equidad	Exhaustividad	Imparcialidad	Objetividad	Sensibilidad
Política 1	✓	✓								
Política 2							✓	✓		
Política 3				✓						
Política 4						✓				✓
Política 5					✓					
Política 6			✓							

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

En la política 1 cumple con la claridad de la información y accesibilidad a la queja por parte de los reclamantes y el personal involucrado mediante un afiche informativo, un buzón de quejas y al página Web. En la política 2 cumple con la imparcialidad, exhaustividad, objetividad en donde se compromete a investigar, y evaluar mediante la comprobación de la queja de un producto mediante la inspección física por el asesor del producto, y el registro se encuentra en el sistema SIREQ, con la solución. En caso de queja por servicio el Jefe de Servicio al Cliente se reúne con el personal involucrado para investigar la queja, y el Jefe del personal involucrado para verificar las explicaciones se comunicaran por correo electrónico la resolución de la queja. En la política 3 cumple con el principio de la confidencialidad, la Jefe de Jefe de Servicio al Cliente mantiene la confidencialidad de la información personal de los clientes y de la queja, mediante el sistema SIREQ, en donde la información es registrada, y manipulada por el personal de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución y Asistente de Producción que tienen usuario y clave para manejo de la información, excluye a personas que no son parte del proceso. En la política 4 cumple con la equidad y sensibilidad dando el mismo tratamiento a todos los clientes, y tratando cada queja por separado dando atención a las necesidades del cliente. El caso de queja por producto con daño de fábrica tiene el mismo tratamiento de quejas, mediante la garantía. En la política 5 cumple con que el acceso al tratamiento de quejas no tendrá costo para el cliente. En la política 6 se encuentra el compromiso de la Jefa de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción están comprometidos con el

tratamiento de quejas resolviendo las quejas y contribuyendo a la mejora de los procesos y productos. Cada persona responsable en el Tratamiento de Quejas debe cumplir con el manual de funciones en donde se encuentra el compromiso con la empresa y los clientes.

### **Respuesta Diligente**

La recepción de la queja será tratada inmediatamente por la Jefa de Servicio al Cliente y el asesor comercial, se brindará información al cliente mediante correos electrónicos y se contactará telefónicamente. En el sistema de tratamiento de quejas SIREQ se brinda la información del proceso de la queja, y la comunicación se envía al cliente cuando se ingresa la queja y seguimiento de la misma, el sistema da fecha estimada y la fecha real para tratar la queja o reclamo de producto. Cuando se ingresa la queja se envía un correo electrónico al cliente, desde la dirección [información.chaide@chaideychaide.com](mailto:información.chaide@chaideychaide.com).

Formato de correo electrónico:

Asunto: Ticket Creado

Saludo: Estimado Cliente

Texto: La información de la fecha de creación del ticket, y para el control y seguimiento se indicará el número de Ticket.

Se indicará que un representante de la empresa va a contactarse, con el cliente para informarle el estado de su solicitud.

Despedida: Atentamente, Servicio al Cliente de Chaide y Chaide y teléfono de contacto.

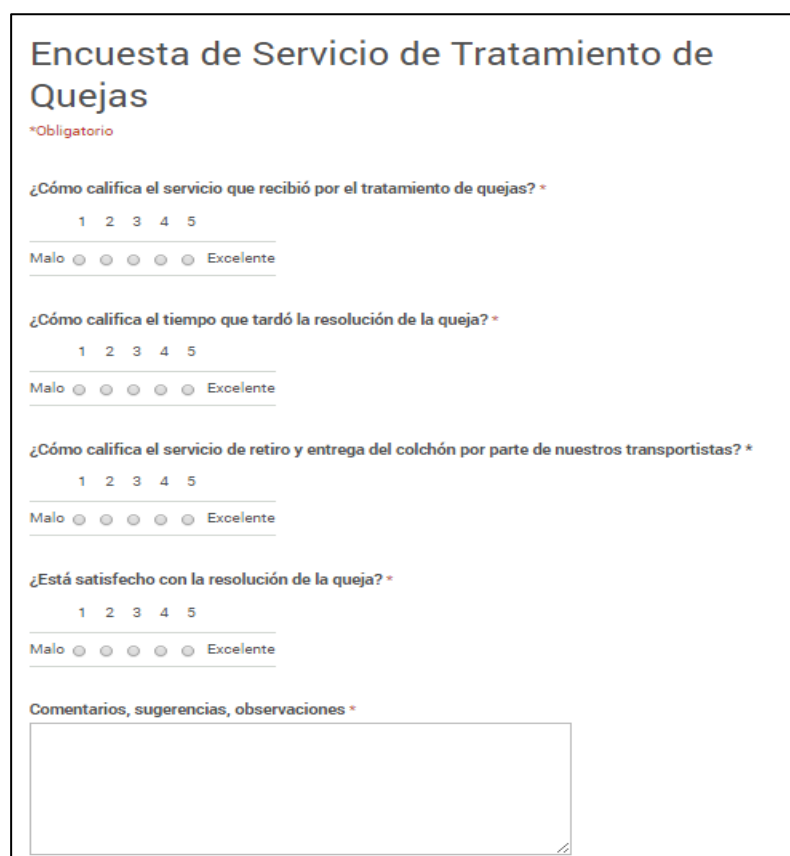
Una vez ingresada la queja en el sistema SIREQ genera el número de ticket y automáticamente se genera el correo electrónico, que se envía al cliente comunicando, el estado de la queja.

### Enfoque al Cliente

Chaide y Chaide permite que el cliente de sugerencias y comentarios, para el compromiso de la resolución de las quejas. Cada queja será evaluada con una encuesta de satisfacción los clientes dan sus comentarios y sugerencias para mejorar el servicio y productos.

En la figura N° 62, se encuentra la Encuesta de Servicio de Tratamiento de Quejas.

Figura N° 62.- Encuesta de Servicio de Tratamiento de Quejas



The image shows a digital survey form with the following structure:

- Title:** Encuesta de Servicio de Tratamiento de Quejas
- Requirement:** \*Obligatorio
- Question 1:** ¿Cómo califica el servicio que recibió por el tratamiento de quejas? \*  
Scale: 1 2 3 4 5  
Labels: Malo (1), Excelente (5)
- Question 2:** ¿Cómo califica el tiempo que tardó la resolución de la queja? \*  
Scale: 1 2 3 4 5  
Labels: Malo (1), Excelente (5)
- Question 3:** ¿Cómo califica el servicio de retiro y entrega del colchón por parte de nuestros transportistas? \*  
Scale: 1 2 3 4 5  
Labels: Malo (1), Excelente (5)
- Question 4:** ¿Está satisfecho con la resolución de la queja? \*  
Scale: 1 2 3 4 5  
Labels: Malo (1), Excelente (5)
- Text Field:** Comentarios, sugerencias, observaciones \*

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

### **3.2. Responsabilidades y autoridades**

La Gerencia define las responsabilidades y autoridades, de acuerdo al organigrama y las comunica dentro de la organización mediante las funciones del personal en el (Anexo 7, Manual de Funciones).

#### **3.2.1. Responsabilidad de la Gerencia**

La alta dirección es responsable de lo siguiente:

La Gerencia General de Chaide, ha designado a su representante para el sistema de Tratamiento de Quejas la Jefa de Servicio al Cliente. El representante de la Gerencia tiene la autoridad y responsabilidad, para que independientemente de las otras responsabilidades:

- a) Asegure que se establezca, se implemente y mantenga los procesos necesarios para el Tratamiento de las Quejas.
- b) Asegure de que el proceso de Tratamiento de las Quejas sea implementado, mantenido, mejorado de forma continua.
- c) Identifique y asigne los recursos necesarios para el proceso de tratamiento de las quejas.
- d) Asegure de la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y el enfoque al cliente.
- e) Asegure de que la información del proceso de tratamiento de las quejas sea comunicado de una manera sencilla y accesible a los clientes, a los reclamantes y, cuando sea aplicable, a otras partes directamente involucradas.

- f) Nombrar un representante de la dirección para el tratamiento de las quejas y definir claramente sus responsabilidades y autoridades.
- g) Asegure de que en el proceso de Tratamiento de las Quejas, la alta dirección sea notificada de cualquier queja significativa.
- h) Revise mensualmente el proceso de tratamiento de las quejas para asegurarse de que se mantiene de forma eficaz y eficiente, y que mejora continuamente.

### **3.2.2. Responsabilidades de Jefe de Servicio al Cliente.**

- a) Establecer un proceso de seguimiento del desempeño, evaluación y comunicación.
- b) Informar a la Gerencia Gerencial sobre el proceso de tratamiento de las quejas, con recomendaciones para la mejora.
- c) Mantener la operación del proceso de tratamiento de las quejas de manera eficaz y eficiente, incluyendo la contratación y formación del personal, los requisitos tecnológicos, la documentación, la fijación y el cumplimiento de los tiempos límites, los objetivos y otros requisitos y del proceso de revisión.

### **3.2.3. Responsabilidades de Jefes de Distribución**

- a) Asegure la implementación del proceso de tratamiento de las quejas.
- b) Mantener contacto con la Jefa de Servicio al Cliente para el proceso de tratamiento de las quejas.

- c) Asegure de la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la necesidad del enfoque al cliente a través de la organización.
- d) Asegure de que la información acerca del proceso de tratamiento de las quejas es fácilmente accesible.
- e) Informar sobre acciones y decisiones con respecto al tratamiento de las quejas.
- f) Asegure de que se tiene en cuenta y se registra el seguimiento del proceso de tratamiento de la quejas.
- g) Asegure tomar acciones para corregir un problema y prevenir su ocurrencia en el futuro, y asegurarse de que el suceso se registra.
- h) Asegure que la información del tratamiento de las quejas está disponible para la revisión por la Gerencia General.

#### **3.2.4. Responsabilidades de Agentes de Contact Center y Asistentes de Producción y Distribución.**

- Recibir formación en el tratamiento de las quejas.
- Cumplir con cualquier requisito para la comunicación del tratamiento de las quejas que determine la organización.
- Tratar cortésmente a los clientes y responder rápidamente a sus quejas o remitirlos a los individuos adecuados.
- Demostrar buenas habilidades interpersonales y de comunicación.

### **3.2.5. Responsabilidades de todo el personal**

- Conocer sus funciones, sus responsabilidades y su autoridad con respecto a las quejas.
- Conocer los procedimientos a seguir y la información a dar a los reclamantes.
- Informar de aquellas quejas que tienen un alto impacto para la organización.

### **3.3. Planificación y Desarrollo**

La planificación y desarrollo de Tratamiento de las Quejas con el fin de aumentar la satisfacción del cliente y mejorar los productos que brinda la empresa, se realiza mediante la creación de objetivos, actividades, y recursos que brinda Chaide y Chaide para el cumplimiento de la Norma ISO 10002:2004.

#### **Objetivos:**

- Incrementar el grado de satisfacción del cliente, mediante la resolución de las quejas recibidas por productos y servicio con un cumplimiento del 90%, evaluando de los resultados de las encuestas de satisfacción mensuales.
- Reducir las quejas en un 90%, analizando las quejas recibidas, comparando entre ellas, con el fin de deducir la recurrencia de la queja.

- Aumentar la participación de la alta dirección, en un 90% brindando los recursos y capacitación al personal para mejorar la calidad del Servicio al Cliente.
- Medir y evaluar mensualmente la satisfacción de los clientes con el tratamiento de las quejas por parte de la organización con el nivel de cumplimiento del 90%, según los resultados de las encuestas.
- Monitorear mensualmente las quejas por producto, según los resultados del ERP SAP y SIREQ midiendo el tiempo de resolución de queja que debe ser 4 días desde el ingreso del ticket hasta la reparación y entrega del producto al cliente.

### **Actividades**

Chaide realizará las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, medición, inspección, y ensayo/prueba específicas para el producto así como los criterios de aceptación, alineándose al Sistema de Gestión de Calidad.

- 1.- Crear una Política de Tratamiento de Quejas. Anexo 6 (Procedimiento de Tratamiento de Quejas).
- 2.- Crear el Procedimiento de Tratamiento de Quejas. Anexo 6 (Procedimiento de Tratamiento de Quejas)
- 3.- Crear el Instructivo de Tratamiento de Quejas. Anexo 8 (Instructivo de Quejas).
- 3.- Mejorar el aplicativo de SAP el sistema de reparaciones y quejas SIREQ.

4.- Crear Buzón de Quejas.

### **3.4. Operación del Proceso de Tratamiento de Quejas**

Chaide y Chaide para cumplir con la operación del proceso de Tratamiento de Quejas realizará lo siguiente.

1. Comunicación
2. Recepción de la queja
3. Seguimiento de la queja
4. Acuse de recibo de la queja
5. Evaluación inicial de la queja
6. Investigación de las quejas
7. Respuesta de las quejas
8. Comunicación de la decisión
9. Cierre de la queja

#### **3.4.1. Comunicación**

La información del proceso tratamiento de las quejas se comunicará al cliente, al personal y se encontrará en lo siguiente:

1. Afiche Informativo
2. Formulario de Quejas
3. Buzón de Quejas
4. Certificado de Garantía
5. Página Web

#### **Afiche Informativo**

El afiche de Chaide y Chaide será informativo indicando en donde y como realizar la queja. El afiche estará disponible en las 11 tiendas propias de Chaide y Chaide. En la ciudad de Quito, en el Centro Comercial el Bosque, Scala Shopping, Condado, San Luis Shopping, Paseo San Francisco, Quicentro Sur, Multicentro. En la ciudad de Guayaquil en Mall del Sol, Mall del Sur, Tienda Village Plaza. En la ciudad de Cuenca, Tienda Chaide Cuenca.

En la figura N° 63 se encuentra una propuesta para el Tratamiento de quejas.

Figura N° 63.- **Ticket Creado de Garantía de Chaide y Chaide.**



**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)


**Elaborado por:** Gabriela Gómez

En el afiche hay información de cómo funciona en el tratamiento de quejas, y como ingresar una queja por producto o servicio. La información de cómo realizar la queja, llenado el formulario de quejas depositando en el buzón de quejas en las tiendas propias, con el teléfono donde se pueden comunicar para realizar la queja, y la dirección de página web [www.chaide.com](http://www.chaide.com) en la opción contáctenos.

### Formulario de Quejas

En la figura N° 64 se encuentra el formulario de quejas.

Figura N° 64.- Formulario de Quejas de Chaide y Chaide.

 <b>FORMULARIO DE QUEJAS</b>	
<b>1. Datos del reclamante</b>	
Nombre / Organización	
Dirección	
Ciudad	
País	
No. Teléfono	
No. Fax	
Correo electrónico	
Persona a contactar	
<b>2. Descripción del producto</b>	
Número de referencia del producto o pedido	
Descripción	
<b>3. Problema encontrado</b>	
Fecha de ocurrencia	
Descripción	
<b>4. ¿Solicita una solución?</b>	
sí no	
<b>5. Fecha, firma</b>	
Fecha _____ Firma _____	
<b>6. Adjuntos</b>	
Lista de documentos que se adjuntan	

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

El Formulario de Quejas, se divide en 6 partes donde el cliente ingresa la información, parte 1 datos del cliente, parte 2 descripción del problema, parte 3 problema encontrado, parte 4 solución de la queja, parte 5 fecha y firma, parte 6 adjunto de queja, este formulario se deposita en el buzón de quejas.

### **Buzón de Quejas**

En la figura 65 se encuentra el buzón de quejas.

Figura N° 65.- **Buzón de Quejas de Chaide y Chaide**



**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

El buzón de quejas de Chaide se encontrara en las 11 tiendas propias, para que los clientes puedan ingresar el formulario de quejas y depositar en el buzón de quejas.

### **Certificado de Garantía**

Los productos de Chaide y Chaide, cuentan con un certificado de Garantía en donde se encuentra la información para los clientes, sobre los productos y como se puede aplicar a la garantía en caso de daños de fábrica, y los años que cubre la garantía.

En la figura N° 66 se encuentra la parte de delante del certificado de garantía que tienen los productos de Chaide y Chaide.

Figura N° 66.- **Certificado de Garantía de producto de Chaide y Chaide.**



Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

En el certificado de garantía se encuentra el nombre del beneficiario, nombre del distribuidor o almacén en donde el cliente compro el producto, N° de factura, fecha de factura.

**Figura N° 67.- Certificado de Garantía de producto de Chaide y Chaide.**

*¡Felicitaciones!*

Usted ha adquirido un colchón Chaide con tecnología internacional. Este colchón fue elaborado con materiales de primera calidad y bajo estrictas normas técnicas para la industria colchonera, con el fin de brindarle el máximo confort.

**RECOMENDACIONES DE USO**

Para prolongar la vida de su nuevo colchón deberá seguir las siguientes recomendaciones:

1. Coloque el colchón sobre una base plana y firme.
2. Utilice un cobertor para evitar manchas y contaminación.
3. Para que su colchón se amolde al peso y forma de su cuerpo se recomienda:  
 PRODUCTOS TRADICIONALES: Vóltear y girar el colchón por lo menos cada dos meses.  
 PRODUCTOS NON FLIP: Sólo se debe girar el colchón cada dos meses.
4. Evite las siguientes acciones y maltratos que dañan al colchón e invalidan la garantía de fabricación:
  - a. Someterlo a un peso (individual) superior a 140 lbs. Para peso y estatura diferentes a las medidas estándar se fabrican colchones de medida especial a pedido del cliente.
  - b. Mojarlo o humedecerlo
  - c. Exponerlo al calor (plancha, cigarrillo, velas y otros objetos)
  - d. Saltar sobre el colchón
  - e. Exponerlo prolongadamente al sol
5. No utilizar el colchón y/o sommier con su embalaje plástico, ya que éste provoca condensación de humedad; y por consiguiente, manchas en la tela.
6. No arrastrar ni apoyar el colchón en las esquinas ya que puede generar daño en la tela y estructura del colchón.

Es posible que durante los primeros días de uso sienta a su colchón demasiado duro, pero no se preocupe, esta sensación es por el contraste con el que estaba usando. Dentro de poco tiempo se acostumbrará al confort de su nuevo Chaide. Tenga en cuenta que este es un producto nuevo, que conserva todavía el olor característico de sus materiales. Este olor desaparecerá durante los 15 primeros días.

**GARANTÍA**

- **Qué cubre la garantía?**  
 Chaide garantiza que sus productos están libres de defectos tanto en los materiales como en la fabricación, desde la fecha de compra indicada en la factura. Esta garantía se extiende únicamente al comprador original.
- **Cómo opera la garantía?**  
 Para ejecutar la garantía del producto por defectos de fabricación, usted deberá presentar este certificado de garantía y la factura de compra.

Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

En el certificado de garantía se encuentra la siguiente información del producto, las recomendaciones de uso, que cubre y como opera la garantía.

En la figura N° 68 se encuentra la información de la garantía.

Figura N° 68.- Certificado de Garantía de Chaide y Chaide.

**REPARACIONES CUBIERTAS POR LA GARANTÍA**

En el evento de reclamo de un producto cubierto por la garantía, se procede de la siguiente forma:

1. Inspección del producto por un representante de la empresa.
2. Retiro del colchón y cálculo del costo de reparación.
3. Se determinan los valores que cubrirán la empresa y el cliente, de acuerdo al tiempo de compra del colchón, según la siguiente tabla:

DURANTE EL AÑO	% CUBIERTO POR EL CLIENTE	% CUBIERTO POR LA EMPRESA
1	0%	100%
2	20%	80%
3	40%	60%
4	60%	40%
5	80%	20%

Sólo en el primer año las reparaciones cubiertas por la garantía serán asumidas totalmente por la empresa.

**REPARACIONES NO CUBIERTAS POR LA GARANTÍA**

Chaide no ofrece servicio de reparación de sus productos, sin embargo en aquellos casos en que un colchón ha sido retirado para su reparación cubierta por la garantía y al efectuar la inspección en fábrica se determina que la misma no está cubierta por esta garantía, la empresa se reserva el derecho de optar por la sustitución o reparación del producto, dependiendo de las condiciones del mismo y previa cancelación del costo.

**LA GARANTÍA NO CUBRE:**

- Cuando el período de garantía ha expirado
- Deterioro por desgaste natural del colchón
- Cuando el colchón ha sido abierto o reparado por terceros
- Malas condiciones higiénicas: colchones manchados y/o mojados
- Roturas y quemaduras de la tela causadas por aplicación de aparatos u objetos que irradian calor, ej. plancha
- Daños por colocación del colchón en una base inadecuada
- Daños en la estructura del marco y panel de resortes por mal manejo del colchón (marcos doblados y espirales deformados)
- Deformación de un solo costado por no girar y/o voltear el colchón y no cumplir con las recomendaciones de uso de colchones tradicionales y non flip.

La garantía del producto aplica cuando el mismo ha sido utilizado bajo condiciones normales.

Fuente: Chaide y Chaide (2014)

En el certificado de garantía se encuentra la siguiente información de reparaciones cubiertas por la garantía, reparaciones no cubiertas por la garantía, y que no cubre la garantía.

Figura N° 69.- Certificado de Garantía de Chaide y Chaide.

www.chaideychaide.com

CON TECNOLOGÍA RESTONIC INTERNATIONAL

QUITO  
Av. Los Shyris Km. 4. Sector San José  
Vía Sangolquí - Amaguaña  
PBX: 398 9100

GUAYAQUIL  
2do. Pasaje 32 NO y Calle 18 H-NO  
(Sector Industrial) Juan Tanca Marengo  
PBX: 380 0500

1-800 CHAIDE (242 433)  
FABRICADO EN ECUADOR POR CHAIDE Y CHAIDE S.A.

V-1688-2013

Fuente: Chaide y Chaide (2014)

El certificado de garantía contiene la página web de Chaide y Chaide, la dirección de la planta de Quito, Guayaquil y el número gratuito para que el cliente pueda comunicarse en caso de tener una queja por producto.

**Página Web:** Chaide y Chaide tiene una página web, en donde tiene información de la empresa, de los productos, y la opción para contactarse con la empresa, por motivo de quejas. La información que debe ingresar el cliente es Datos personales, Datos de Contacto, Motivo de la queja está información llega a los agentes de contact center que se contactan con el cliente para solucionar la queja.

En la página web, se encuentra un formulario en donde se ingresan los requerimientos y las quejas de los clientes que se envía a un agente de contact center para que su requerimiento sea solucionado.

En la Figura N° 70 se encuentra la página Web donde se ingresa el requerimiento en caso de reclamos.

Figura N° 70.- **Formulario de Quejas en página web de Chaide y Chaide.**

LA EMPRESA | ARTÍCULOS DE INTERÉS | FAPS | TRABAJE CON NOSOTROS | B2B | INTRANET | PROVEEDORES

Asesor de compra | Productos | Innovaciones | Tiendas | Hotelería

Para atender más rápidamente tu(s) requerimiento(s), por favor llena los siguientes datos:

**Datos personales**

Nombres:

Apellidos:

**Datos de contacto**

Teléfono:   
Código de provincia (2 dígitos) - Número local (7 dígitos)

Celular:   
El número debe tener 10 dígitos

Correo electrónico:   
nombre@servidor\_de\_correos.extension

País:

Provincia:

Ciudad:

Dirección:

**Motivo del contacto**

Asunto:

Mensaje:

Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

### 3.4.2. Recepción de las Quejas

La queja es ingresada y se registra con la información que da el cliente y con un número de ticket único para la identificación. El registro de la queja inicial debe identificar la solución buscada por el reclamante y cualquier otra información necesaria para el eficaz tratamiento de quejas.

En la figura 71 se encuentra el Afiche Informativo de Tratamiento de quejas.

Figura N° 71.- Ticket Creado de Garantía de Chaide y Chaide.

**Registro de Queja**

Regresar al tablero de Quejas Guardar

**Datos de la llamada**

Tipo de Recepción: \*  Otro tipo de Recepción:

Fecha de Creación: 17.09.2014 00:00:00 Creado por: UIO\_AUX\_CTE

Fecha Modificación: 00:00:00 Modificado por:

**Datos del Cliente**

Identificación: \*  Tipo de Identificación: \*

Cliente:  Cod cliente temporal:

Nombre Cliente: \*  Telefono: \*

Dirección: \*  Ciudad: \*

Correo electrónico: \*

**Datos de la Queja**

Tipo de Queja: \*  Cod. Queja:

Clase de Queja: \*  Estado de la queja: Abierto

Ciudad: \*  Centro:

Descripción de la Queja: \*

Área Asignada:  Otra área:

Escalado a:  Nombre completo:

Email de la persona asignada:

Seguimiento de Queja:

Regresar al tablero de Quejas Guardar

Fuente: Chaide y Chaide (2014)

En la recepción de la queja, se encuentra los datos de la llamada, datos del cliente, datos de la queja que ingresa el cliente.

### 1. Apertura del Ticket

Se apertura el nuevo ticket de queja, se elegirá el botón Nuevo Ticket de la pantalla del listado de tickets.

Aparecerá una pantalla para el registro de los datos del ticket.

### 2. Datos del cliente.

Donde se registran los datos del cliente que solicita la reparación y dónde se registran los siguientes datos:

Donde se registran los datos del cliente.

### 3. Datos de Queja.

Se registra los datos de la queja, de factura, y adicionalmente se registran reparar como fecha en la que fue comprado, No, de factura, y adicionalmente se registran preguntas básicas para identificar las características de la reparación.

#### **3.4.3. Seguimiento de las Quejas**

La Jefe de Servicio al Cliente de Chaide y Chaide dará seguimiento de la queja a lo largo de todo el proceso, desde la recepción inicial hasta que el reclamante quede satisfecho o la decisión final haya sido tomada. En el sistema SIREQ se genera la información disponible de los plazos establecidos, con el estado actual del ticket, estado final el tiempo estimado, las fechas planeadas y la fecha de inicio y término real.

En la figura 72 se encuentra el Afiche Informativo de Tratamiento de quejas.



la queja. El cliente también es notificado mediante una llamada telefónica de los asesores para informarle que su queja va a ser procesada.

### **Formato del correo electrónico de queja recibida**

Asunto: Queja Recibida

Saludo: Estimado Cliente

Texto:

Le informamos que el (fecha) ha sido registrada en nuestro sistema su solicitud de reparación y para control y seguimiento se utilizará el siguiente número de ticket: **TI-00000**.

Un representante de nuestra empresa se mantendrá en contacto con usted para informarle el estado de su solicitud.

Despedida:

Atentamente,  
Servicio al Cliente  
Chaide y Chaide  
Teléfono de contacto.

### **3.4.5. Evaluación de la Queja Inicial**

Cada queja se evaluará inicialmente en términos de criterios tales como su severidad, implicaciones de seguridad, complejidad, impacto y de la necesidad y posibilidad de una acción inmediata.

En la figura 73 se encuentra el Ticket de una queja.

Figura N° 73.- Ticket Queja de Chaide y Chaide.

**Registro de Queja**

◀ Regresar al tablero de Quejas    Guardar

---

**Datos de la llamada a**

Tipo de Recepción: *	1	<input type="text"/>	Otro tipo de Recepción:	2	<input type="text"/>
Fecha de Creación:	3	04.11.2014 <input type="text"/>	Creado por:	4	UIO_AUX_CTE
Fecha Modificación:	5	<input type="text"/>	Modificado por:	6	<input type="text"/>

---

**Datos del Cliente b**

Identificación: *	1	<input type="text"/>	Tipo de Identificación::	2	<input type="text"/>
Cliente:	3	<input type="text"/>	Cod cliente temporal:	4	<input type="text"/>
Nombre Cliente: *	5	<input type="text"/>	Telefono: *	6	<input type="text"/>
Dirección: *	7	<input type="text"/>	Ciudad: *	8	<input type="text"/>
Correo electrónico: *	9	<input type="text"/>			

---

**Datos de la Queja c**

Tipo de Queja: *	1	<input type="text"/>	Cod. Queja:	2	<input type="text"/>
Clase de Queja: *	3	<input type="text"/>	Estado de la queja:	4	Abierto
Ciudad: *	5	<input type="text"/>	Centro:	6	<input type="text"/>
Descripción de la Queja: *	7	<input type="text"/>			
Área Asignada:	8	<input type="text"/>	Otra área:	9	<input type="text"/>
Escalado a:	10	<input type="text"/>	Nombre completo:	11	<input type="text"/>
Email de la persona asignada:	13	<input type="text"/>			
Seguimiento de Queja:	14	<input type="text"/>			

Fuente: Chaide y Chaide (2014)

En la queja que está ingresada se evalúa, con una solución de la queja que se debe gestionar la queja como una reparación del producto o resolución de queja.

### 3.4.6. Investigación de las Quejas

El asesor comercial realiza la investigación pertinente acerca de una queja. El nivel de investigación debe ser proporcionado con la seriedad, frecuencia de ocurrencia y severidad de la queja.

En la figura 74 se encuentra la visita del Ticket de una queja.

Figura N° 74.- Ticket visita Queja de Chaide y Chaide.

**Datos del Ticket**

No. Ticket: TI-001885      Tipo de ticket: Externo      Estado actual del ticket: Cerrado

Cliente: DE LOS REYES PALACIO PABLO      Fecha de registro: 16.07.2014      Fecha de entrega planeada: 25.07.2014

Material: 20000304      Denominación: CHN. RESTONIC EXCELLENCE NF 1      No. Pedido ZREP: 10006788      Pedido KL: 236164

Descripción del problema: COLCHON PRESENTA DEFORMIDAD. CLIENTE INDICA QUE A PARTIR DE MAYO YA NO PUEDE DESCANSAR, AL MOMENTO DE ACOSTARSE SE PRESENTA UN BULTO ENTRE SU LADO Y LA DE SU ESPOSA.

Ticket    **Visita**    Inspección    Producción    Seguimiento    Encuesta

[Regresar al Tablero](#)

**Visitas Registradas**

Descripción del tipo	Fecha programada	Hora	Persona de Contacto	Teléfono 1	Descripción	Se dio la visita

Línea 0 Por 0

**Datos de la Visita**

Nueva Visita           

Fecha planificada: \*    Hora programada: \*    00:00:00

Persona de Contacto: \*    Teléfono: \*   

Tipo de visita: \*    Registrado por:   

Fecha de registro:    Hora de registro:    00:00:00

Transportista asignado:    Nombre del Transportista:   

Comentario del Cliente:

**Resultado de la Visita**

Se realizó la visita?:    Registrado por:   

Fecha real de la visita:    Hora real de la visita:    00:00:00

Comentario:

Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

En el sistema SIREQ, las quejas tienen una opción de visita en el caso de productos en donde se comprueba el estado de los productos mediante inspección física, en el sistema se ingresa datos de la visita, y resultados de la visita. En el caso de una queja por servicio se realiza la investigación con el personal y el cliente.

### 3.4.7. Respuesta de las Quejas

Los agentes de contact center son los encargados de brindar el seguimiento de la queja, y ofrecer la solución al cliente.

La queja tendrá las siguientes respuestas:

**Reparaciones:**

La reparación se realizará sin costo en el caso de defectos en los materiales y en la fabricación de los productos, desde la fecha indicada en la factura de compra. La garantía se extiende únicamente al comprador original.

**Rembolsos**

Se realizará los rembolsos en caso de que el cliente no se sienta satisfecho con el producto comprado.

**Cambios**

Se realizará cambios de producto en caso de daños del producto, que no pueda ser reparado se remplazara por un producto nuevo.

**Compensación y Disculpas**

En caso de que el cliente tenga una queja de servicio, se enviará una compensación de una almohada y disculpas que envía la Jefa de Servicio al Cliente.

**3.4.8. Comunicación de la Decisión**

La decisión o cualquier acción tomada con respecto a la queja, se comunicara inmediatamente al cliente y el personal involucrado mediante un correo electrónico y llama telefónica informado que se realizará en el producto en caso de reparación, y en el caso de una reparación que acción se toma.

Formato del correo electrónico:

Asunto: Ticket Creado

Saludo: Estimado Cliente

Texto: La información de la resolución de la queja.

Le informamos que su Ticket va a ser reparado.

Despedida: Atentamente, Servicio al Cliente de Chaide y Chaide y teléfono de contacto.

### **3.4.9. Cierre de la Queja**

El agente de contact center realiza el cierre de la queja. Si el reclamante acepta la decisión o la acción propuesta, se registra la decisión en el sistema SIREQ.

Si el reclamante rechaza la decisión o acción propuesta entonces la queja permanece abierta. Se registra y el reclamante es informado por la Jefa de Servicio al Cliente las alternativas para la solución de la queja. La queja se cierra con la evaluación del cliente mediante un correo electrónico que se envía automáticamente desde el correo [información@chaideychaide.com](mailto:información@chaideychaide.com) o el agente de contact center realiza la encuesta de servicio de quejas o reparaciones.

#### **Formato del correo electrónico de evaluación de queja:**

Asunto: Chaide le solicita una evaluación del servicio

Saludo: Estimado Cliente

Texto:

Chaide le informa que en las próximas 24 horas será entregado su producto Reparado.

Le solicitamos nos ayude respondiendo algunas preguntas para medir nuestro servicio.

No olvide llenar el casillero con el número de ticket: **TI-001885**.

Para llenar la encuesta diríjase al siguiente enlace: [https://docs.google.com/forms/d/1oeZYJv8kle-rsDUKRRHkFlfkQnVuCnk\\_6FLO0RmYAVo/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1oeZYJv8kle-rsDUKRRHkFlfkQnVuCnk_6FLO0RmYAVo/viewform)

Despedida:

Atentamente,  
Servicio al Cliente  
Chaide

En la figura 75 se encuentra el Ticket de una queja.

Figura N° 75.- **Ticket Queja de Chaide y Chaide**

The image shows a screenshot of a web-based ticket management system. The main section is titled 'Datos del Ticket' and contains several input fields and dropdown menus. The fields include: 'No. Ticket', 'Cliente', 'Material', 'Descripción del problema', 'Tipo de ticket' (set to 'Externo'), 'Fecha de registro', 'Derominación', 'Estado actual del ticket', 'Fecha de entrega planeada', and 'No. Pedido ZREP'. Below the form is a navigation bar with tabs for 'Ticket', 'Visita', 'Inspección', 'Producción', 'Seguimiento', and 'Encuesta'. Under the 'Encuesta' tab, there are buttons for 'Regresar a Tablero' and 'Guardar'. A table is displayed with columns for 'Encuesta por defecto', 'Nombre encuesta', and 'Link encuesta', with a message 'La tabla no contiene datos'. At the bottom, there is a dropdown menu for 'Se realizó la encuesta?'.

Fuente: **Chaide y Chaide (2014)**

### 3.5. Mantenimiento y Mejora

Chaide y Chaide cuenta con un proceso para mejorar continuamente, mediante el uso de acciones correctivas cuando se detectan no conformidades y acciones preventivas cuando las no conformidades sean potenciales. Anexo 9 (Procedimiento de Acciones Correctivas, Preventivas y Mejoras)

### **3.5.1. Recopilación de la Información**

Chaide y Chaide registra los procesos del tratamiento de las quejas en el Sistema SIREQ aplicativo del ERP SAP. El registró de las quejas y de las respuestas, para el uso y gestión de estos registros, protegiendo toda información personal y asegurando la confidencialidad de los reclamantes.

Se incluye lo siguiente:

- a) Cada ticket tiene una identificación, que es recopilada, la clasificación es automática, los registros están disponibles y administra Jefe de Servicio al Cliente.
- b) Los registros, se encuentran en archivos electrónicos del sistema y son administrados por el agente de contact center, asistente de distribución y producción que tiene usuarios y claves únicos para ingreso al sistema SIREQ.
- c) Los registros de capacitaciones al personal involucrado en el tratamiento de quejas son almacenados por la Jefa de Servicio al Cliente.
- d) El cierre de encuestas de satisfacción del tratamiento de quejas se realizará una vez al mes, en el lapso de 5 días se deben cerrar los tickets de quejas.
- e) Los resultados de las quejas y el proceso será presentado en un informe gerencial, en donde se especifica el nivel de satisfacción y cumplimiento de las quejas.

### **3.5.2. Análisis y Evaluación de las Quejas**

El sistema SIREQ está diseñado para clasificar automáticamente las quejas, para analizar los resultados se obtienen del sistema que se puede exportar a Excel, con resultados finales para evaluar las causas en las que hay mayor

problema, se puede generar datos de las quejas, por causas de reparaciones, productos, y resolución de quejas.

### **Satisfacción del Proceso de Tratamiento de las Quejas**

Los resultados de satisfacción de cliente se revisaran mensualmente de todas las quejas ingresadas en el mes. La Jefe de Servicio al Cliente evalúa toda las quejas ya que se cierran con la encuesta de satisfacción.

### **Seguimiento del Proceso de Tratamiento de las Quejas**

El seguimiento del proceso se debe realizar mensualmente, el sistema SIREQ brinda los siguientes datos para el seguimiento:

- Quejas Recibidas.
- Quejas resueltas en el momento en que fueron realizadas.
- Quejas con acuse de recibo después del tiempo establecido.
- Quejas resueltas después del tiempo establecido.
- Quejas repetidas o problemas recurrentes.

### **3.5.3. Auditoría del Proceso de Tratamiento de las Quejas**

Chaide y Chaide realiza auditorías internas de todos los procesos contemplados en Sistema de Gestión de Calidad para conformidad de la Norma ISO 9001:2008. Anexo 10 (Procedimiento de Auditorías Internas).

En el procedimiento de Auditorías Internas contempla lo siguiente:

- Programa de Auditoría
- Plan de Auditoría
- Criterios de Auditoría
- Evidencia de Auditoría

- Hallazgo de Auditoría
- Conclusión de Auditoría

El alcance de la auditoría cubre las quejas de los clientes o incumplimientos de los requisitos legales, y un plan de acción para las no conformidades.

#### **3.5.4. Revisión por la dirección del Proceso de Tratamiento de las Quejas**

La gerencia general de Chaide y Chaide revisara todos los meses en el informe gerencial de Servicio al Cliente los resultados de las quejas.

#### **3.5.5. Mejora Continua**

Chaide se compromete a mejorar continuamente la eficacia y eficiencia del proceso de tratamiento de las quejas. Para mejorar la calidad de sus productos. Con los resultados del tratamiento de quejas se debe tomar acciones correctivas y preventivas y mejoras. Las acciones para eliminar las causas de problemas existentes y potenciales que provengan de quejas a fin de prevenir la recurrencia y ocurrencia, respectivamente. Anexo 9 (Procedimiento de Acciones Correctivas, Preventivas y Mejoras)

Chaide debe:

- Investigar, identificar y aplicar las mejores prácticas en el tratamiento de las quejas
- Fomentar una visión de enfoque al cliente dentro de la organización;
- Promover la innovación en el desarrollo del tratamiento de las quejas; y
- Reconocer el comportamiento ejemplar en el tratamiento de las quejas.

### **3.6. Cumplimiento de requisitos para Norma ISO 10002.2004**

En el presente capítulo para cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO10002:2004, se realizó lo siguiente.

Buzón de Quejas

Cambios en el aplicativo de SIREQ

Formulario de Quejas

Instructivo de Tratamiento de Quejas

Política de Tratamiento de Quejas

Procedimiento de Tratamiento de Quejas

A continuación se encuentra los requisitos que se cumplían en parte de la Norma 10002:2004, y la propuesta de implementación para el cumplimiento de las directrices.

En la tabla 40 se encuentra la propuesta de implementación para los requisitos que se cumplían en parte de la Norma ISO 10002:2004

Tabla 40.- **Cumplimiento de Requisitos de Norma ISO 10002:2004**

<b>CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE LA NORMA 10002:2004</b>		
<b>Directriz</b>	<b>Propuesta de Implementación</b>	<b>Evidencia</b>
4.3 ACCESIBILIDAD	Se crea un Afiche Informativo con información de cómo y en donde realizar la queja.	Afiche Informativo
4.5 OBJETIVIDAD		
d) accesibilidad	Afiche Informativo para clientes, personal e involucrados.	Afiche Informativo
C.3 Distinción entre los procedimientos de tratamientos de las quejas y los procedimientos disciplinarios	Se crea procedimiento de tratamiento de quejas.	Procedimiento de tratamiento de quejas
4.7 CONFIDENCIALIDAD	Se crea una política de tratamiento de quejas. Política 3 habla sobre la confidencialidad que se debe manejar la información.	Política 3
5.1 COMPROMISO	Se modifica los manuales de funciones poniendo el compromiso de los involucrados en el tratamiento de quejas.	Manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción.
ISO 10002:2004 5.3.1 b	Se crea el procedimiento de Tratamiento de Quejas, para asegurar que funcione el tratamiento de quejas.	Procedimiento de tratamiento de quejas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Los 7 puntos que se cumplían en parte tienen una propuesta de implementación, y evidencia.

En la tabla 41 se encuentra la propuesta de implementación para los requisitos que se cumplían en parte de la Norma ISO 10002:2004

**Tabla 41.- Cumplimiento de Requisitos de Norma ISO 10002:2004**

<b>CUMPLIMIENTO DE NORMA 10002:2004</b>		
<b>Directriz</b>	<b>Propuesta de Implementación</b>	<b>Evidencia</b>
ISO 10002:2004 5.3.3 a	En el manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente, se asegura del cumplimiento de Tratamiento de Quejas.	Manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente
ISO 10002:2004 5.3.3 d	Se crea el afiche informativo que es fácil y accesible.	Afiche Informativo
5.3.5 Todo el personal debería:	Se modifica los manuales de funciones incluyendo responsabilidades y autoridad respecto a las quejas.	Manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción.
<b>6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO</b>		
6.1 GENERALIDADES	Se planifica, se diseña el cumplimiento de la norma 10002:2004 en base a los resultados de la pre auditoría, creando un procedimiento, instructivo, políticas del Tratamiento de Quejas.	Procedimiento de tratamiento de quejas. Instructivo de tratamiento de quejas. Política de Tratamiento de quejas.
6.4 RECURSOS	La Jefa de Servicio al Cliente se compromete a gestionar los recursos para el Funcionamiento de Tratamiento de Quejas.	Manual de Funciones de Tratamiento de Quejas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Los 5 puntos que se cumplían en parte tienen una propuesta de implementación, y evidencia.

En la tabla 42 se encuentra la propuesta de implementación para los requisitos que se cumplían en parte de la Norma ISO 10002:2004

**Tabla 42.- Cumplimiento de Requisitos de Norma ISO 10002:2004**

<b>CUMPLIMIENTO DE NORMA 10002:2004</b>		
<b>Directriz</b>	<b>Propuesta de Implementación</b>	<b>Evidencia</b>
7.7 RESPUESTA A LAS QUEJAS	Se crea formatos de correos electrónicos para enviar la respuesta a los clientes sobre la queja.	Respuesta de Correos Electrónicos.
ISO 10002:2004 8.1 a	Se realiza una propuesta para mejora del Sistema SIREQ, para obtener recopilación de la información, clasificación de las quejas.	Mejora en SIREQ
ISO 10002:2004 8.1 d	Se realiza una propuesta para responder a los clientes mediante correos de respuesta, con información de entrega de su producto.	
ISO 10002:2004 8.1 e	Se crea la política de tramamiento de quejas, para que la información de los reclamantes no sea pública.	Política de Tratamiento de Quejas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

Los 4 puntos que se cumplían en parte tienen una propuesta de implementación, y evidencia.

A continuación se encuentra los requisitos que no se cumplían según los resultados de la pre auditoría de la Norma 10002:2004, y la propuesta de implementación para el cumplimiento de las directrices.

En la tabla 43 se encuentra la propuesta de implementación para los requisitos que no se cumplían de la Norma ISO 10002:2004, no tenían una política, objetivos, actividades para el tratamiento de quejas, para cumplir la política se propone crear una política de tratamiento de quejas, manual de funciones para Jefe de Servicio al Cliente, Objetivos para tratamiento de quejas, Buzón de Quejas.

**Tabla 43.- Cumplimiento de Requisitos de Norma ISO 10002:2004**

<b>CUMPLIMIENTO DE NORMA 10002:2004</b>		
<b>Directriz</b>	<b>Propuesta de Implementación</b>	<b>Evidencia</b>
5.2 POLÍTICA	Se crea una política para el tratamiento de quejas	Política de Tratamiento de Quejas
Anexo 5.3.1 c	La Jefa de Servicio al Cliente se compromete a gestionar los recursos para el Funcionamiento de Tratamiento de Quejas.	Manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente

Anexo 5.3.1 e	En el afiche informativo, se encuentra la información clara y sencilla de cómo acceder al tratamiento de quejas.	Afiche Informativo
6.2 OBJETIVOS	Se crean objetivos del Tratamiento de Quejas	Objetivos de Tratamiento de Quejas.
6.3 ACTIVIDADES	Se crean actividades para el Tratamiento de las Quejas.	Buzón de Quejas, Manual de Funciones de Jefe de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción.

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

En la tabla 44 se encuentra el cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 10002:2004 no tenían la comunicación de quejas, análisis y evaluación de quejas, revisión por la dirección, para cumplir con la comunicación de la norma se propone crear afiche informativo, una propuesta de mejora para sistema Sireq con un análisis y evaluación de las quejas, revisión del tratamiento de quejas.

Tabla 44.- Cumplimiento de Requisitos de Norma ISO 10002:2004

<b>CUMPLIMIENTO DE NORMA 10002:2004</b>		
<b>Directriz</b>	<b>Propuesta de Implementación</b>	<b>Evidencia</b>
7.1 COMUNICACIÓN	Se crea un afiche informativo, un formulario de quejas y Buzón de Quejas.	Afiche Informativo, Buzón de Quejas, Formulario en Pagina Web.
8.2 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS	Se realiza una propuesta para clasificar las quejas los clientes mediante cambios en el sistema SIREQ, que permita analizar las causas.	Cambios en SIREQ, para que genere reportes para analizar y evaluar
8.6 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS		
8.6.1	En el procedimiento de Revisión de la Dirección se adiciona la revisión del tratamiento de Quejas	Procedimiento de Revisión de la Dirección
8.6.2	En el procedimiento de Revisión de la Dirección se adiciona la revisión del tratamiento de Quejas	Procedimiento de Revisión de la Dirección
8.6.3	En el procedimiento de Revisión de la Dirección se adiciona la revisión del tratamiento de Quejas	Procedimiento de Revisión de la Dirección

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

#### **4. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN**

Una vez realizada el diagnóstico de la pre auditoría Servicio al Cliente de Chaide y Chaide, se sugiere una propuesta de implementación para aplicar la Norma ISO 10002:2004.

Esta propuesta está conformada por un Plan de Acción, un Cronograma de Actividades y un Presupuesto de Implementación para mejorar la satisfacción al cliente mediante el Tratamiento de Quejas.

##### **4.1. Identificación de Mejoras**

Según los resultados de la pre auditoría de cumplimiento de la Norma ISO 10002:2004 para una correcta ejecución del Sistema de Tratamiento de Quejas de Chaide se han identificado 8 requisitos que cumplir.

**Procesos.-** La Jefa de Servicio al Cliente será la encargada de revisar los indicadores del proceso de Servicio al Cliente. Luego identificarán las quejas y las causas para tomar acciones preventivas y correctivas y la mejora continua. Mediante el informe gerencial de servicio al cliente se medirá el funcionamiento y mantenimiento con el fin de reducir las quejas en un 10% y

aumentar la satisfacción al cliente en un 5%.

**Software.-** Según los resultados de la Auditoría se propone la mejora en el aplicativo del ERP SAP, SIREQ Sistema de Reparaciones y Quejas, realizando los siguientes cambios:

1.- Clasificación de Queja o Reparación

- Opción para seleccionar automáticamente causa de reparación.

2.- Reporte Causas de Reparación

- Opción Reportes de Causas de Quejas, causas de reparación con las opciones que están arriba, para poder generar el reporte según causas y ver cuál es el problema recurrente.

3.- Reporte de Seguimiento de:

- Quejas o Reparaciones Recibidas
- Quejas o Reparaciones Resueltas
- Quejas o Reparaciones cerradas al tiempo planificado o estimado.
- Quejas o reparaciones cerradas después de fecha planificada.

**Materiales.-** Se deberá hacer material informativo para brindar información del tratamiento de quejas a clientes, y personal.

Elaborar un afiche informativo de quejas. Anexo 11 (Cotización de Buzón de Quejas y Afiche)

Elaborar un buzón de quejas. Anexo 11(Cotización de Buzón de Quejas y Afiche) y Anexo 13 (Cotización Formulario de Quejas)

**Medición.-** Se presentarán los indicadores establecidos en el Manual de Procedimientos, luego se creará un buzón de quejas y sugerencias, la información de las quejas se ingresarán en el Sistema de Reparaciones y Quejas. Una vez realizadas estas actividades se diseñará y se entregarán los resultados en el informe gerencial.

**Página Web.-** Se creará un formulario de quejas en la página WEB en donde se indicará las quejas de los clientes, se notificará a los agentes de Contact Center para ingresar, comunicar al cliente. Anexo 12 (Cotización Formulario en la Página Web)

**Personas.-** Se capacitará a todo el personal involucrado en el Tratamiento de Quejas, sobre el proceso el manual de procedimientos, de funciones, el instructivo, y el uso de SIREQ.

**Normativa.-** Se aprobará y difundirá el manual de procedimiento de Tratamiento de Quejas, manual de funciones, e instructivo.

**Comunicación.-** Se comunicará a los clientes, empleados, distribuidores, sobre el proceso del tratamiento de quejas, mediante capacitaciones y afiches informativos de cómo proceder ante una queja y el uso de la garantía del producto.

#### **4.2. Diseño de Plan de Acción**

La empresa Chaide y Chaide tendrá un plan de acción que involucra al Departamento de Servicio al Cliente. El plan establece el responsable que se encargará del cumplimiento en tiempo y forma. Se incluye el seguimiento y control del Tratamiento de Quejas.

**Objetivos del Plan de Acción:**

- Apoyar el Tratamiento de Quejas
- Informar a los clientes y personal sobre el Tratamiento de Quejas
- Dar seguimiento al cumplimiento de Tratamiento de Quejas

En la tabla 45 se encuentra el Plan de Acción

Tabla 45.- **Plan de Cumplimiento**

<b>PLAN DE ACCIÓN</b>				
<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Duración</b>	<b>Costo</b>	<b>Resultados</b>
<b>PROCESO</b>				
Realizar Plan de Acción	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		Plan de Acción
Identificar las quejas y las causas	Jefe de Servicio al Cliente	2 días		
Identificar las acciones preventivas y correctivas de la queja	Jefe de Servicio al Cliente	2 días		
Realizar Informe Gerencial de Resultados del Plan de Acción	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		
<b>PERSONAS</b>				
Capacitar al personal involucrado en el Tratamiento de Quejas	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		Personal Capacitado
Capacitar al personal sobre la utilidad del Manual de Procedimientos	Jefe de Servicio al Cliente	2 días		Personal Capacitado
Capacitar al personal sobre el Instructivo	Jefe de Servicio al Cliente	2 días		Personal Capacitado

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

En la tabla 46 se encuentra el Plan de Acción

Tabla 46.- **Plan de Acción**

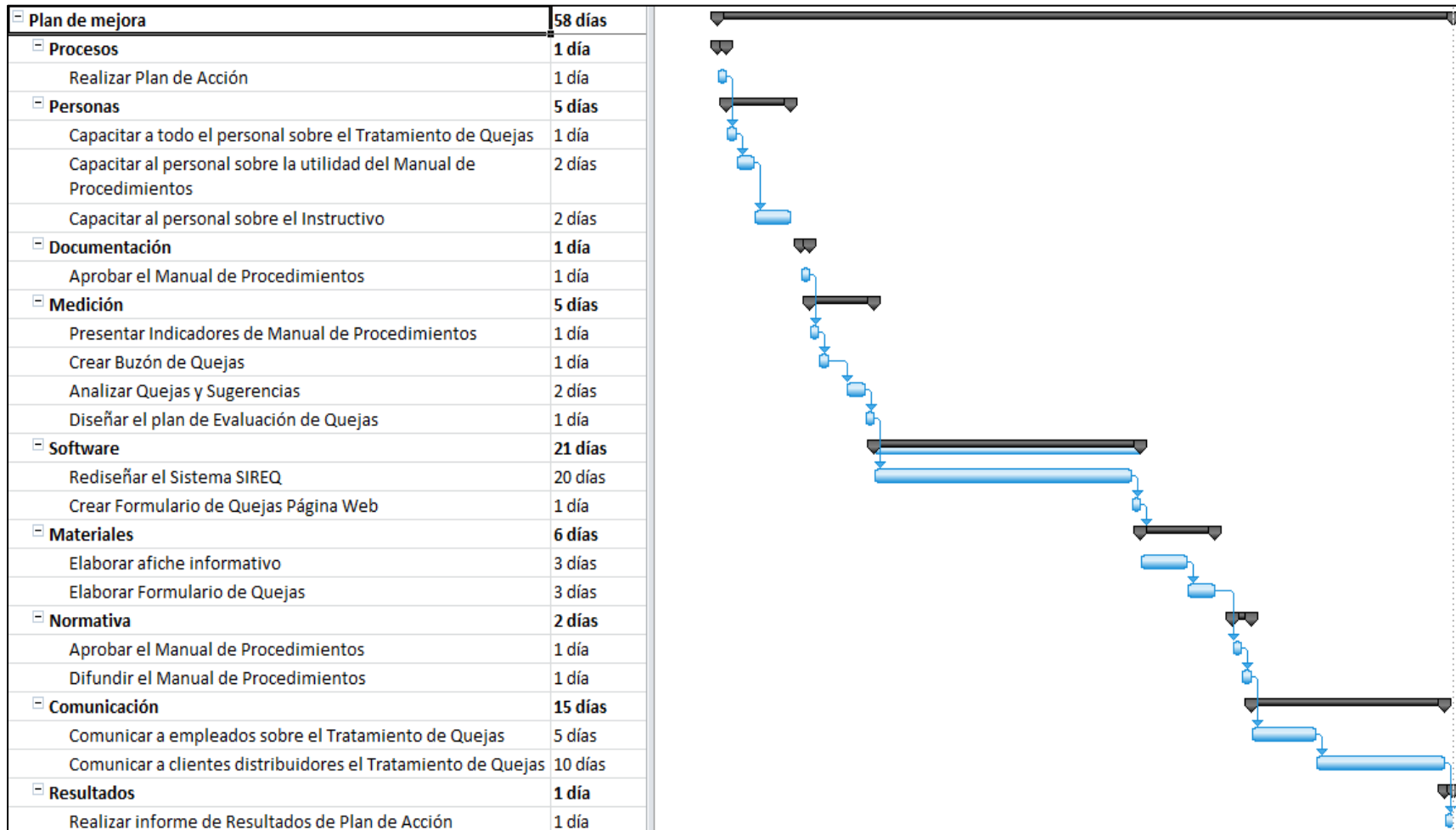
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>				
<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Duración</b>	<b>Costo</b>	<b>Resultados</b>
<b>SOFTWARE</b>				
Diseñar el plan de Evaluación de Quejas	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		Evaluación de Quejas
Rediseñar el Sistema SIREQ	Jefe de Servicio al Cliente	20 días	\$ 3.000,00	Sistema SIREQ
Crear Formulario de Quejas en Página Web	Jefe de Servicio al Cliente	1 día	\$ 67,12	Formulario de Quejas en página web
<b>MATERIALES</b>				
Elaborar afiche informativo	Jefe de Servicio al Cliente	5 días	\$ 104,62	Afiche Informativo
Elaborar Formulario de Quejas	Jefe de Servicio al Cliente	3 días	\$ 97,44	Formulario de Quejas Impreso
<b>NORMATIVA</b>				
Aprobar el Manual de Procedimientos	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		Manual de Procedimiento Aprobado
Difundir el Manual de Procedimientos	Jefe de Servicio al Cliente	1 día		Manual de Procedimiento Difundido
<b>COMUNICACIÓN</b>				
Comunicar a empleados sobre el Tratamiento de Quejas	Jefe de Servicio al Cliente	5 días		Empleados informados sobre el Tratamiento de Quejas
Comunicar a clientes distribuidores el Tratamiento de Quejas	Jefe de Servicio al Cliente	10 días		Cientes informados sobre el Tratamiento de Quejas

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

### 4.3. Cronograma de Planes

El cronograma de planes se realizara en 58 días, el tiempo que demora en el proceso 1 día, en personas 5 días, la documentación 1 día, en medición 5 días, en software 21 días, en materiales 6 días, en la normativa 2 días, en la comunicación 15 días.



#### 4.4. Presupuesto de la Implementación

El presupuesto de la implementación se realizó cotizando a proveedores de Chaide y Chaide.

En la tabla N° 47 se encuentra el presupuesto para implementación

Tabla 47.- Presupuesto para la implementación

ACTIVIDADES		COSTOS	RECURSOS
1	Diseño de Afiche Informativo	\$ 45,00	Proveedor
2	Impresión de Afiche Informativo	\$ 59,62	Proveedor
3	Buzón de Quejas	\$ 550,00	Proveedor
4	Elaborar un Formulario de Quejas impreso	\$ 97,44	Proveedor
5	Elaborar un Formulario de Quejas en la página web	\$ 67,12	Proveedor
6	Rediseñar el aplicativo SISTEMA SIREQ	\$ 3.000,00	Contratar consultora para implementar el ajuste de SIREQ
<b>TOTAL</b>		\$	3.819,18

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

El presupuesto de Implementación es de \$3.819,18 dólares, valor que fue brindado por los proveedores de la empresa, indicando el tiempo de entrega, la elaboración, el valor que puede ser sujeto a cambios. Anexo 14 (Cotización de Mejora de Sistema SIREQ)

#### 4.5. Recuperación de la Inversión

De acuerdo a datos de la Gerencia de Financiera un reclamo le cuesta a la empresa \$40,00 las reparaciones en el año 2012 son 288 unidades y 2013 son 377 unidades con el sistema de tratamiento de quejas se espera bajar cada año en un 10% las quejas.

En la tabla N° 48 se encuentra los costos de reparaciones

Tabla 48.- **Costos de reparaciones**

<b>Costos de Reparaciones</b>			
<b>Año</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo Promedio</b>	<b>Total</b>
Año 2012	288	\$ 40,00	\$ 11.520,00
Año 2013	377	\$ 40,00	\$ 15.080,00
<b>Promedio</b>	<b>322</b>	\$ 40,00	<b>\$ 13.300,00</b>

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

En el año 2012, el costo al año fue \$ 11.520,00 y en el año 2013, el costo fue \$ 15.080,00 el promedio de reparaciones son 322 unidades, y el promedio de costo es \$13.300,00.

En la tabla N° 49 se encuentra los Costos de Reducción de Reparaciones

Tabla 49.- **Costos de Reducción de Reparaciones**

<b>Costo de Reducción de Reparaciones</b>			
Promedio Reparaciones	322	\$	13.300,00
Reducción de Quejas 10%	289	\$	11.560,00
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>\$</b>	<b>1.740,00</b>

**Fuente:** Chaide y Chaide (2014)

**Elaborado por:** Gabriela Gómez

La reducción de las quejas por reparación en un 10% reducirá en costos a \$1740,00 al año. El costo del tratamiento de quejas es de \$3819,18 la inversión se espera recuperar en 2 años al reducir las quejas.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se presenta las conclusiones obtenidas después de finalizar el estudio. Y las recomendaciones que se consideran para Implantar el Sistema de Tratamiento de Quejas en la empresa Chaide y Chaide.

### **5.1. Conclusiones**

La Industria de los Colchones está liderada por la empresa Chaide y Chaide por la imagen de la empresa y el posicionamiento en el mercado que tiene una participación estimada del 60,05%.

De acuerdo al estudio realizado las oportunidades de la empresa Chaide y Chaide son, la renovación de colchones en menor tiempo, el crecimiento de la población, el mercado de colchones para bebés y el mercado colchones para las mascotas.

Para la empresa es favorable el incremento de las exportaciones de colchones y complementos de descanso a países como Colombia y Perú, por la calidad y precio de los productos que pueden competir en el mercado internacional.

Las debilidades de la empresa Chaide y Chaide son la demora en las compras de la materia prima, que genera un retraso en la producción y el incremento de costos del producto. Y la demora en las entregas de los productos a cliente final y distribuidor.

Las amenazas para la Chaide y Chaide son el incremento de empresas locales y extranjeras que ofrecen productos similares a menor precio. El control y exigencias del Gobierno a la empresa privada, hay mayor leyes que afectan a la industria, la mayoría de materias primas son importadas y las restricciones han afectado.

La empresa tiene un departamento de Servicio al Cliente, que busca la satisfacción de los cliente por producto y por el servicio que brinda, evaluando la atención telefónica, devoluciones, reparaciones, servicio de entregas y atención de asesores comerciales a los cliente.

La empresa no tiene definido un tratamiento de quejas, pero trata las quejas por producto mediante el cumplimiento de la garantía, las reparaciones y devoluciones de los productos.

Según los resultados de la pre auditoría de la Norma ISO 10002:2004, cumple con los siguientes requisitos con el 61% y en parte el 25% y no cumple con el 14% de los requisitos.

Según la propuesta de mejora del proceso de servicio al cliente de Chaide y Chaide, se determina la creación del tratamiento de quejas, según los resultados de la pre auditoría hay que cumplir con requisitos que se cumplen en parte con el 25% y que no cumple con el 14%.

La propuesta de implementación tiene un costo de \$3819,18 para el tratamiento de quejas.

## **5.2. Recomendaciones**

Las recomendaciones del tratamiento de quejas deben ser analizadas por la Jefa de Servicio al Cliente, y la Gerencia General para mejorar la satisfacción del cliente:

Brindar capacitación a todo el personal involucrado con el tratamiento de quejas antes de implementarlo.

Implementar el Sistema de Tratamiento de Quejas para reducir las quejas en un 10% para incrementar la satisfacción del cliente.

Mejorar el aplicativo SIREQ sistema de tratamiento de reparaciones y quejas, para tener control y evaluación del tratamiento de quejas.

El jefe de servicio al cliente debe revisar y aprobar los procedimientos, manuales del tratamiento de quejas.

Capacitar al personal involucrado en las quejas sobre el manual de funciones, para que tengan claro las responsabilidades sobre el tratamiento de las quejas.

Crear un afiche informativo, que tenga información clara de cómo realizar una queja, y que esta información se encuentre en todos los locales de Chaide.

Crear un buzón de quejas, y formulario de quejas físico que se encuentre en las tiendas propias para que los clientes puedan realizar una queja de una manera fácil y accesible.

Crear el formulario de quejas para la página web para que el cliente pueda acceder fácilmente desde cualquier lugar al tratamiento de quejas.

Realizar el seguimiento del cumplimiento del proceso de tratamiento de quejas mediante los indicadores de gestión.

Diseñar acciones preventivas y correctivas e implantarlas y reducir las quejas.

Incluir en el informe gerencial los resultados sobre el tratamiento de quejas según resultados de evaluación y satisfacción al cliente.

Ejecutar un plan de comunicación del tratamiento de quejas para clientes y al personal.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros**

1. BLANCO, A. (2004). *Atención al Cliente* (pág. 97) . Madrid: Piramide.
2. GOSSO, F. (2008). *Hipersatisfacción del Cliente* (pág. 108). Mexico: Panorama Editorial S.A.
3. HARRINGTON, J. (1993). *Mejoramiento de los procesos de la Empresa* (pág. 207). Colombia: Mc. Graw Hill.
4. HARRINGTON, J. (2005). *Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva* (pág. 56). Mexico: MacGraw Hill Interamericana.
5. PERÉZ, A. (2010). *Gestión por procesos* (pág. 16).. Madrid: ESIC EDITORIAL.

### **Revistas**

1. Ekos. (2011). Grandes Marcas Ecuador 2011. *Ekos*, 336.
2. Ekos. (2013). Ranking Empresarial Ecuador 2013. *Ekos*, 46-52.
3. Ekos. (2014). Perspectiva General. *Ekos*, 102.

### **Intranet**

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2014). BCE .  
<http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
2. BASF. (2007). BASF  
[http://www.basf.com.mx/Mexico/home/seccion.jsp?cve\\_seccion=1](http://www.basf.com.mx/Mexico/home/seccion.jsp?cve_seccion=1)
3. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2014). COMEX.  
[http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/Resolucion-003\\_2014.pdf](http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/Resolucion-003_2014.pdf)
4. CAMARA DE INDUSTRIAS Y PRODUCCIÓN. (2014).CIP.  
<http://www.cip.org.ec/es/nosotros/informe-de-actividades-2013-2014.html>
5. DESLEECLAMA. (2014). CLAMA.  
<http://www.desleeclama.com/en/about/history>

6. ENKADOR. (2014).  
<http://enkador.com/contenido.php?idSubTema=2&idTema=1>
7. IDEAL ALAMBREC. (2013).  
<http://idealalambrec.bekaert.com/>
8. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2013). INEC.  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
9. ECUADOR EN CIFRAS. (2014). INEC.  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-el-2013-con-una-inflacion-de-270/>
10. INFOCOLCHON. (2014.)  
<http://www.infocolchon.com/articulos/historia-colchon.html>
11. MINISTERIO DEL AMBIENTE. (2014).  
<http://www.ambiente.gob.ec/biblioteca/>
12. SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. (2013). SENPLADES.  
[http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
13. SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. (2014) SENPLADES.  
<http://www.planificacion.gob.ec/ley-organica-de-regulacion-y-control-del-poder-de-mercado/>
14. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2014).SRI.  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
15. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (2014).  
[http://www.supercias.gov.ec:8080/sector\\_sociedades/faces/parametros\\_consulta\\_cias\\_x\\_nombre.jsp](http://www.supercias.gov.ec:8080/sector_sociedades/faces/parametros_consulta_cias_x_nombre.jsp)

ANEXOS

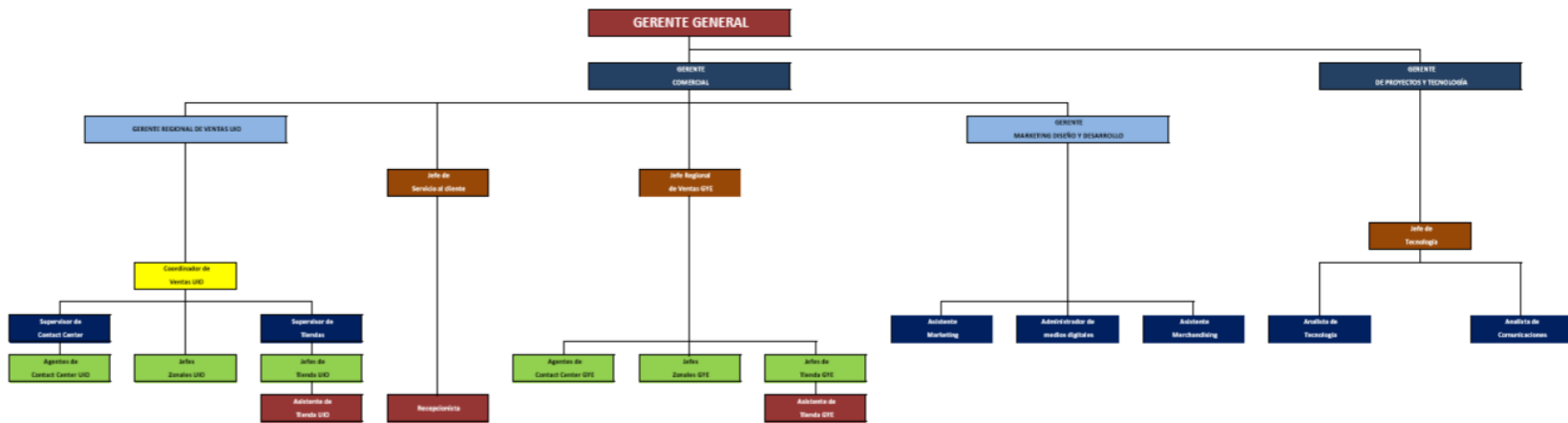
ANEXO 1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE VENTAS



ANEXO 5

MC - 001  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Página: 3/3



Elaborado por: Jefe de Recursos Humanos	Revisado por: Gerente Administrativo - Financiero	Aprobado por: Gerente General
--	--	----------------------------------

Revisión: 20  
Fecha: Enero 2014

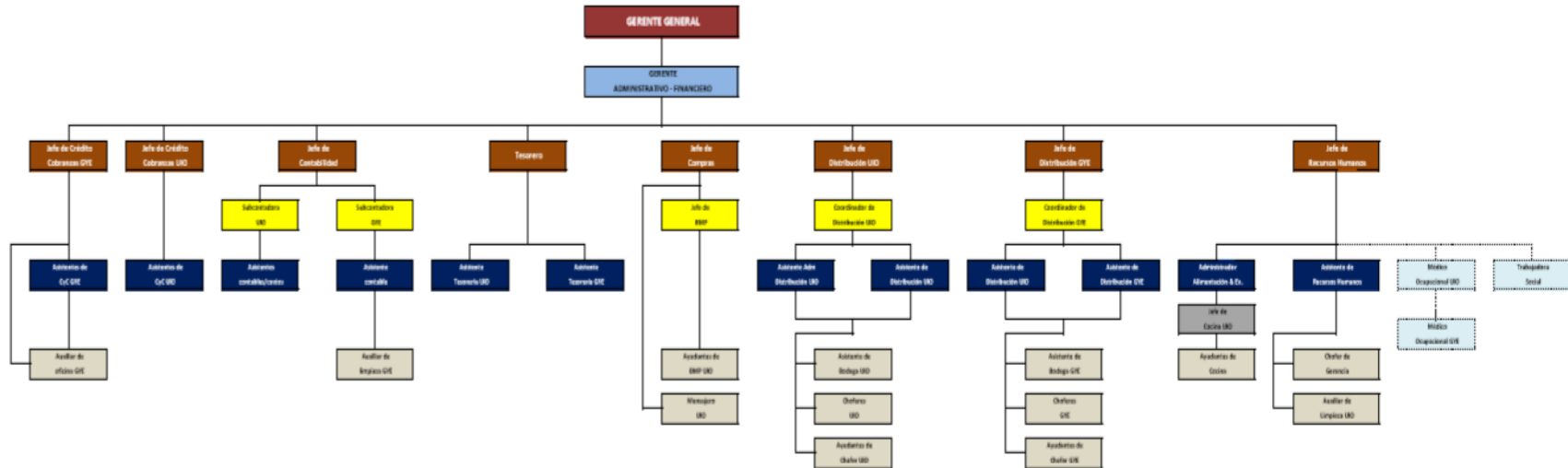


**ANEXO 2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE FINANZAS**



ANEXO 5  
MC - 001  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Página 1/1



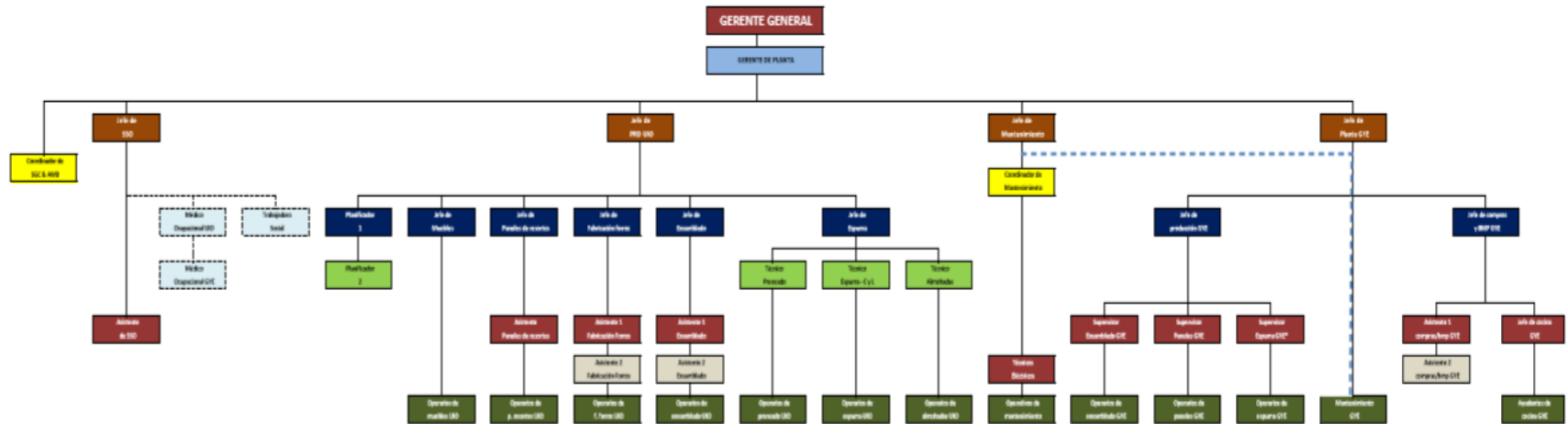
Elaborado por: Jefe de Recursos Humanos	Revisado por: Gerente Administrativo - Financiero	Aprobado por: Gerente General
--	--	----------------------------------

ANEXO 3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE PRODUCCIÓN



ANEXO 5  
MC-001  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Página 2/3



Elaborado por: Jefe de Recursos Humanos	Revisado por: Gerente Administrativo - Financiero	Aprobado por: Gerente General
--	--	----------------------------------

Revisión: 20  
Fecha: Enero 2014

## ANEXO 4 ENCUESTA DE EVALUACIÓN SATISFACCIÓN CLIENTE DISTRIBUIDOR

### ENCUESTA DE EVALUACIÓN SATISFACCIÓN CLIENTE DISTRIBUIDOR

#### 1. SERVICIO AL CLIENTE (Ponderación 50%)

##### 1.1. ATENCIÓN TELEFÓNICA (Ponderación 25%)

**P.1** Qué tan satisfecho se siente usted con la facilidad de contacto con la empresa? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.2** Cuando me contacto telefónicamente con la empresa, me atienden rápida y eficientemente?

Sí 1                      No 2

**P.3** La atención de asesor telefónico es amable y cortés? **(RU)**

Sí 1                      No 2

##### 1.2. ASESOR COMERCIAL (Ponderación 30%)

**P.4** El vendedor le recomienda el pedido más conveniente para su necesidad? (Promociones, formas de pago)

Sí 1                      No 2

En base a la escala, donde 1 es Muy Insatisfecho y 5 es Muy Satisfecho.

**P.5** Qué tan satisfecho se siente usted con la asesoría e información recibida del vendedor sobre productos, beneficios, gestión de venta,etc? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.6** Qué tan satisfecho se siente usted con la frecuencia de contacto del vendedor? **(INCLUYEN TODOS LOS MEDIOS) (RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.7** En general qué tan satisfecho se siente usted con la solución a sus requerimientos por parte del vendedor? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

P.7.1 Por qué razón opina de esta manera?

---

### 1.3. SERVICIO DE ENTREGA: (Ponderación 30%)

#### 1.3.1. TRANSPORTE

P.8 El transportista le atiende amablemente?

Sí 1                      No 2

P.9 El transportista está uniformado y limpio?

Sí 1                      No 2

P.10 El transportista coloca los colchones en el lugar que usted requiere?

Sí 1                      No 2

#### 1.3.2. DISTRIBUCIÓN

P.11 Qué tan satisfecho se siente usted con la puntualidad y exactitud de los despachos? (RU)

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

P.11.1 Por qué razón opina de esta manera?

---

### 1.4 GARANTÍAS Y REPARACIONES (Ponderación 15%)

P.12 Ha tenido reclamos por garantía, en los últimos 3 meses? (Informativa)

Sí 1 (PASAR A LA P.13)                      No 2 (PASAR A LA P.14)

P.13 Al haber reclamado, qué tan satisfecho se siente usted con el proceso de reparaciones? (RU)

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**2. PRODUCTO (Ponderación 20%)****P.14** Qué tan satisfecho se siente usted con la calidad de los colchones Chaide y Chaide? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.14.1** Por qué razón opina de esta manera?

---

**3. MARCA (Ponderación 10%)****P.15** Qué tan satisfecho se siente usted con la imagen y prestigio de la marca Chaide y Chaide? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**4. APOYO PUBLICITARIO (Ponderación 20%)****P.16** El asesor comercial le informa sobre comerciales de televisión, publicaciones en prensa y revistas?

Sí 1                      No 2

**P.17** Qué tan satisfecho se siente usted con el material publicitario recibido para su punto de venta? **(COMO CATÁLOGOS COMERCIALES, CATÁLOGOS TÉCNICOS, DÍPTICOS, CALENDARIOS) (RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

**P.17.1** Por qué razón opina de esta manera?

---

.....

**P.18** En general, qué tan satisfecho se siente usted con Chaide y Chaide? **(RU)**

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5


**P. 19** Cuál sería la mejora que debería implantar Chaide y Chaide para tener una calificación totalmente satisfactoria? **(SOLO PARA RESPUESTAS DE 1 A 4 EN P18) (INDAGAR / PROFUNDIZAR)**

## ANEXO 5 ENCUESTA DE EVALUACIÓN SATISFACCIÓN CLIENTE FINAL

ATENCIÓN TIENDAS PROPIAS		Ni Satisfecho Ni Satisfecho				
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	En una escala de 1 a 5, siendo 5 muy satisfecho y 1 totalmente insatisfecho ¿Cómo calificaría el tiempo de espera en el local?					
2	En una escala de 1 a 5, siendo 5 muy satisfecho y 1 totalmente insatisfecho ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la amabilidad y asesoría del vendedor?					
		SI	NO	NO ESTA SEGURO		
3	El vendedor le hizo preguntas como: quien será el usuario del colchón, edad, peso o si existen problemas de salud?					
4	El vendedor le recomendó que se recueste sobre el colchón para probarlo?					
5	Recomendaría a sus amigos y familiares que visiten esta tienda de Chaide y Chaide?					
<b>SERVICIO DE ENTREGAS CLIENTES FINALES</b>		SI	NO			
6	Recibió una llamada del Sr. transportista o del personal de Chaide y Chaide por lo menos 1 hora antes de la entrega?					
7	Al momento de la entrega el personal fue cortés?					
8	Se cumplió con el tiempo y puntualidad de entrega?					
9	Dejaron el producto donde usted lo solicitó?					
10	El transportista estaba uniformado y limpio?					

		Ni Satisfecho				
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
11	En una escala de 1 a 5, siendo 5 muy satisfecho y 1 totalmente insatisfecho En general qué tan satisfecho se siente usted con el servicio de entrega de su pedido?					
<b>GENERAL</b>						
12	¿Cómo podríamos haber hecho su experiencia con Chaide y Chaide más placentera?					

## ANEXO 6 PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS

	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 199/265

### PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS

#### 1. PROPÓSITO

Establecer el proceso del Tratamiento de Quejas, que garanticen la satisfacción del cliente mediante la comunicación, recepción, seguimiento, evaluación, investigación, respuesta, comunicación y cierre de las quejas buscando reducir las quejas y mejorar los productos.

#### 2. ALCANCE


Cubre las etapas del tratamiento de quejas de servicio o producto, desde la comunicación, recepción, seguimiento, acuse de recibido, evaluación inicial, investigación, respuesta, comunicación de la decisión, cierre de la queja.

#### 3. RESPONSABLES

**Gerente General:** Es responsable del asegurarse de se cumpla el proceso de tratamiento de las quejas, se mantenga y tenga una mejora continua.

**Agente de Contact Center:** Recapta reclamos y abre tickets con la información del producto que requiera cambio o reparación; de requerirse asigna un responsable para la inspección del producto y aprueba el costo de la reparación de ser necesario.

**Jefe Zonal:** Recapta reclamos y abre tickets con la información del producto que requiera cambio o reparación; efectúa físicamente inspecciones del producto a ser reparado o cambiado por los clientes distribuidores o clientes finales; ingresa en el ticket el resultado de la inspección, según el caso, aprueba el costo de la reparación

	<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 200/265

**Jefe de Tienda:** Recapta reclamos y abre tickets con la información del producto que requiera cambio o reparación, de requerirse asigna un responsable para la inspección del producto, y aprueba el costo de la reparación de ser necesario.

**Jefe de Distribución:** Es responsable del cumplimiento de este instructivo en las etapas que van desde el retiro del producto hasta la entrega del mismo al cliente y los reclamos y quejas que están relacionados con Distribución.

**Asistente de Bodega:** Es responsable de la coordinación del retiro de los colchones devueltos, solicita a Producción la reparación o cambio y devuelve a los clientes.

**Jefe de Ensamblado:** Inspecciona los colchones devueltos, calcula el costo de la reparación, decide aplicación de cobro, ordena la reparación y entrega a Bodega de Producto Terminado.


**Asistente Administrativo de Despachos:** Factura los costos de reparación, imprime guías de remisión.

**Jefe de Servicio al Cliente:** es la representante de la dirección de tratamiento de quejas se encarga evaluar la medición de Satisfacción al Cliente de Tratamiento de Quejas.

#### 4. POLITICAS

**Política 1:** Chaide brinda información clara y accesible para los clientes y el personal mediante un afiche informativo, buzón de quejas, y la página web donde se ingresa la queja. Los clientes serán informados del estado de su queja mediante emails informativo, y llamadas telefónicas y se comunicará el estado de la queja.

**Política 2:** La Jefa de Servicio al Cliente, se compromete a tratar y evaluar la queja de forma objetiva, imparcial y exhaustiva, investigando y evaluando la queja protegiendo

	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE          CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 201/265

al cliente y el personal. Mediante la comprobación de la queja de un producto mediante la inspección física por el asesor del producto, y el registro se encuentra en el sistema SIREQ, con la solución. En caso de queja por servicio el Jefe de Servicio al Cliente se reúne con el personal involucrado para investigar la queja, y el Jefe del personal involucrado para verificar las explicaciones se comunicaran por email la resolución de la queja.


Chaide realiza el seguimiento de la objetividad mediante:

- Se evaluará mensualmente las quejas resueltas de forma aleatoria para analizar el seguimiento del trato con el cliente, con la queja resuelta se verifica el cumplimiento de la objetividad.

Política 3: La Jefe de Servicio al Cliente mantiene la confidencialidad de la información personal de los clientes y de la queja, mediante el sistema SIRE Q, en donde la información es registrada, y manipulada por el personal de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución y Asistente de Producción que tienen usuario y clave para manejo de la información, excluye a personas que no son parte del proceso.

Política 4: Chaide se compromete a ser equitativo, y sensible dando el mismo tratamiento a todos los clientes, y tratando cada queja por separado dando atención a las necesidades del cliente. El caso de queja por producto con daño de fábrica tiene el mismo tratamiento de quejas, mediante la garantía.

Política 5: El acceso al tratamiento de quejas no tendrá costo para el cliente.

	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE          CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 202/265

Política 6: El personal involucrado, Jefe de Servicio al Cliente, Agente de Contact Center, Asistente de Distribución, Asistente de Producción están comprometidos con el tratamiento de quejas resolviendo las quejas y contribuyendo a la mejora de los procesos y productos. Cada persona responsable en el Tratamiento de Quejas debe cumplir con el manual de funciones en donde se encuentra el compromiso con la empresa y los clientes.

## 5. DEFINICIONES

**Cambio.** Se refiere a los productos que por daños en el transporte o fallas específicas de fabricación, son reemplazados por un producto nuevo del mismo tipo.

**Cliente:** organización o persona que recibe un producto.


**Queja:** expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita.

**Reclamante:** persona, organización o su representante, que expresa una queja.

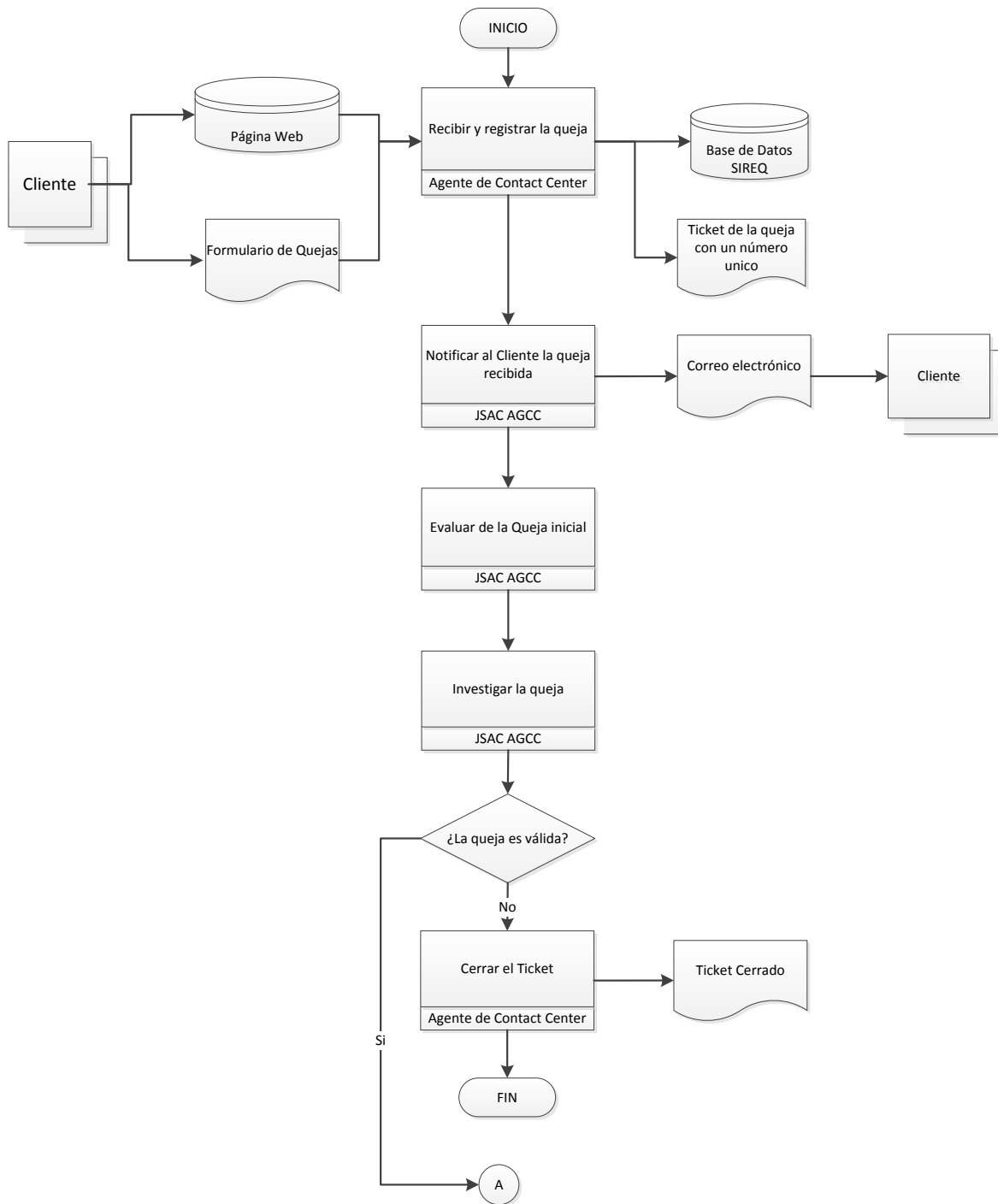
**Reparación por garantía.** Se refiere a un producto amparado por la garantía que será reparado para ser devuelto al cliente.


**Satisfacción del Cliente:** percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

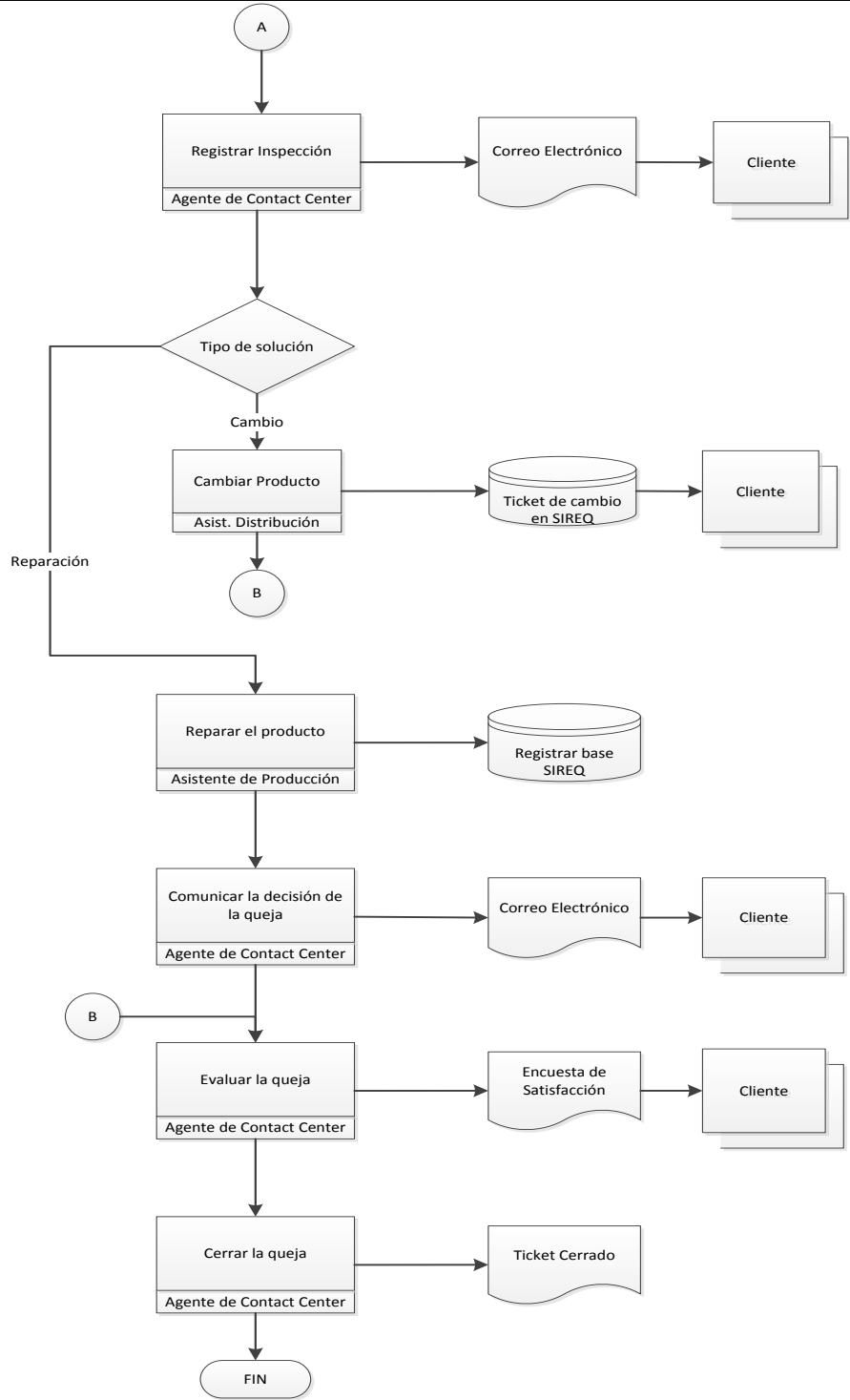
**Servicio al Cliente:** interacción entre la organización y el cliente a lo largo del ciclo de vida del producto.


	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 203/265

**6. DIAGRAMA**



	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> PTQ-001	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 204/265



	<b>TITULO:</b> <b>PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS</b>	<b>CODIGO:</b> <b>PTQ-001</b>	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 205/265

## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

### 1. Recepción de la Queja

La recepción de la queja se registra en el Sistema de Tratamiento de Quejas SIREQ, y se genera un Ticket con un número único.

### 2. Notificar al cliente la Queja recibida

El Jefe de Servicio al Cliente, y el agente de contact center de Chaide y Chaide notifica al cliente la recepción inicial de la queja.

### 3. Evaluar e Investigar la Queja

Los agentes de contact, asesores comercial y jefe de servicio al cliente investigan la queja.

### 4. Validar la Queja

El asesor comercial realiza la investigación pertinente acerca de una queja, y valida la queja, según los parámetros de producto y servicio.


### 5. Registrar Inspección

Los asesores comerciales son encargados de realizar la inspección del producto, y ver las causas de la queja.

### 6. Reparar o cambiar el producto

El asesor comercial notifica si se debe realizar un cambio o reparación del producto.

### 7. Comunicar la Decisión de la Queja

	TITULO: PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	CODIGO: PTQ-001	AREAS DE APLICACIÓN: Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 7.2.3	FECHA ULTIMA DE REVISIÓN Septiembre 2014	No. REVISIÓN: 3

El agente de contact center comunica al cliente el estado del producto, si es un cambio o reparación, y coordina la entrega del mismo.

### 8. Evaluar la Queja

La queja es evaluada por el agente de contact center mediante una encuesta que evalúa el servicio de resolución de quejas.

### 9. Cierre de la Queja

El agente de contact center realiza el cierre de la queja, cuando la encuesta es registrada en el sistema y el cliente se encuentra satisfecho.

## 8. REGISTRO

PTQ-047

## 9. INDICADORES

Indicador	Forma de Calculo	Frecuencia	LI	LS	Responsable de Medición
<b>Quejas Solucionadas</b>	Quejas Solucionadas/ Quejas Receptadas	Mensual	95%	100%	Jefe de Servicio al Cliente
<b>Tiempo Solución de Quejas</b>					
Quejas Servicio	Tiempo Resolución Real/ Tiempo Esperado	Mensual	2 días	3 días	Jefe de Servicio al Cliente
Quejas Producto	Tiempo Resolución Real/ Tiempo Esperado	Mensual	4 días	7 días	Jefe de Servicio al Cliente
<b>Satisfacción de Tratamiento de Quejas</b>	Encuestas de Satisfacción	Mensual	90%	100%	Jefe de Servicio al Cliente

**ANEXO 7 MANUAL DE FUNCIONES**

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>CODIGO:</b> A-33	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> TODA LA EMPRESA
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> SEPTIEMBRE 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA</b> 207/3

**1. DATOS GENERALES:**

**CARGO:** Jefe de Servicio al Cliente

**LOCALIDAD:** QUITO

**GERENCIA:** De Ventas  
Cliente

**ÁREA:** Servicio al

**REPORTA A:** Gerente Regional de Ventas UIO-GYE

**PERSONAL A**

**CARGO:** 1

**2. FUNCION Y RESPONSABILIDADES:****FUNCIÓN:**

- Conseguir que el Servicio al Cliente se convierta en una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.
- Monitorear y asegurar procesos de atención eficientes en todas las áreas que brindan servicio a clientes externos e internos.
- Establecer un proceso de seguimiento del desempeño, evaluación y comunicación.
- Mantener la operación del proceso de tratamiento de las quejas de manera eficaz y eficiente, incluyendo la contratación y formación del personal, los requisitos tecnológicos, la documentación, la fijación y el cumplimiento de los tiempos límites, los objetivos y otros requisitos y del proceso de revisión.

**RESPONSABILIDADES EN:****Servicio:**

- Desarrollar una Cultura de Servicio al Cliente.
- Proponer y cumplir planes para mejorar la calidad de atención telefónica.
- Medir a través de índices de Satisfacción al Cliente y cumplimiento de estándares el servicio en todas las áreas.
- Medir los niveles de Satisfacción del Tratamiento de las Quejas
- Presentar mensualmente el Informe Gerencial de Servicio, con las recomendaciones.
- Elaborar y presentar los protocolos de servicio y de atención telefónica.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>CODIGO:</b> A-33	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> TODA LA EMPRESA
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> SEPTIEMBRE 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA</b> 208/3

**Calidad:**

- Cumplir con los estándares de calidad de servicio a clientes internos, distribuidores, finales, institucionales y hoteleros, aumentando continuamente sus niveles de satisfacción.
- Entrega del informe gerencial de servicio

**Innovación:**

- Proponer innovaciones para los métodos de evaluación
- Proponer estrategias para mejorar los niveles de satisfacción con el servicio de entregas, atención telefónica, la toma de pedidos, la atención a clientes distribuidores y finales, la atención de tesorería y el cumplimiento del marco interno.

**Crecimiento:**

- Control permanente y actualización de cumplimientos de protocolos y estándares de servicio.

**Desarrollo del Personal:**

- Desarrollar las competencias de las personas que tienen contacto con el cliente interno y externo.

**3. AUTORIDAD**

La posición reporta a las Gerencias de Ventas en UIO y GYE

**4. DELEGACIÓN:**

En caso de ausencia temporal será reemplazado por Coordinador de Ventas UIO.

**4. RELACIONES INTERFUNCIONALES:**

**INTERNAS:**

- Para cumplir los objetivos de la empresa trabaja en colaboración con todas las áreas de la empresa, especialmente con quienes brindan servicio al cliente externo

**EXTERNAS:**

- Se relaciona con distribuidores, clientes finales.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>CODIGO:</b> A-33	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> TODA LA EMPRESA
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> SEPTIEMBRE 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA</b> 209/3

## 5. PERFIL DEL CARGO:

### Educación:

Superior: Ing. Comercial o Marketing o Relaciones públicas o Ventas.

Postgrado / Maestría (deseable): Diplomados relacionados a servicio al cliente o MBA.

Idiomas (deseable): Inglés

### Formación:

Herramientas informáticas: Microsoft Office, Internet, ERP'S

Cursos / Seminarios: Servicio al cliente.

### Competencias:

- Negociación/persuasión.
- Liderazgo.
- Pensamiento analítico/estratégico.
- Orientación a resultados.
- Trabajo en equipo.

### Experiencia:

Cargos similares: Asistente o Jefe Administrativo o Servicio al cliente o Relaciones Públicas.

Tiempo: 4 años.

### OTROS:

Edad (deseable): Mayor a 28 años.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>AGENTE DE CONTACT CENTER</b>	<b>CODIGO:</b> V-08	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> VENTAS
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 11	<b>No. PAGINA</b> 210/3

### 1. DATOS GENERALES:

**CARGO:** Agente Contact Center      **LOCALIDAD:** Quito - Guayaquil

**GERENCIA:** Ventas      **AREA:** Ventas

**REPORTA A:** Supervisor de Contact Center/Gerente Regional de Ventas GYE

**PERSONAL A CARGO:** 0

### 2. FUNCION Y RESPONSABILIDADES:

#### **FUNCIÓN:**

Atención telefónica y personal a clientes y visitantes a la empresa.

Cumplir los requerimientos relacionadas con la entrega de mercadería, asesoramiento y servicio post-venta.

Cumplir con los requerimientos de Tratamiento de Quejas.

#### **RESPONSABILIDADES EN:**

##### **Servicio:**

- Brindar una excelente atención y asesoría a clientes internos y externos.
- Ofrecer una experiencia excepcional en atención telefónica, página web y personal a los clientes.
- Atender y dar solución a la queja del cliente distribuidor o final sobre el proceso de tratamiento de quejas.
- Tratar cortésmente a los clientes y responder rápidamente a sus quejas o remitirlos a los individuos adecuados.


##### **Calidad:**

- Ingreso del pedido al sistema de manera inmediata y sin errores.
- Disminuir reclamos y devoluciones por errores en la toma de pedidos.
- Presentar informe mensual de nivel de satisfacción de reparaciones.

##### **Productividad:**

- Asesoría y Ventas por agente.

##### **Innovación:**

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>AGENTE DE CONTACT CENTER</b>	<b>CODIGO:</b> V-08	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> VENTAS
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 11	<b>No. PAGINA</b> 211/3

- Incentivar las ventas a través del manejo clientes por medio del canal E-Business (B2C)
- Capacitar al personal interno sobre producto y servicio.

**Crecimiento:**

- Cumplimiento mensual del Presupuesto de Ventas asignado.
- Cumplimiento en la gestión de cobros y elaboración de informes de recuperación de cartera de clientes directos Contact Center.

**Desarrollo del Personal:**

- Cronograma de capacitación Contact Center.
- Capacitación de Tratamiento de Quejas

**Seguridad:**

- Mantener respaldos de la información a su cargo.

**Responsabilidad social:**


- Cumplir con las leyes y disposiciones de las entidades de control.

**3. AUTORIDAD:**

- No tiene personal a su cargo.
- En Quito se reporta a Supervisor Contact Center.
- En Guayaquil se reporta al Gerente Regional de Ventas GYE

**4. DELEGACIÓN:**

- En Quito, en caso de ausencia temporal será reemplazado por Supervisor de Contact Center o por la Recepcionista.
- En Guayaquil, en caso de ausencia temporal será reemplazado por el Coordinador de ventas GYE.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>AGENTE DE CONTACT CENTER</b>	<b>CODIGO:</b> V-08	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> VENTAS
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 11	<b>No. PAGINA</b> 212/3

## 5. RELACIONES INTERFUNCIONALES:

### INTERNAS:

- Para cumplir los objetivos de la empresa trabaja en colaboración con las otras gerencias y responsables de los procesos.

### EXTERNAS:

- Se relaciona con distribuidores, instituciones, clientes y miembros de comunidades.

## 6. PERFIL DEL CARGO:

Superior: Estudiante o graduado en Ing. Comercial o Marketing o Ventas.

Idiomas (deseable): Inglés.

### FORMACIÓN (deseable):

Herramientas informáticas: Microsoft Office, internet, ERP'S.

Cursos / Seminarios: Servicio al cliente, ventas.

### COMPETENCIAS:

- Servicio/apoyo.
- Iniciativa.
- Trabajo en equipo.
- Habilidades interpersonales y de comunicación.


### EXPERIENCIA (deseable):

Cargos similares: Asistente de Ventas o Servicio al cliente o Vendedor.

Tiempo: 2 años.

### OTROS:

Edad (deseable): Mayor a 22 años.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>ASISTENTE DE BODEGA UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-15	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 2	<b>No. PAGINA</b> 213/2

**1. DATOS GENERALES:**
**CARGO:** Asistente de Bodega UIO

**LOCALIDAD:** QUITO

**GERENCIA:** Administrativa Financiera

**AREA:** Distribución UIO

**REPORTA A:** Jefe de Distribución UIO

**PERSONAL A CARGO:** 8

- **FUNCION Y RESPONSABILIDADES:**

**FUNCIÓN:**


Organizar un sistema de distribución de productos terminados para lograr niveles óptimos de stock, garantizando una entrega oportuna a nuestros clientes, con calidad y buen servicio en todas las entregas.

Asegurar que las entregas de Almacenes se realicen en el tiempo y calidad requeridos, que el proceso de tratamiento de quejas esté funcionando en SAP y que se cumpla con los estándares de calidad.

Cumplir con los requerimientos de Tratamiento de Quejas.

**RESPONSABILIDADES EN:**
**Servicio:**

- Dar una atención cordial y ágil a los clientes.
- Coordinación del transporte con unidades (propias o de terceros).
- Seguimiento y mejora continua del servicio de Tratamiento de Quejas
- Coordinar de forma eficiente las entregas a domicilio

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>ASISTENTE DE BODEGA UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-15	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 2	<b>No. PAGINA</b> 214/2

**Calidad:**

- Asegurar que los productos a ser despachados cumplan con los requerimientos de los clientes.
- Asegurar que las condiciones de almacenamiento y movimiento de los productos garantizarán que se mantengan en perfectas condiciones para la entrega a los clientes.
- Asegurar la correcta identificación de los productos no conformes.
- Asegurar el cuidado de los productos de propiedad de los clientes en el proceso de reparaciones
- Toda actividad que involucre el cumplimiento eficiente de los requerimientos del cliente externo e interno y ayuden al cumplimiento del SGC:

**Productividad:**

- Realizar la distribución de productos dentro del tiempo establecido.
- Controlar el ingreso oportuno de producto terminado a bodega
- Registrar oportunamente las reparaciones de productos.
- Administrar el transporte interno y externo de las rutas asignadas a su cargo.
- Garantizar la integridad y estabilidad de los inventarios en la bodega.

**Innovación:**

- Identificar e implementar oportunidades de mejora a los procesos de Distribución y Almacenamiento.

**Crecimiento:**


- Apoyar al cumplimiento del presupuesto de ventas
- Optimizar los recursos de la organización.

**Desarrollo del Personal:**

- Desarrollar Back up de las funciones y responsabilidades y asignadas.
- Capacitación de Tratamiento de Quejas.

**Seguridad:**

- Cumplir las políticas internas de seguridad de transportistas.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>ASISTENTE DE BODEGA UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-15	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 2	<b>No. PAGINA</b> 215/2

**Responsabilidad social:**

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales en el manejo de transportistas.

• **AUTORIDAD**

Se reporta al Jefe de Distribución UIO y coordina el trabajo de los estibadores, choferes y ayudantes.

• **RELACIONES INTERFUNCIONALES:**

**INTERNAS:**

- Crédito y Cobranzas, Departamento de Producción, Distribución UIO, *Ventas*.

**EXTERNAS:**

- Clientes y transportistas.

• **DELEGACIÓN:**


- En caso de ausencia temporal será reemplazado por el Jefe de Distribución GYE.

• **PERFIL DEL CARGO:**

**Educación:**

Superior:

Estudiante o graduado en Ing. Comercial o Industrial o Ventas o CPA.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>ASISTENTE DE BODEGA UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-15	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 2	<b>No. PAGINA</b> 216/2

**Formación:**

Herramientas informáticas: Microsoft Office. ERP'S.

Cursos / Seminarios: Manejo de inventarios/bodegas, servicio al cliente.

**Competencias:**

- Análisis.
- Servicio/apoyo.
- Trabajo en equipo.


**Experiencia:**

Cargos similares: Asistente de Ventas, Bodega, Despachos,  
Logística, Contable.

Tiempo: 2 años.

**OTROS:**

Edad (deseable): Mayor a 24 años.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE DISTRIBUCIÓN UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-12	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 7	<b>No. PAGINA</b> 217/2

**1) DATOS GENERALES:**

**CARGO:** Jefe de Distribución

**LOCALIDAD:** QUITO

**GERENCIA:** Administrativa Financiera  
UIO

**AREA:** Distribución

**REPORTA A:** Gerente Administrativo Financiero  
18

**PERSONAL A CARGO:**

**2) FUNCION Y RESPONSABILIDADES:**


**FUNCIÓN:**

**Responsable del proceso de Recepción, Almacenamiento y Entrega (RAE) de productos terminados.**

**RESPONSABILIDADES EN:**

**Servicio:**

- Asegurar que se brinde una atención cordial y ágil a los clientes
- Supervisar las actividades del personal de Distribución
- Capacitar a los contratistas de servicio de transporte civil para que brinden un buen servicio de entrega
- Supervisar que se cumplan los estándares de días de entrega y de traslados
- Supervisar el Tratamiento de Quejas, con respecto a entregas, retiros y cambios de productos.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE DISTRIBUCIÓN UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-12	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 7	<b>No. PAGINA</b> 218/2

**Calidad:**

- Supervisar que los indicadores de gestión estén dentro de los parámetros establecidos
- Supervisar el cumplimiento de los indicadores del departamento de Distribución
- Mantener un adecuado almacenamiento de productos terminados
- Asegurar que los productos sean correctamente transportados de forma que no afecten a la calidad del producto
- Llevar a cabo las actividades para el buen cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad

**Productividad:**

- Realizar el seguimiento del despacho diario versus presupuesto.
- Coordinar con producción elaboración de productos para pedidos pendientes
- Administrar la flota de transporte.
- Revisar los procesos del departamento para buscar mejoras que sean eficientes y efectivas en el desempeño de los indicadores.

**Innovación:**

- Identificar e implementar oportunidades de mejora a los procesos de Distribución y Almacenamiento.

**Crecimiento:**

- Determinar necesidades de crecimiento personal y profesional y coordinar la capacitación del personal

**Desarrollo del Personal:**


- Desarrollar Back up de las funciones y responsabilidades y asignadas.

**Seguridad:**

- Dar cumplimiento a las políticas internas de seguridad la empresa y de transportistas.

**Responsabilidad social:**

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales facturación y manejo de transportistas.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE DISTRIBUCIÓN UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-12	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 7	<b>No. PAGINA</b> 219/2

### 3) AUTORIDAD

Se reporta al Gerente Administrativo Financiero y coordina el trabajo de personal administrativo y de Distribución.

### 4) RELACIONES INTERFUNCIONALES:

#### INTERNAS:

- Todos los departamentos de la empresa.

#### EXTERNAS:

- Clientes y transportistas.

### 5) DELEGACIÓN:

- En caso de ausencia temporal será reemplazado por el Coordinador de Distribución.

### 6) PERFIL DEL CARGO:

#### Educación:

Superior: Ing. Comercial o Industrial o Ventas o CPA.

Maestría (deseable): MBA, Calidad/Productividad.

Idiomas (deseable): Inglés


#### Formación:

Herramientas informáticas: Microsoft Office. ERP'S.

Cursos / Seminarios: Manejo de inventarios/bodegas, servicio al cliente.

#### Competencias:

- Liderazgo.
- Pensamiento analítico/estratégico.
- Orientación a resultados.
- Trabajo en equipo.

	<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b> <b>JEFE DE DISTRIBUCIÓN UIO</b>	<b>CODIGO:</b> V-12	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> DISTRIBUCION UIO
REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 6.2.2	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> MAYO 2013	<b>No. REVISIÓN:</b> 7	<b>No. PAGINA</b> 220/2

**Experiencia:**


Cargos similares: Jefe de Bodega, Despachos, Logística, Ventas.

Tiempo: 4 años.

**OTROS:**

Edad (deseable): Mayor a 28 años.

## ANEXO 8 INSTRUCTIVO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS

	<b>TITULO:</b> INSTRUCTIVO DE TRATAMIENTOS DE QUEJAS	<b>CODIGO:</b> ITR-047	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> Contact Center, Ventas, Servicio al cliente, Distribución, Producción
<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 7.2.3	<b>FECHA ULTIMA DE REVISIÓN</b> Septiembre 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 3	<b>No. PAGINA:</b> 221/265

### DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

#### 1) Recepción de las Quejas

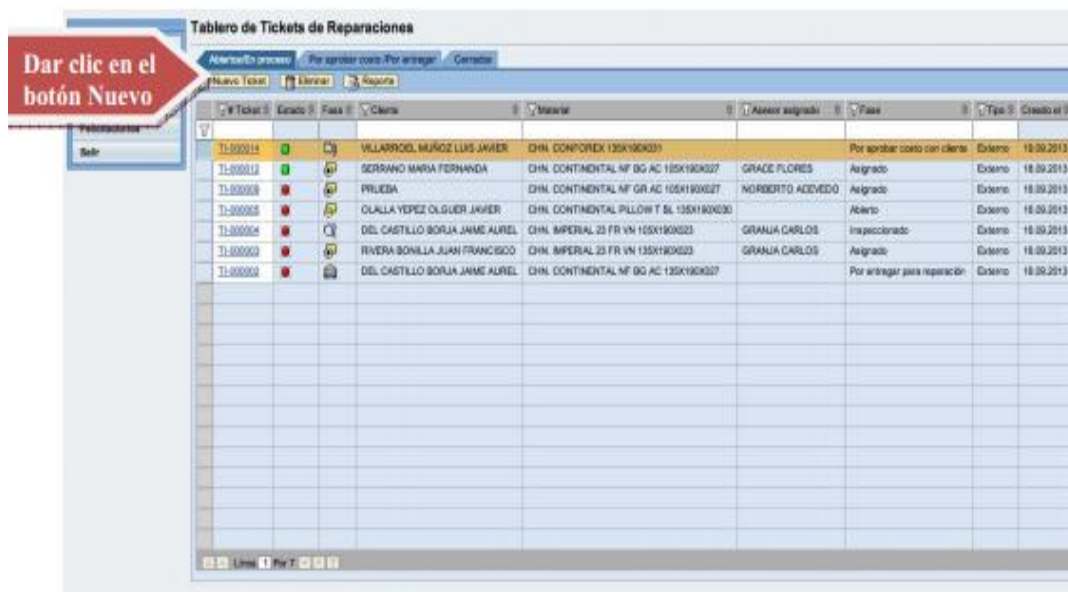
La recepción de las quejas se ingresa y se registra con la información que da el cliente y con un número de ticket único para la identificación. El registro de la queja inicial debe identificar la solución buscada por el reclamante y cualquier otra información necesaria para el eficaz tratamiento de quejas.

En la recepción de la queja, se encuentra los datos de la llamada, datos del cliente, datos de la queja que ingresa el cliente.

#### 1. Apertura del Ticket

Se apertura el nuevo ticket de queja, se elegirá el botón Nuevo Ticket de la pantalla del listado de tickets.

Aparecerá una pantalla para el registro de los datos del ticket.



Ticket	Estado	Fase	Cliente	Nombre	Asesor asignado	Fase	Tipo	Creado el
T1-000014	Abierto		VILLARROEL MURGOZ LUIS JAVIER	CHN. CONFOTEX 135X190X031		Por aprobar costo con cliente	Externo	18.09.2013
T1-000013	Abierto		SERRANO MARIA FERNANDA	CHN. CONTINENTAL NF DG AC 105X190X027	GRACE FLORES	Asignado	Externo	18.09.2013
T1-000008	Abierto		PRUEBA	CHN. CONTINENTAL NF GR AC 105X190X027	NORBERTO ACEVEDO	Asignado	Externo	18.09.2013
T1-000005	Abierto		CUALLA VEPEZ OLGUER JAVIER	CHN. CONTINENTAL PELLOW T SL 135X190X030		Abierto	Externo	18.09.2013
T1-000004	Abierto		DEL CASTILLO BORJA JAVIER AUREL	CHN. IMPERIAL 23 FR VN 105X190X023	GRANJA CARLOS	Inasignado	Externo	18.09.2013
T1-000003	Abierto		RIVERA BONILLA JUAN FRANCISCO	CHN. IMPERIAL 23 FR VN 135X190X023	GRANJA CARLOS	Asignado	Externo	18.09.2013
T1-000002	Abierto		DEL CASTILLO BORJA JAVIER AUREL	CHN. CONTINENTAL NF DG AC 105X190X027		Por arreglar para reparacion	Externo	18.09.2013

## 2. Datos del cliente. Donde se registran los datos del cliente:

Campo	Obligatorio / Opcional	Valores válidos	Valor por defecto	Descripción
<b>Cédula de Identificación</b>	Obligatorio	-	-	Número de cédula del cliente
<b>Tipo de identificación</b>	Opcional	Cedula RUC Pasaporte	-	Tipo de identificación
<b>No. Cliente en SAP</b>	Opcional	-	Automático	Número de cliente en SAP
<b>No. Cliente temporal</b>	Opcional	-	-	Número de cliente temporal
<b>Canal de distribución</b>	Opcional	-	Cargado de la inf del cliente	Canal de distribución
<b>Nombre del cliente</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Nombre del cliente
<b>Teléfono</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Teléfono
<b>Teléfono móvil</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Teléfono móvil
<b>Dirección</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Dirección
<b>Correo electrónico</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Correo electrónico
<b>Edad</b>	Opcional	-	Cargado de la inf del cliente	Edad
<b>Peso aproximado</b>	Opcional	-	Cargado de la inf del cliente	Peso aproximado
<b>Región</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Región
<b>Ciudad</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Ciudad
<b>Zona de transporte</b>	Obligatorio	-	Cargado de la inf del cliente	Zona de transporte
<b>Responsable</b>	Obligatorio	Listado de personal responsable de clientes	Cargado de la Inf. Del cliente	Asesor comercial asignado como responsable del cliente
<b>Centro que repara</b>	Obligatorio Editable	-	Cargado según la zona de transporte	Centro que realiza la reparación. Es editable para casos especiales en donde el material requiera ser reparado en otro centro.

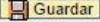
## 3. Datos de Queja.

Se registra los datos:

Datos de la llamada

1. Tipo de Recepción:
2. Otro tipo de Recepción:
3. Fecha de Creación:
4. Creado por:
5. Fecha Modificación:
6. Modificado por:



**Registro de Queja**

Regresar al tablero de Quejas  Guardar

**Datos de la llamada a**

Tipo de Recepción: \* 1  Otro tipo de Recepción: 2   
 Fecha de Creación: 3 04.11.2014  00:00:00 Creado por: 4 UIO\_AUX\_CTE  
 Fecha Modificación: 5  00:00:00 Modificado por: 6

**Datos del Cliente b**

Identificación: \* 1   Tipo de Identificación: 2   
 Cliente: 3   Cod cliente temporal: 4   
 Nombre Cliente: \* 5  Telefono: \* 6   
 Dirección: \* 7  Ciudad: \* 8   
 Correo electrónico: \* 9

**Datos de la Queja c**

Tipo de Queja: \* 1  Cod. Queja: 2   
 Clase de Queja: \* 3  Estado de la queja: 4 Abierto  
 Ciudad: \* 5  Centro: 6   
 Descripción de la Queja: \* 7   
 Área Asignada: 8  Otra área: 9   
 Escalado a: 10  Nombre completo: 11   
 Email de la persona asignada: 13   
 Seguimiento de Queja: 14

### Datos del Cliente

1. Identificación: \*
2. Tipo de Identificación: \*
3. Cliente:
4. Cód. cliente temporal:
5. Nombre Cliente: \*
6. Teléfono: \*
7. Dirección: \*
8. Ciudad: \*
9. Correo electrónico: \*

### Datos de la Queja

1. Tipo de Queja: \*
2. Cód. Queja:
3. Clase de Queja: \*
4. Estado de la queja:
5. Ciudad: \*
6. Centro:
7. Descripción de la Queja: \*
8. Área Asignada:
9. Otra área:
10. Escalado a:
11. Nombre completo:
12. Email de la persona asignada:
13. Seguimiento de Queja:

Datos de Ventas			
No. Pedido / Factura: 1	<input type="text"/>	Fecha de Compra: 2	<input type="text"/>
Fecha de Fabricación: 3	<input type="text"/>	Material: *	<input type="text"/>
Motivo de la Reparación: *	5	<input type="text"/>	<input type="text"/>
El Colchón se encuentra en una base plana y firme? 6	<input type="text"/>	Requiere colchón de préstamo?: *	7 <input type="text"/>
Requiere inspección?: *	8 <input type="text"/>	El colchón ha sido mojado o humedecido?: 9	<input type="text"/>
El producto presenta manchas en el forro?: 10	<input type="text"/>	Tiene costo para el cliente?: *	11 <input type="text"/>
Descripción del problema: *			
<input type="text"/>			
Vendedor / Asesor asignado: 12	<input type="text"/>	Tipo de Solución: *	13 <input type="text"/>

### Datos de Ventas

1. No. Pedido / Factura:
2. Fecha de Compra:
3. Fecha de Fabricación:

4. Material: \*
5. Motivo de la Reparación: \*
6. El Colchón se encuentra en una base plana y firme?:
7. Requiere colchón de préstamo?: \*
8. Requiere inspección?: \*
9. El colchón ha sido mojado o humecido?:
10. El producto presenta manchas en el forro?:
11. Tiene costo para el cliente?: \*
12. Descripción del problema: \*
13. Vendedor / Asesor asignado:
14. Tipo de Solución: \* opción: reparación, cambio, devolución, o no aplica garantía.

#### **Notificar al cliente la Queja recibida**

La queja recibida deberá ser notificada al cliente inmediatamente por medio de una llamada telefónica y un correo electrónico.

- Llamada telefónica

Se notifica al cliente mediante una llamada telefónica de los asesores para informarle que su queja va a ser procesada.

- Notificación por correo electrónico

La recepción de cada queja se notifica al cliente mediante un correo electrónico que se genera automáticamente, cuando se graba la queja.

Formato del correo electrónico de queja recibida

Asunto: Queja Recibida

Saludo: Estimado Cliente

Texto:

Le informamos que el (fecha) ha sido registrada en nuestro sistema su solicitud de reparación y para control y seguimiento se utilizará el siguiente número de ticket: TI-00000.

Un representante de nuestra empresa se mantendrá en contacto con usted para informarle el estado de su solicitud.

Despedida:

Atentamente,

Servicio al Cliente

Chaide y Chaide

Teléfono de contacto.

## **2) Evaluación de la Queja Inicial**

El agente de contact center evalúa inicialmente la queja, si tiene problemas con el producto genera el ticket por producto TI-000, si es una queja por servicio genera un QJ-000.

En el SIREQ ingresa lo siguiente:

Datos de la Venta:

- a) Número de pedido/factura
- b) Fecha de Compra
- c) Fecha de Fabricación
- d) Material

## e) Motivo de Reparación

**3) Valida la Queja**

Se ingresa en SIREQ, en el registro de la queja si la queja por producto es un cambio o reparación.

Se ingresa en el campo: Tipo de Solución

**4) Inspección del Queja**

El asesor comercial realiza la investigación mediante una visita e inspección del producto.

Datos de la Inspección			
Fecha de la Inspección: 1	<input type="text"/>	Hora de la Inspección: 2	<input type="text" value="00:00:00"/>
Responsable: 3	<input type="text"/>	No. Pedido ZREP: 4	<input type="text"/>
Estado del producto 5			
Material no definido	Material no definido	Material no definido	Material no definido
Resultado de la Inspección 6			
Observaciones: * 7	<input type="text"/>		
Recomendaciones:	<input type="text"/>		
Tiene costo?: * 8	<input type="text"/>	Requiere colchón de préstamo?: * 9	<input type="text"/>
El colchón está limpio?: 10	<input type="text"/>	Aplica garantía?: * 11	<input type="text"/>
Tipo de Solución: * 12	<input type="text"/>		

1. Fecha de la Inspección: \*
2. Hora de la Inspección: \*
3. Responsable:
4. No. Pedido ZREP:
5. Estado del producto
6. Resultados

7. Observaciones
8. Recomendaciones:
9. Tiene costo?: \*
10. Requiere colchón de préstamo?: \*
11. El colchón está limpio?: \*
12. Aplica garantía?: \*
13. Tipo de Solución: \*

Envío de mail notificando al cliente la visita del asesor.

Estimado:

Le informamos que se le ha asignado realizar una inspección de reparaciones con los siguientes datos:

Código del Ticket: **TI-000019**

Provincia / Ciudad: **QUITO**  
Fecha máxima para inspección: **20/09/2013**

Favor ingresar al sistema de Reparaciones para más información del ticket.

Atentamente,

Administrador del Sistema de Quejas Reparaciones  
Chaide

Registro de Inspección

Estado de Producto

Tipo de Solución

##### 5) Reparar o Cambiar el producto

El seguimiento de la queja se realiza, desde la recepción inicial hasta que el reclamante quede satisfecho o la decisión final haya sido tomada.

En el sistema SIREQ se genera la información automáticamente:



la persona que ingreso el ticket los agentes de contact center o asesores comerciales, cada departamento es evaluado según el tiempo de entrega de las reparaciones o quejas.

#### **6) Comunicación de la Queja**

La queja tendrá las siguientes respuestas:

##### Reparaciones:

La reparación se realiza sin costo en el caso de defectos en los materiales y en la fabricación de los productos, desde la fecha indicada en la factura de compra. La garantía se extiende únicamente al comprador original.

##### Rembolsos

Se realiza los rembolsos en caso de que el cliente no se sienta satisfecho con el producto comprado.

##### Cambios

Se realiza cambios de producto en caso de daños del producto, que no pueda ser reparado se remplazara por un producto nuevo.

##### Compensación y Disculpas

En caso de que el cliente tenga una queja de servicio, se enviará una compensación de una almohada y disculpas que envía la Jefa de Servicio al Cliente.

#### **7) Evaluación de la Queja**

La decisión o cualquier acción tomada con respecto a la queja, se comunica inmediatamente al cliente y el personal involucrado mediante un correo electrónico y llama telefónica informado que se realizará en el producto en caso de reparación, y en el caso de una reparación que acción se toma.

Formato del correo electrónico:

Asunto: Ticket Creado

Saludo: Estimado Cliente

Texto: La información de la resolución de la queja.

Le informamos que su Ticket va a ser reparado.

Despedida:

Atentamente,

Servicio al Cliente

Chaide y Chaide.

## **8) Cierre de la Queja**

El agente de contact center realiza el cierre de la queja.

Si el reclamante acepta la decisión o la acción propuesta, se registra la decisión en el sistema SIREQ.

Si el reclamante rechaza la decisión o acción propuesta entonces la queja permanece abierta. Se registra y el reclamante es informado por la Jefa de Servicio al Cliente las alternativas para la solución de la queja. La queja se cierra con la evaluación del cliente mediante un correo electrónico que se envía automáticamente desde el correo [información.chaide@chaideychaide.com](mailto:información.chaide@chaideychaide.com) o el agente de contact center realiza la encuesta de servicio de quejas o reparaciones.

**Formato del correo electrónico de evaluación de queja:**

Asunto: Chaide le solicita una evaluación del servicio

Saludo: Estimado Cliente

Texto:

Chaide le informa que en las próximas 24 horas será entregado su producto Reparado.

Le solicitamos nos ayude respondiendo algunas preguntas para medir nuestro servicio.

No olvide llenar el casillero con el número de ticket: TI-001885.

Para llenar la encuesta diríjase al siguiente

enlace: [https://docs.google.com/forms/d/1oeZYJv8kle-rsDUKRRHkFfkQnVuCnk\\_6FLOORmYAVo/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1oeZYJv8kle-rsDUKRRHkFfkQnVuCnk_6FLOORmYAVo/viewform)


Despedida:

Atentamente,  
Servicio al Cliente  
Chaide

**10. REGISTRO**

ITR-047

## ANEXO 9 PROCEDIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS

	TÍTULO: PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS	CODIGO: PCG-852-01	AREAS DE APLICACIÓN: TODO EL SGC.
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.5.2/8.5.3	FECHA ULTIMA REVISIÓN: ABRIL 2014	No. REVISIÓN: 8

### PROCEDIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS

#### 1. PROPÓSITO

Mejorar continuamente la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad, mediante el uso de las acciones correctivas cuando se detecten no conformidades y acciones preventivas cuando las no conformidades sean potenciales.

#### 2. ALCANCE

Todas las áreas donde puedan existir no conformidades reales o potenciales de producto, proceso o sistema, que afecten el cumplimiento de la eficacia del SGC y sus requisitos. Y también donde se detecten oportunidades de mejora para el SGC.

#### 3. RESPONSABILIDAD

**Gerentes:** son responsables de determinar mantener y mejorar este procedimiento, determinar las correcciones, tomar las acciones correctivas y preventivas necesarias para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas; así como las no conformidades potenciales. Son responsables de determinar las oportunidades de mejora de cada proceso.

**Responsable del proceso:** se encarga de implementar y verificar el cumplimiento de los planes de todas las acciones correctivas, preventivas y oportunidades mejora.

**Jefe de Gestión de Calidad:** es responsable de conservar la información sobre las no conformidades potenciales o detectadas, las causas y las acciones tomadas. Coordina con los responsables del proceso la revisión de todas las acciones en cada uno de sus etapas. Conserva un resumen de las oportunidades de mejora de los procesos.

**Auditor Líder:** es responsable de verificar la eficacia de las acciones correctivas, preventivas y oportunidades de mejora implementadas.

#### 4. DEFINICIONES


**Evidencia objetiva:** datos que respaldan la existencia o veracidad de algo. La evidencia objetiva puede obtenerse por medio de la observación, medición, ensayo/prueba u otros medios.

**Verificación:** confirmación mediante la aportación de evidencia objetiva de que se han cumplido los requisitos especificados.

**No conformidad:** incumplimiento de un requisito

**Corrección:** acción tomada para eliminar una no conformidad detectada. Una corrección puede realizarse junto con una acción correctiva. Una corrección puede ser por ejemplo un reproceso o una reclasificación.

Elaborado por: Dorian Salazar Gestión de Calidad & A	Revisado por: Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC.
--	---	--

 <b>CHAIDE</b> <small>SISTEMA CON EL MUNDO AL DOR</small>	TÍTULO: <b>PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS</b>	CODIGO: PCG-852-01	AREAS DE APLICACIÓN: TODO EL SGC.
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.5.2/8.5.3	FECHA ULTIMA REVISIÓN: ABRIL 2014	No. REVISIÓN: 8

**Acción preventiva:** acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencial no deseable.

**Acción correctiva:** acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación no deseable. Puede haber más de una causa para una no conformidad.

La acción correctiva se toma para prevenir que algo vuelva a producirse, mientras que la acción preventiva se toma para prevenir que algo suceda.

**Especificación:** documento que establece requisitos.

**Registro:** documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.

**Mejora continua:** actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos.

## 5. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

### 5.1 ACCIONES CORRECTIVAS

Las fuentes de información de acciones correctivas pueden ser:

- Productos No conformes
- Desempeño del proceso (indicadores de gestión)
- Auditorías Internas o Externas
- Quejas, Devoluciones
- Revisión por la dirección
- Iniciativas propias del personal de la Organización
- **Defectos y Devoluciones detectadas internamente**

### 5.2. ACCIONES PREVENTIVAS


Las fuentes de información para determinar acciones preventivas pueden ser:

- Desempeño del proceso (indicadores de gestión)
- Auditorías Internas o Externas
- Revisión por la dirección
- Iniciativas propias del personal de la organización
- Análisis de riesgos y su valoración
- Análisis de mercado
- Análisis DA ( debilidades vs. amenazas)
- **Defectos y Devoluciones detectadas internamente**

### 5.3. OPORTUNIDADES DE MEJORA

Las principales fuentes de mejora son:

Elaborado por: Dorian Salazar Gestión de Calidad & A	Revisado por: Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC.
--	---	--

 <b>CHAIDE</b> <small>AGENCIA CON EL MUNDO EN ACCIÓN</small>	TÍTULO: <b>PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS</b>	CODIGO: PCG-852-01	AREAS DE APLICACIÓN: TODO EL SGC.
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.5.2/8.5.3	FECHA ULTIMA REVISIÓN: ABRIL 2014	No. REVISIÓN: 8

- Planificación estratégica
- Análisis de datos
- Revisión por la dirección
- Sugerencias del personal de la organización
- Observaciones de productos, procesos o del SGC
- Solicitud de clientes
- Información tecnológica/ participación en ferias internacionales
- Resultados de auditorías
- Acciones correctivas y preventivas

El Jefe de Gestión de Calidad registra las acciones correctivas, preventivas y mejoras en el "Informe Gerencial del Sistema de Calidad" RG-22 ; a su vez consolida el "Resumen de Mejoras e Innovaciones" y el "Resumen de acciones correctivas y Preventivas" de los procesos.

En el Anexo No. 1 se presenta el proceso para la acción correctiva.  
 En el Anexo No. 2 se presenta el proceso para la acción preventiva.  
 En el Anexo No. 3 se presenta el proceso para las oportunidades de mejora.


#### 6. REGISTROS:

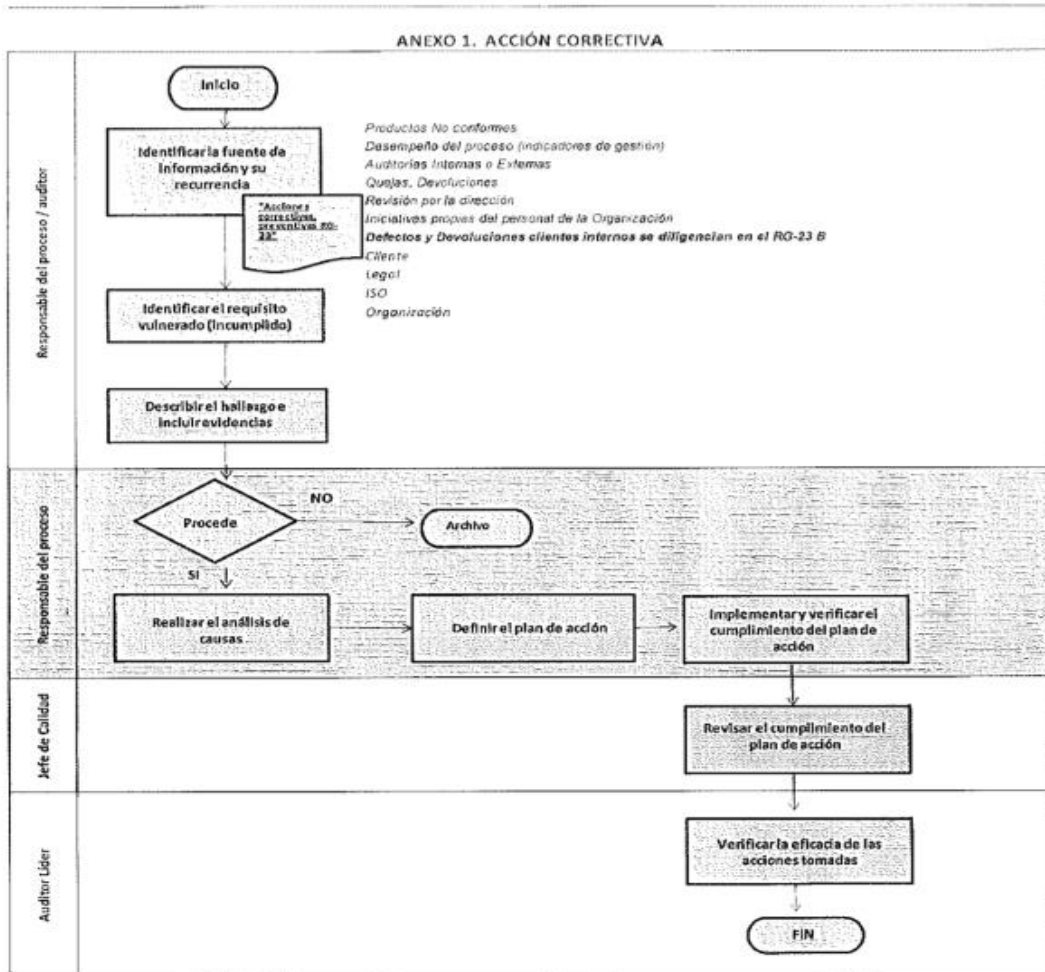
- Referirse a la Lista Maestra de Registros RG-02
- **Acciones correctivas y preventivas RG-23**
- **Plan de Acción Solución de Problemas: 5 ¿Por qué? Para análisis de defectos y devoluciones internas.**

#### 7. REFERENCIAS:


**Definiciones:** Norma Internacional ISO 9000:2005. Sistemas de Gestión de Calidad Conceptos y Vocabulario.

Elaborado por: Dorian Salazar Gestión de Calidad & A	Revisado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC.
--	---	--

 <b>CHAIDE</b> <small>SUPLEN COMERCIAL AGENCIAS SA DE CV</small>	<b>TITULO:</b> <b>PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS</b>	<b>CODIGO:</b> PCG-852-01	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> TODO EL SGC.
	<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 8.5.2/8.5.3	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> ABRIL 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 8



Elaborado por: Dorian Salazar Gestión de Calidad & A	Revisado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC
--	---	---

 <b>CHAIDE</b> <small>NUMERO 1 EN SU LINEA DE NEGOCIO</small>	<b>TITULO:</b> PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS	<b>CODIGO:</b> PCG-852-01	<b>AREAS DE APLICACIÓN:</b> TODO EL SGC.
	<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 8.5.2/8.5.3	<b>FECHA ULTIMA REVISIÓN:</b> ABRIL 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 8

ANEXO 2. ACCIÓN PREVENTIVA

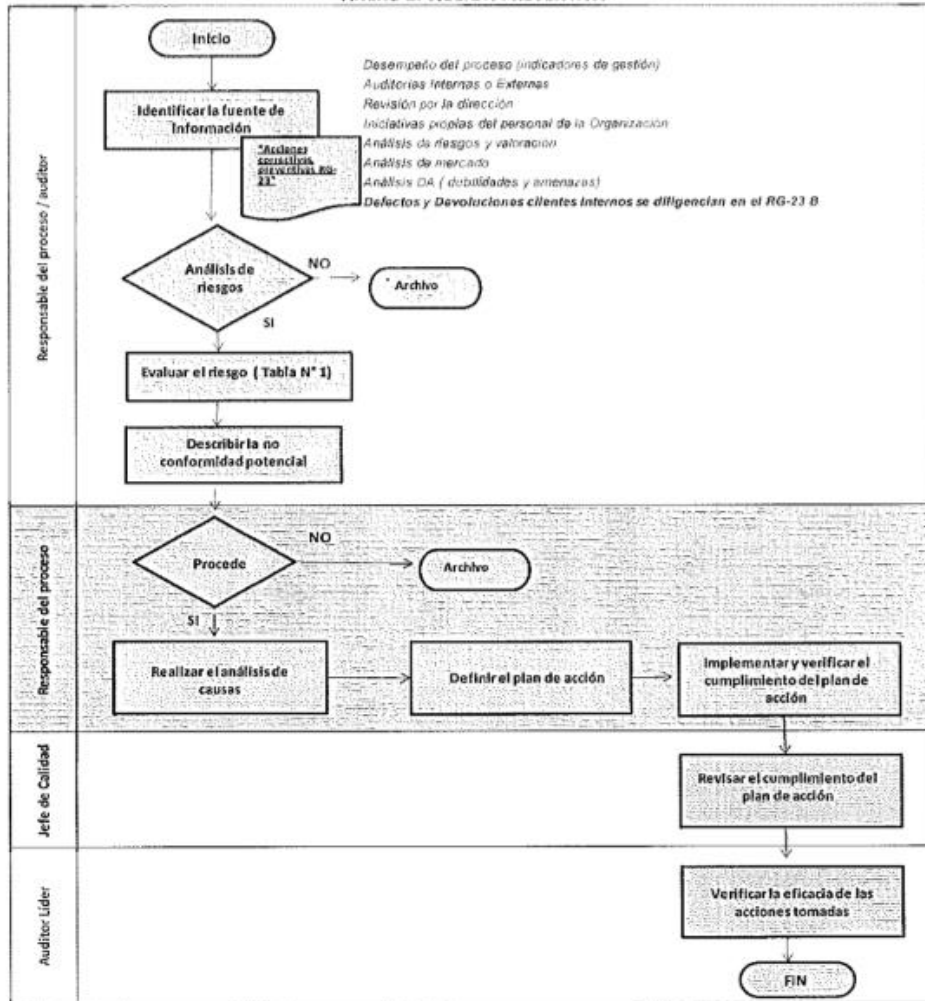



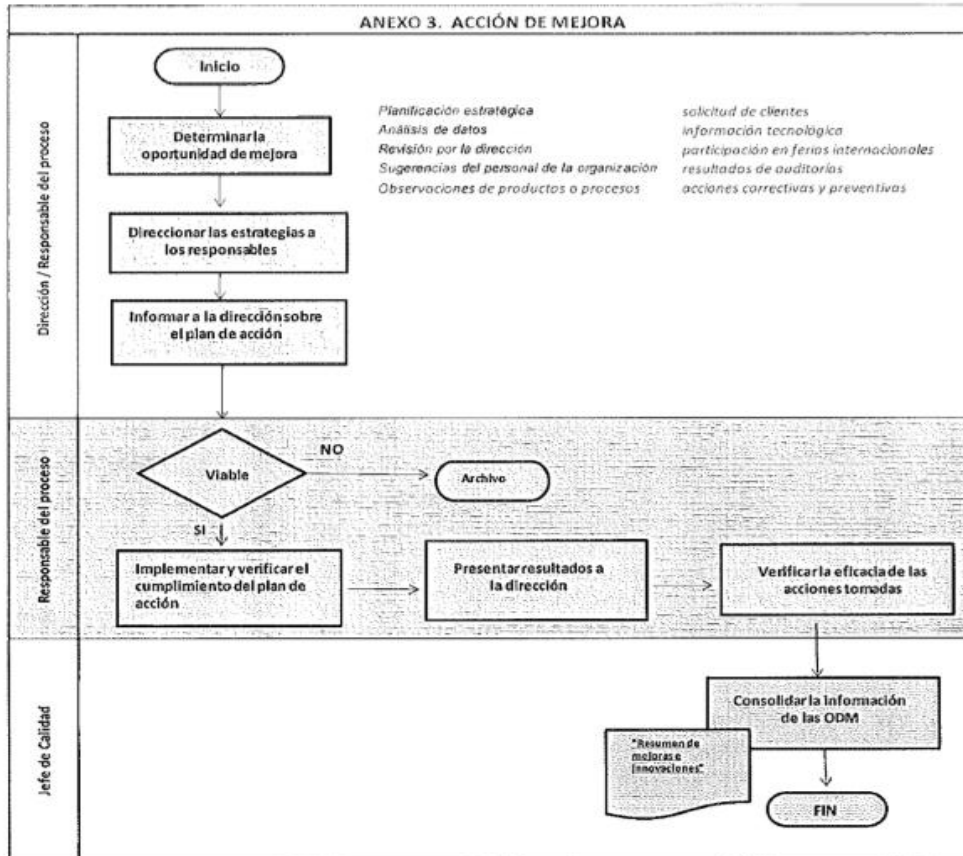
TABLA No. 1 CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL RIESGO

PROBABILIDAD		EXPOSICIÓN		CONSECUENCIA	
Alta: riesgo inminente, ocurrirá siempre o casi siempre	5	Permanente	5	Extremadamente perjudicial, pérdidas económicas considerable	5
Media: puede ocurrir en algunas ocasiones	3	Media	3	perjudicial, pérdida económica importante	3
Baja: rara vez ocurre	1	Mínima	1	Leve	1

PROCESO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	ORIGEN	RECEPTOR: O AGENTE EXPUESTO	Probabilidad (P)	Exposición (E)	Consecuencia (C)	Riesgo = P*E*C

Elaborado por: Dorian Salazar Gestión de Calidad & A	Revisado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC.
--	---	--

 <b>CHAIDE</b> <small>SOCIEDAD COLIBRI DE ADMINISTRACIÓN S.A.S</small>	<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MEJORAS	<b>CODIGO:</b> PCG-852-01	<b>ÁREAS DE APLICACIÓN:</b> TODO EL SGC.
	<b>REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD:</b> 8.5.2/8.5.3	<b>FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:</b> ABRIL 2014	<b>No. REVISIÓN:</b> 8




Elaborado por:  
 Dorian Salazar  
 Gestión de Calidad & A

Revisado por:  
 Patricio Álvarez  
 Representante de Gerencia para SGC

Aprobado por:  
 Patricio Álvarez  
 Representante de Gerencia para SGC

## ANEXO 10 PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍAS INTERNAS

	TÍTULO: PROCEDIMIENTO AUDITORIAS INTERNAS	CODIGO: PCG-822-01	AREAS DE APLICACIÓN: TODA LA PLANTA
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.2.2	FECHA ULTIMA REVISIÓN: MARZO 2014	No. REVISIÓN: 12

### 1. OBJETIVO

Determinar si se mantiene de manera eficaz, eficiente y efectiva los sistemas de gestión y si están conformes con las disposiciones planificadas y con los requisitos establecidos por Chaide.

### 2. ALCANCE

Las Auditorias Internas de los procesos contemplados en el Sistema de Gestión de Calidad de Chaide.

### 3. RESPONSABILIDAD

**Responsable del programa de auditorías:** Responsabilidad ejecutada por el jefe de Gestión de Calidad quien realiza la Gestión del Programa de Auditorías donde se establecen los objetivos y alcance del programa, planifica el programa de auditorías, implementa el programa, da seguimiento y realiza la revisión y mejora del programa de auditoría.

**Auditor / Equipo Auditor:** Es responsable de cumplir con este procedimiento, realiza el plan de auditoría (Auditor líder) y/o ejecuta de las auditorías, da seguimiento a los planes de acción definidos y es independiente del área auditada.

**Auditado:** Es responsable de colaborar con el equipo auditor, analiza las causas de las no conformidades, realiza correcciones y establece acciones correctivas para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas.

**Representante de la Gerencia:** Es responsable de asignar al personal que colabora con el equipo auditor, proporcionar los recursos necesarios y aprobar el programa anual de auditorías.

### 4. DEFINICIONES

**Auditoría.** Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoría. Las auditorías pueden ser:

- **Primera Parte.** Auditorías Internas
- **Segunda Parte.** Auditorías de clientes o partes interesadas.
- **Tercera Parte.** Auditorías por organizaciones independientes, como autoridades reglamentarias o certificadores

**Programa de Auditoría.** Detalles acordados para un conjunto de una o más auditorías planificadas para un período determinado y dirigidas hacia un propósito específico.


**Plan de Auditoría:** Descripción de las actividades y de los detalles acordados de una auditoría.

**Criterios de Auditoría.** Conjunto de políticas, procedimientos o requisitos utilizados como referencia frente al cual se compara la evidencia de la auditoría.

**Auditor líder.** Es el auditor que coordina el trabajo del equipo de auditores.

Elaborado por: Ing. Dorian Salazar Gestión de Calidad	Revisado por: Ing. Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC.	Aprobado por: Ing. Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC.
---	---	---

COPIA CONTROLADA

 <b>CHAIDE</b> SUZELA CON UN MUNDO MEJOR	TÍTULO: PROCEDIMIENTO AUDITORIAS INTERNAS	CODIGO: PCG-822-01	ÁREAS DE APLICACIÓN: TODA LA PLANTA
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.2.2	FECHA ULTIMA REVISIÓN: MARZO 2014	No. REVISIÓN: 12

**Evidencia de la auditoría.** Registros, declaraciones de hechos o cualquier otra información pertinente para los criterios de auditoría

**Hallazgo de auditoría.** Resultado de la evaluación de la evidencia de la auditoría recopilada frente a los criterios de auditoría. Los hallazgos pueden indicar conformidad o no conformidad también pueden conducir a identificar oportunidades de mejora o registro de buenas prácticas.

**Conclusiones de la auditoría:** Resultado de una auditoría tras considerar los objetivos de la auditoría y todos los hallazgos de la auditoría.

## 5. GESTION DEL PROGRAMA DE AUDITORIAS

El Jefe de Calidad en coordinación con el Representante de la Gerencia designa un auditor líder, quien apoya la organización de la auditoría con el equipo de auditores.

Se establece la independencia de los miembros del equipo auditor con respecto a las actividades a auditar y evitar cualquier conflicto de intereses mediante el Anexo 1 Matriz de correlación de Proceso a Auditar/Área que pertenece el auditor.

La determinación del alcance del programa o su frecuencia estará definida mediante la Matriz de Desempeño de Procesos:


- Importancia y complejidad del proceso auditado.
- Reporte de no conformidades externas o internas
- Quejas de Clientes o incumplimientos de los requisitos legales
- Resultado de auditorías internas y externas
- Solicitud de un cliente o por un área de la organización
- Cambios significativos en el auditado y sus operaciones, en la administración, la organización y/o tecnología,
- Ocurrencia de sucesos internos y externos, como fallas repetitivas en el producto o proceso
- Cambios en normativas aplicables a las actividades de la organización

Se debe revisar y actualizar permanentemente la matriz de desempeño de procesos que evalúa estos parámetros para definir o reagendar el programa de auditorías internas, o realizar un seguimiento al proceso para determinar repetitividad de los parámetros. Anexo 2 Matriz de desempeño de procesos (documento electrónico). Esta revisión y actualización se lo hará mensualmente bajo responsabilidad del Jefe de Calidad y el auditor líder.

El programa de auditoría incluye:

- Los objetivos del programa con el fin de que se ha implementado eficazmente
- El alcance del programa
- Identificación y evaluación de los riesgos para la ejecución del programa de auditoría  
Anexo 3 Identificación y Evaluación de riesgos relacionados con el programa de auditoría
- Establecer responsabilidades de la auditoría
- Procedimientos para los programas de auditorías
- Criterios de auditorías
- Cronograma Anual de Auditorías Internas

Elaborado por: Ing. Dorian Salazar Gestión de Calidad	Revisado por: Ing. Patricia Alvarez Representante de Gerencia para SGC.	Aprobado por: Ing. Patricia Alvarez Representante de Gerencia para SGC.
---	---	---

	TÍTULO: PROCEDIMIENTO AUDITORIAS INTERNAS	CODIGO: PCG-822-01	AREAS DE APLICACIÓN: TODA LA PLANTA
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.2.2	FECHA ULTIMA REVISIÓN: MARZO 2014	No. REVISIÓN: 12

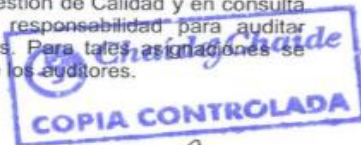
Para la correcta implementación del programa se asegura que se determinen los métodos de auditoría, la selección del equipo auditor así como su evaluación (*ver Instructivo de Competencia Evaluación de Auditores Internos*), gestión y mantenimiento de los registros apropiados para el programa.

El jefe de Gestión de Calidad realiza seguimiento, revisión y mejora del programa de auditorías con el fin de evaluar la conformidad del programa, desempeño del equipo auditor, capacidad del equipo de auditores para implementar el plan de auditorías, resultados y tendencias del seguimiento del programa, conformidad de los procedimientos e instructivos de auditorías internas y competencia y evaluación de auditores internos, eficacia de las medidas para tratar los riesgos asociados con el programa de auditoría, esta revisión genera un informe que será enviado al Representante de la Gerencia para su conocimiento.


## 6. REALIZACION DE AUDITORIAS

La ejecución de la auditoría contempla las siguientes actividades:

- Preparación para las actividades de auditorías
  - a) *Revisión de la documentación en la preparación de la auditoría*
    - Reunir información para preparar las actividades de auditoría y los documentos de trabajo (documentos y registros del sistema, informes de auditorías previas del proceso a auditar) 15 días antes de la fecha planificada
  - b) *Preparación del plan de auditoría*
    - El Jefe de Calidad y el Auditor líder realizan el "Plan de Auditoría" RG-19 basado en la información del programa de auditoría, que incluye:
      - ✓ Objetivos, alcance y duración de la auditoría
      - ✓ Normas o requerimientos internos y externos a emplearse.
      - ✓ Lista de equipo auditor, funciones y responsabilidades incluyendo guías u observadores.
      - ✓ Técnicas de muestreo apropiadas y diseño del programa de muestreo si aplica
      - ✓ Métodos a utilizarse. Por ejemplo entrevistas, reuniones, revisión de registros, etc.
      - ✓ Recursos apropiados para áreas críticas como EPP
      - ✓ Cronograma de actividades, incluyendo fechas, horarios y duración de actividades que contengan la reunión de apertura y reunión de cierre.
      - ✓ Actividades de seguimiento de la auditoría previa
      - ✓ Preparan el informe de auditoría.
  - c) *Asignación de las tareas al equipo auditor*
    - El líder del equipo auditor en conjunto con el Jefe de Gestión de Calidad y en consulta con el equipo auditor, asigna a cada miembro la responsabilidad para auditar procesos, actividades, funciones o lugares específicos. Para tales asignaciones se tomará en cuenta la independencia y la competencia de los auditores.
  - d) *Preparación de los documentos de trabajo:*




Elaborado por: Ing. Dorian Salazar Gestión de Calidad	Revisado por: Ing. Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC	Aprobado por: Ing. Patricio Álvarez Representante de Gerencia para SGC.
---	--	---

	TÍTULO: PROCEDIMIENTO AUDITORIAS INTERNAS	CODIGO: PCG-822-01	ÁREAS DE APLICACIÓN: TODA LA PLANTA
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.2.2	FECHA ULTIMA REVISIÓN: MARZO 2014	No. REVISIÓN: 12

- ✓ Lista de verificación
- ✓ Planes de muestreo (si aplica)

- Realización de las actividades de auditoria
  - a) *Reunión de apertura:* En la que se explica el objetivo, alcance, criterios de la auditoria, presentación del equipo auditor y observadores, metodología de la auditoria, canales de comunicación. Participan los involucrados en la auditoria.
  - b) *Revisión de la documentación durante la auditoria:* determina la conformidad del sistema con los criterios de auditoria
  - c) *Comunicación durante la auditoria:* En todas las vías, hacia el auditado, hacia el líder el equipo auditor y entre el equipo auditor.
  - d) *Recopilación y verificación de la información:* Solo la información que es verificable se debe aceptar como evidencia.
  - e) *Generación de hallazgos de la auditoria:* Las evidencias se evalúan frente a los criterios de la auditoria (Norma ISO 9001:2008, Norma ISO 50001:2011 o cualquier otra Norma que aplique la empresa), incluir la conformidad, buenas prácticas, oportunidades de mejora y recomendaciones. Asegurar que las no conformidades se han comprendido por parte del auditado, En caso de encontrar desviaciones a los criterios de auditoria, el Auditor detalla los hallazgos en el "Reporte de Auditoria" RG-21 de cada proceso auditado.
  - f) *Preparación de las conclusiones de la auditoria:* El equipo auditor revisará los hallazgos de la auditoria, acordará conclusiones, preparará recomendaciones, comentará seguimiento de la auditoria si es aplicable.
  - g) *Reunión de cierre:* El Auditor líder presenta los hallazgos y las conclusiones de la auditoria. Participan los involucrados en la auditoria. En caso de no existir acuerdo, el auditor líder deberá intentar resolver la discrepancia, sino es resuelta se deberá registrar en las conclusiones e informe de la auditoria.
- Preparación y distribución del informe de auditoria:
  - En este documento se detalla el resultado específico de la Auditoria: objetivo, alcance, identificación del auditado, equipo auditor, fechas, localizaciones, criterios, hallazgos y evidencias, conclusiones y declaración del grado en que se han cumplido los criterios de la auditoria. Este informe es entregado por el Auditor Líder al Jefe de Gestión de Calidad y al Representante de Gerencia. "Informe de Auditoria" RG-20. El informe debe ser entregado en un plazo máximo de 8 días laborables transcurridos la fecha de la reunión de cierre.
  - El detalle del informe está basado en el "Reporte de Auditoria" RG-21 de cada proceso realizado por el auditor interno, estos reportes deben entregarse al Auditor Líder máximo 5 días laborables transcurridos a la fecha de la reunión de cierre.
  - Una vez realizado el Informe de Auditoria los reportes de Auditoria serán entregados al Jefe de Gestión de Calidad tanto en físico como en digital.

Elaborado por: Ing. Dorian Salazar Gestión de Calidad	Revisado por: Ing. Patricia Álvarez Representante de Gerencia para SGC.	Aprobado por: Ing. Patricia Álvarez Representante de Gerencia para SGC.
---	---	---

 <b>CHAIDE</b> <small>SUENA CEN UN MUNDO MEJOR</small>	TÍTULO: PROCEDIMIENTO AUDITORIAS INTERNAS	CODIGO: PCG-822-01	ÁREAS DE APLICACIÓN: TODA LA PLANTA
	REFERENCIA MANUAL DE CALIDAD: 8.2.2	FECHA ULTIMA REVISIÓN: MARZO 2014	No. REVISIÓN: 12

- Finalización y seguimiento de la auditoría: Cuando se hayan realizado todas las actividades de la auditoría planificada se dará por finalizada. Toda oportunidad de mejora de la auditoría se incorporarán como mejora continua en el sistema de gestión.

#### 7. PLAN DE ACCION PARA NO CONFORMIDADES

Una vez que la no conformidad ha sido levantada, documentada y aceptada, el auditor interno levanta el registro "RG-23 Acciones Correctivas, Preventivas", detallando la no conformidad, el criterio frente al cual se encontró el hallazgo, fecha y firma. El auditado procesa conforme el "Procedimiento Acciones Correctivas y Preventivas" PCG-852-01, e investiga la causa de la No conformidad, propone correcciones y toma las acciones correctivas necesarias para eliminar las NC detectadas y sus causas. El tiempo hasta la evaluación de la causa y entrega del Registro RG-23 Acciones Correctivas, Preventivas es de máximo *5 días laborables* transcurridos la fecha de la reunión de cierre. El auditor interno es responsable de asegurar el cumplimiento de esta evaluación y entregará este registro en conjunto con el Reporte de Auditorías RG-21 al Auditor Líder.

El Auditor es responsable de dar seguimiento y verificar la implantación acciones correctivas o preventivas y comprobar que las no conformidades han sido cerradas en el tiempo establecido para lo cual deberá agendar por *Google Calendar* al auditado las fechas acordadas de cierre de los planes de acción establecidos. La efectividad de las acciones la realizará el Jefe de Sistemas de Gestión de Calidad también el representante de la dirección puede realizar esta actividad.

El Representante de Gerencia presenta en la Revisión Gerencial el "Informe de Auditoría" RG-20 para su seguimiento, de acuerdo a lo establecido en "PC Revisión Gerencial" PCG-560-01

#### 8. CONTROL DEL PROCESO

El proceso de auditorías internas se monitorea mediante los siguientes indicadores de medición:

- Porcentaje de cumplimiento del plan de auditoría
- Porcentaje de cumplimiento de cierre de No Conformidades a la fecha establecida
- Relación de hallazgos preventivos/ hallazgos correctivos
- Porcentaje de hallazgos repetitivos por proceso
- Tiempo planificado por auditoría en relación al tiempo efectivamente utilizado
- Tiempo transcurrido desde la finalización de la auditoría hasta la entrega del reporte de auditoría y/o informe de auditoría
- Riesgos presentados / riesgos identificados

#### 10. REGISTROS

Referirse a la Lista Maestra de Registros RG-02.

#### 11. REFERENCIAS.

"PC Acciones Correctivas y Preventivas" PCG-852-01

"PC Revisión Gerencial" PCG-560-01

**IT Competencia y Evaluación de Auditores Internos ITG-822-01**

Elaborado por: Ing. Dorian Salazar Gestión de Calidad	Revisado por: Ing. Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC.	Aprobado por: Ing. Patricio Alvarez Representante de Gerencia para SGC.
---	---	---



## ANEXO 11 COTIZACIÓN DE BUZÓN DE QUEJAS Y AFICHE



Proforma No. NAZCA 2612

Cliente: Chaide y ChaideDirección: Av. de los Shyris Kilometro 4Fecha: 03 de octubre de 2014Teléfono: 3989100

En respuesta a su gentil solicitud, no sentimos orgullosos de poder atender a la siguiente cotización el cual será un honor poder ayudarlo.

Cantidad	Detalle de producto	V. Unitario	V. Total
11	<b>CAJAS RECEPTORAS DE SUGERENCIAS</b> Formato: 15 cm x 17 cm x 12 cm Material: MDF Impresión: 5 lados a full color	\$50,00	\$550,00
11	<b>IMPRESIÓN DE AFICHES</b> Formato: 48 cm x 33 cm Material: Couche brillante o mate Impresión: full color	\$5,42	\$59,62
1	<b>DISEÑO DE AFICHES</b>	\$45,00	\$45,00
		<b>SUBTOTAL \$</b>	<b>\$654,62</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$65,46</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$720,08</b>

Los precios no incluyen IVA  
Validez de la proforma: 30 días  
Forma de Pago: 100% contra entrega o a convenir

Marcelo Apunte O.  
NAZCA - Impresores Gráficos

Murgeón OE2-25 y Jorge Juan  
Teléfono: 2502043 / 3200875  
Email: marceloapunte@hotmail.com

## ANEXO 12 COTIZACIÓN FORMULARIO EN LA PAGINA WEB



Propuesta Formulario Quejas y Reclamos  
Creado por Juan Fernando Pacheco  
Diseño y desarrollo  
12/09/14

# Formulario quejas y reclamos

Chaide & Chaide

**Status:** confidencial

**Ref:** PLSRJS-DCMTO-PROP\_Romulario\_Reclamos-12-09-2014.docx

**Fecha:** 12/09/2014



INDICE

**Introducción, 4**

**Objetivo, 4**

**Objetivos específicos, 4**



Propuesta Formulario Quejas y Reclamos  
Creado por Juan Fernando Pacheco  
Diseño y desarrollo  
12/09/14

CONTROL DE VERSIONES					
Versión	Realizado por	Revisada por	Aprobada por	Fecha	Motivo
0.1	Juan Fernando Pacheco	--	Paola Suarez	12/09/2014	Creación formulario Quejas y Reclamos



## 1. Objetivo

Desarrollar un formulario de quejas y reclamos para ser implementado en el sitio web

## 2. Objetivos específicos

- Desarrollar un formulario de Quejas y Reclamos que será ubicado en el menú lateral del sitio web
- Crear una nueva página que contiene el formulario.
- Crear una página de gracias a la que se accederá una vez que se llenó el formulario
- Crear un email que se envía al usuario que dejó su Queja y Reclamo en el sitio

## 3. Flujo de funcionamiento

El usuario llega al sitio web y se dirige al formulario de quejas y reclamos en donde debe llenar la siguiente información:

- a. Datos del reclamante
  - i. Nombre / Organización
  - ii. Dirección
  - iii. Ciudad
  - iv. País
  - v. No. Teléfono
  - vi. No. Fax
  - vii. Correo electrónico
  - viii. Persona a contactar
- b. Descripción del producto
  - i. Número de referencia del producto o pedido
  - ii. Descripción

Una vez llenado el formulario el sitio web dirige al usuario a una página de gracias por contactarnos (Gráfica debe ser proporcionada por Chaide)

EL sistema dispara un email a la dirección de correo electrónica asignada para este efecto y que se atendido por el personal de la empresa.

El sistema guarda en la base de datos del Joomla la data enviada por el usuario.

El sistema dispara un email al usuario indicando que su queja o reclamo será atendido por el personal de Chaide. (Gráfica debe ser proporcionada por Chaide).



#### 4. Tiempos de desarrollo

El presente desarrollo tomará un tiempo de dos horas de esfuerzo al costo establecido de \$ 33,00 USD + IVA y será facturado al finalizar el mes enviado junto al detalle de las tareas realizadas.

#### 5. Aprobación

El presente documento en su versión inicial fue aprobado por:

Juan Fernando Pacheco  
Líder de proyectos

Paola Suarez  
Medios Digitales

## ANEXO 13 COTIZACIÓN DE FORMULARIO DE QUEJAS



## COTIZACIÓN

<b>Cliente:</b> CHAIDE Y CHAIDE	<b>Fecha:</b> 12/10/2014	<b>Tel:</b> 0
<b>Encargado:</b> GABRIELA GOMEZ	<b>E-mail:</b> <a href="http://www.cahideychaide.com">www.cahideychaide.com</a>	<b>No:</b> 013
<b>Dirección:</b> CENTRO COMERCIAL EL BOSQUE		

Luego de un cordial saludo me dirijo a usted dando respuesta a la cotización solicitada, con las siguientes especificaciones:

Cant.	Descripción	Valor U.	Valor Total
UN	Block de mil hojas tamaño A5 en papel bond de 75 gr.	\$ 0,0000	\$ 87,00
<b>Son:</b> Noventa y siete 44/100		<b>Subtotal</b>	\$ 87,00
		<b>IVA 12%</b>	\$ 10,44
		<b>Total</b>	\$ 97,44

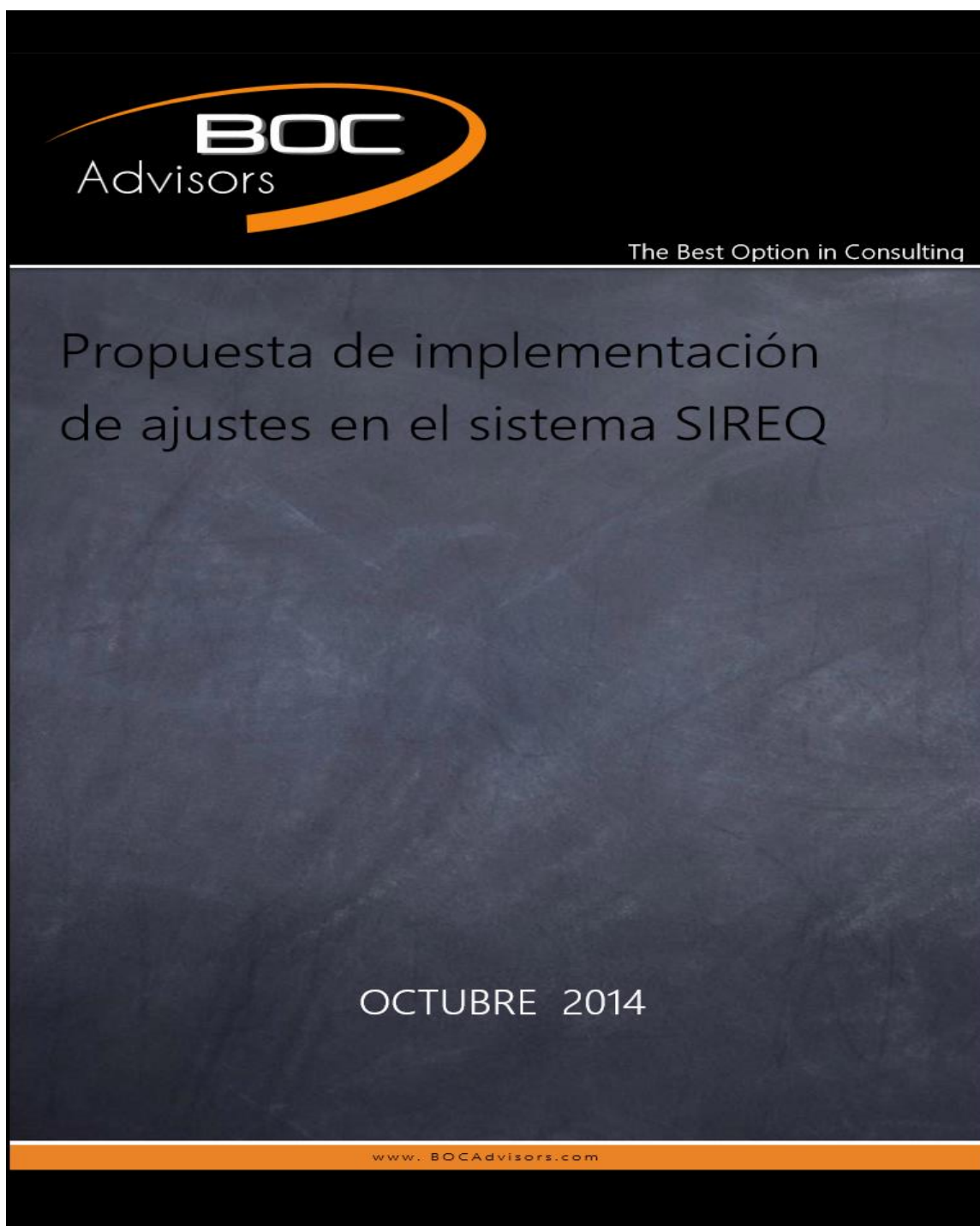
Siempre será un placer atenderle

Lic. César Jaramillo  
Gerente General

Dirección: Checa Oe 3-24 y Javier Zambrano, Sector Mejía  
Telf.: 023 215 389 / 098 449 5457 / 099 442 0065  
E-mail: arial.impresiones@hotmail.com



**ANEXO 14 COTIZACIÓN DE MEJORA DE SISTEMA SIREQ**





The Best Option in Consulting

Quito, 2 de octubre 2014

Señorita

**GABRIELA GOMEZ**

CHAIDE

Ciudad,

Estimada Gabriela:

*Para quienes conformamos BOC Advisors es de mucho agrado continuar apoyando a CHAIDE en su proceso de mejora. En esta ocasión presentamos nuestra propuesta de implementación de ajustes en el sistema SIREQ.*

*El alcance que se plantea en este documento se basa en reuniones mantenidas con CHAIDE, donde se evidenciaron los requerimientos de las áreas involucradas en el proceso de reparaciones en base a los cuales se identificaron los ajustes necesarios.*

*Agradecemos la confianza que han depositado en Nosotros para apoyarnos en este proceso y quedamos atentos en responder cualquier inquietud que pueda surgir de su análisis.*

Muy atentamente,

Ceila Velásquez

General Manager

BOC Advisors

## APARTADO DE CONFIDENCIALIDAD

Esta propuesta ha sido preparada por **BOC Advisors** para uso exclusivo de la **COMPAÑÍA CHAIDE**. El contenido de este documento deberá permanecer bajo propiedad confidencial de **CHAIDE** y no se debe comunicar a ningún otra parte sin la previa aprobación escrita por parte de **BOC Advisors**.

Este documento no debe ser reproducido en su totalidad o ninguna de sus partes. No deberá ser usada para otro propósito más que para la evaluación por parte de **CHAIDE**.

La entrega de este documento no implica ni representa un acuerdo obligatorio por parte de **CHAIDE** para establecer cualquier relación. **BOC Advisors** solamente proporciona este documento como guía para estimar los honorarios y tiempo de los entregables del proyecto. Requiere su confirmación antes de establecer cualquier compromiso o contrato de los entregables por parte de **BOC Advisors**.

**BOC Advisors** garantiza en el mejor de su conocimiento que las personas encargadas de preparar esta propuesta han llevado todo el cuidado razonable en su preparación y consideran su contenido como verdadero.

## 1 Objetivo del proyecto

---

Implementar mejoras en el sistema de Gestión de Reparaciones y Quejas SIREG.

### 1.1 Objetivos específicos

1. Implementar una opción a clasificación de reparaciones
2. Incorporar reportes adicionales

## 2 Alcance de la Solución planteada

---

La solución planteada se basa en ajustes al aplicativo web desarrollado con tecnología SAP Webdynpro ABAP integrado 100% al SAP ECC 6.0, denominada SIREG.

El aplicativo actualmente contempla la gestión de:

- Felicitaciones
- Quejas
- Reparaciones, con las fases de: apertura del ticker, inspección, Producción, registro de visitas.

Los ajustes contemplados como alcance de esta propuesta son:

1. Incorporación de campo configurable con la lista de posibles razones de la reparación.
 

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banda Machada</li> <li>• Banda Rota</li> <li>• Banda Rota</li> <li>• Base Manchada</li> <li>• Colchón Descocido</li> <li>• Colchón Flajo</li> <li>• Colchón Inflado</li> <li>• Deformación de Pillow Top</li> <li>• Forno Flajo</li> <li>• Hilos Sueltos</li> <li>• Humedad</li> <li>• Hundido</li> <li>• Mal Olor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medida</li> <li>• Muy Duro</li> <li>• Pata con tuerca aislada</li> <li>• Plástico</li> <li>• Reata Descocida</li> <li>• Reata Manchada</li> <li>• Resorte Salido</li> <li>• Sin Respiradero</li> <li>• Tapa Deforme</li> <li>• Tapa Machada</li> <li>• Tapa Mal Acolchada</li> <li>• Tapa Rota</li> <li>• Tapa Sucia</li> </ul>
--	--
2. Elaboración de un reporte que permita conocer estadísticamente las razones de reparación y otros criterios para análisis.
3. Elaboración de varios reportes de seguimiento a las reparaciones que permita cuantificar:
  - Quejas o Reparaciones Recibidas
  - Quejas o Reparaciones Resueltas
  - Quejas o Reparaciones cerradas al tiempo planificado o estimado.
  - Quejas o reparaciones cerradas despues de fecha planificada.



The Best Option in Consulting

### 3 Estimaciones del Proyecto

---

El tiempo estimado para la realización de los ajustes es de **20 días laborables**

Para lo cual se designará a **UN Consultores ABAP**.

La inversión para la realización de este ajuste es de **\$ 3.000 (tres mil dólares americanos)**.

Condiciones:

- La propuesta tiene una validez de 15 días a partir de su presentación.
- Esquema de pago es el siguiente:
  - o 30% anticipo al inicio del proyecto.
  - o 70% al final del proyecto con el acta de entrega recepción.
- La presente propuesta se expresa en Dólares de los Estados Unidos de América
- Los valores anteriores no incluyen IVA.