



NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RH FERRETERÍA

AUTORES

MICHELLE HERNÁNDEZ ORTIZ

JUAN FERNANDO RODRIGUEZ HOYOS

DIRECTOR DEL PROYECTO

TOMAS LOMBANA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI 2017

CONTENIDO

RESUMEN	6
SUMMARY	7
1. MARCO TEÓRICO	8
2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS	12
3. METODOLOGÍA	14
4. RESULTADOS	15
5. CONCLUSIONES	23
6. BIBLIOGRAFÍA	25
7. ANEXOS	26

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1: Valor de los créditos entregados para compra de vivienda nueva y usada Total nacional IV trimestre (2008-2016)	8
Gráfico 2: Número de viviendas financiadas Total nacional - 2008 – 2016 (IV trimestre)	9
Gráfico 3: Distribución del valor de los créditos entregados para vivienda Total nacional - Doce meses a diciembre 2016.....	9
Gráfico 4: PIB por ramas de actividad económica (2015-2016, var. %)	10
Gráfico 5: ¿Encuentra siempre los productos que necesita?	15
Gráfico 6: ¿Los precios suelen ajustarse a su presupuesto?	15
Gráfico 7: Servicio a Domicilio en términos generales	16
Gráfico 8: Tiempo en el que llega el pedido	16
Gráfico 9: Estado en el que llega el pedido	17
Gráfico 10: Coherencia entre los productos solicitados y los productos entregados	17
Gráfico 11: Cumplimiento de los plazos indicados	18
Gráfico 12: Presentación personal del encargado de la entrega	18
Gráfico 13: Cordialidad del encargado de la entrega	19
Gráfico 14: Rapidez con la que se contestan las líneas telefónicas.....	19
Gráfico 15: Cordialidad de la persona que atendió la línea telefónica	20
Gráfico 16: Eficiencia de la persona que atendió la línea para resolver inquietudes	20
Gráfico 17: Conocimiento de los productos por parte de la persona que atendió la línea	21
Gráfico 18: Rapidez con la que se atendió su solicitud	21

Gráfico 19: ¿En cuál de estos aspectos cree que debemos mejorar? 22

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta 26

Anexo 2: Ficha Técnica..... 27

RESUMEN

El objetivo del siguiente trabajo es medir en nivel de satisfacción de los clientes activos de RH Ferretería en el último año, más específicamente el nivel de satisfacción respecto al servicio a domicilio, esto en razón de que para RH Ferretería las ventas por éste medio representan el mayor porcentaje de ventas totales de la empresa. El principal resultado que se obtuvo fue que la mayoría de los clientes se sienten satisfechos con el servicio a domicilio en términos generales. Adicionalmente, se encontró que, el 80% de los clientes encuestados suele encontrarse con que los precios siempre se ajustan al presupuesto del que dispone. Así mismo, se sienten muy satisfechos con la presentación personal de la persona que entrega los pedidos, y la cordialidad y eficiencia con la que la persona que atendió la línea resolvió sus dudas. Por otro lado, se observó que la mayoría de los clientes se sienten insatisfechos respecto a la rapidez con la que se atienden las líneas telefónicas y afirmaron que deben mejorar la falta de suministro de catálogos de productos.

Con estos resultados se concluyó que, los clientes se sienten satisfechos con el servicio que la ferretería les presta, especialmente con el servicio a domicilio, sin embargo, se le recomienda a RH Ferretería emplear un sistema en el que los catálogos de producto lleguen a todos sus clientes y además hacer una mejora notable en sus líneas telefónicas, especialmente las que son usadas para tomar los pedidos a domicilio.

Palabras clave: Proyecto de grado, Satisfacción del cliente, Ferretería, Construcción, Servicio a Domicilio.

SUMMARY

This work is for the purpose of measuring the level of satisfaction of the active clients of RH Ferrretería in the last year, more specifically the level of satisfaction of the home service, this is because for RH Ferrretería the sales by this means represent the higher percentage of total sales of the company. The main result that was obtained was that the majority of the clients feel satisfied with the service at home in general terms. Additionally, it was found that 80% of the clients surveyed usually find that the prices always fit the budget they have. Likewise, they feel very satisfied with the personal presentation of the person who delivers the orders, and the cordiality and efficiency with which the person who attended the line resolved their doubts. On the other hand, it was observed that most customers are dissatisfied with the speed with which the telephone lines are serviced and said that they should improve the lack of supply of product catalogs.

With these results it was concluded that customers are satisfied with the service that the hardware store provides, especially with home service, however, RH Ferrretería is recommended to use a system in which the product catalogs reach all its customers and also make a noticeable improvement in their telephone lines, especially those that are used to take orders at home.

Keywords: Degree Project, Customer Satisfaction, Hardware, Construction, Home Service.

1. MARCO TEÓRICO

Según el boletín técnico del DANE, durante el último trimestre de 2016, se desembolsaron créditos por valor de \$2.674.195 millones de pesos corrientes para compra de vivienda. Esto significa \$254.777 millones de pesos corrientes más que en el año anterior y \$451.112 más que en el año 2014. El desembolso de los créditos ha tenido un comportamiento creciente los últimos 3 años, este comportamiento da confianza al sector de la construcción para los próximos años.

Gráfico 1: Valor de los créditos entregados para compra de vivienda nueva y usada

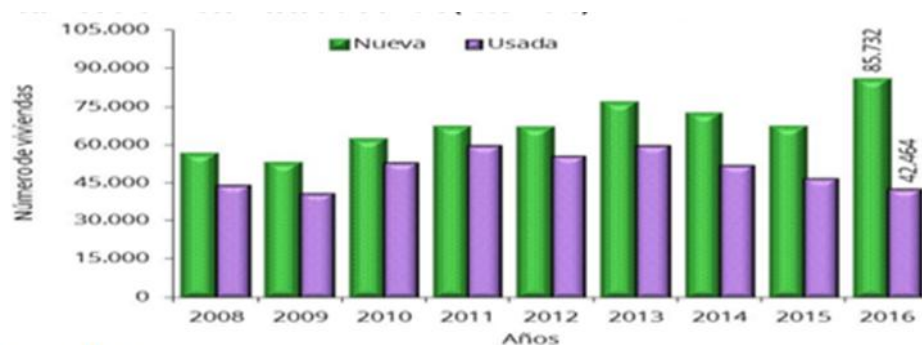
Total nacional IV trimestre (2008-2016)



Fuente: DANE-FIVL.

Adicionalmente, se informa que en el IV trimestre de 2016, se financiaron 35.170 viviendas, esta cifra representó un aumento del 16,9% respecto al mismo trimestre de 2015 en el que se financiaron 30.093 viviendas. De las unidades financiadas, 24.220 corresponden a viviendas nuevas y 10.950 a usadas. Esto muestra la posibilidad de construcción para el año 2017, pues las viviendas financiadas nuevas representan casi el doble de las viviendas usadas financiadas.

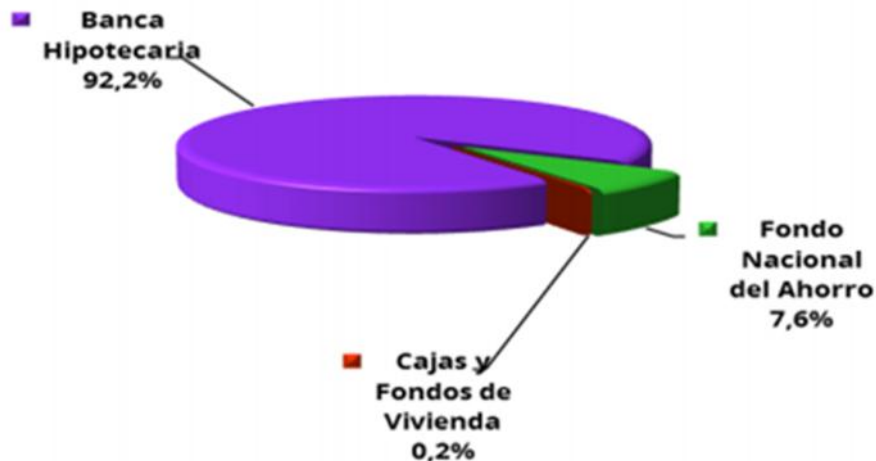
Gráfico 2: Número de viviendas financiadas Total nacional - 2008 – 2016 (IV trimestre)



Fuente: DANE-FVI.

Por otro lado, se informa acerca de las entidades financieras que apoyan la compra de vivienda, que el comportamiento que tuvieron fue creciente en relación con el valor de los créditos entregados y los montos desembolsados para la compra de vivienda. El Fondo Nacional del Ahorro aumentó el valor de los créditos individuales entregados para la compra de vivienda nueva en 50,5% y para la vivienda usada en 14,4%. Las Cajas y Fondos de Vivienda presentaron aumento de 181,0% en los montos desembolsados para la compra de vivienda nueva y disminución en la vivienda usada de 14,0%. La Banca Hipotecaria registró disminución de 8,3% en la vivienda usada, mientras que en la vivienda nueva presentó variación positiva de 4,8%. La vivienda nueva sigue estando por encima de la usada frente a la participación de estas entidades financieras en la compra de vivienda. También se observa que El Fondo Nacional del Ahorro tiene la mayor participación en la distribución del valor de los créditos entregados para la compra de vivienda.

Gráfico 3: Distribución del valor de los créditos entregados para vivienda Total nacional - Doce meses a diciembre 2016

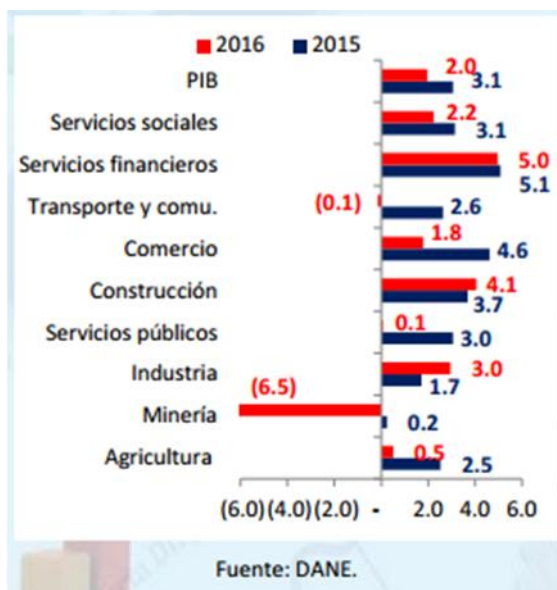


Fuente: DANE-FVI.

Según el Informe económico No. 86 de Camacol, con datos tomados del DANE, durante el año 2016 el PIB nacional creció 2% respecto al año 2015, las ramas de actividad con mayor crecimiento fueron: establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (5%); construcción (4.1%) e industria (3%). Solo dos sectores presentaron caídas anuales, explotación de minas y canteras (-6.5%) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (-0.1%). Con los datos anteriores se puede evidenciar que los sectores económicos nombrados mostraron decrecimiento del año 2015 a 2016, a excepción del sector de la construcción y la industria los cuales mostraron un aumento en dicho periodo.

Este informe completa la lista de buenas noticias para el sector de la construcción, esta información permite tener mayor confianza para hacer planeación de proyectos en dicho sector para los próximos años.

Gráfico 4: PIB por ramas de actividad económica (2015-2016, var. %)



Por último, se especifica acerca del sector de la construcción en el 2016, el cual se expandió al 4.1%, explicado por los aumentos en el subsector de edificaciones en 6% y en el de obras civiles del orden del 2.4%. El resultado de construcción de edificaciones fue impulsado principalmente por la producción de edificaciones no residenciales (10.1%).

2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo general: Analizar cómo el servicio al cliente brindado por RH Ferrería SAS afecta en la decisión de compra de sus usuarios.

Objetivos específicos:

- Identificar cómo se sienten las personas respecto al servicio a domicilio.
- Reconocer si el tiempo de entrega de los pedidos solicitados cumple con las expectativas de los clientes.
- Evaluar si los clientes están a gusto con el estado en el que llegan los productos.
- Conocer si los productos enviados en los domicilios corresponden a los solicitados por los clientes.
- Medir la percepción de los clientes de RH Ferrería respecto al cumplimiento de los plazos de entrega que promete.
- Determinar la percepción de los clientes de la presentación personal de los domiciliarios.
- Describir si los clientes están satisfechos con la cordialidad y actitud de la persona que entrega los domicilios.
- Obtener información sobre el uso de la línea telefónica para solicitar domicilios.
- Registrar cómo se sienten los clientes respecto a la atención brindada por la persona que contesta las líneas telefónicas.
- Cuantificar la satisfacción de las personas con el tiempo de respuesta de las líneas telefónicas.

- Identificar la apreciación de los clientes respecto a la eficiencia de la persona que atiende las líneas telefónicas para resolver dudas.
- Evaluar el conocimiento que tiene la persona que atiende la línea telefónica acerca del negocio y los productos que se ofrecen.
- Estimar el porcentaje de personas que presentan preguntas, quejas, reclamos o sugerencias.
- Determinar qué problemas han encontrado los clientes en el servicio de domicilios que los han impulsado a presentar preguntas, quejas, reclamos o sugerencias.
- Diseñar recomendaciones para afrontar las problemáticas más frecuentes que manifiestan los clientes respecto al servicio de domicilio.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación fue realizada con un modelo de encuesta de satisfacción al cliente, que consta de un total de 15 preguntas, en el que las primeras dos miden frecuencia de 1 a 5: Siempre, casi siempre, en ocasiones, casi nunca, nunca; siendo Siempre=5 y Nunca=1. Las 12 preguntas siguientes medían el nivel de satisfacción de 1 a 5: Muy satisfecho, satisfecho, ni satisfecho ni insatisfecho, insatisfecho y muy insatisfecho; siendo Muy satisfecho= 5 y Muy insatisfecho=1. La última pregunta pedía al cliente mencionar qué era lo que hacía falta por mejorar de las opciones que se le ofrecían: Línea Telefónica, Servicio a Domicilio, Catálogo de Productos, Precios. (Ver Anexo 1: Encuesta)

La población objetivo de esta investigación eran clientes de RH Ferrería SAS que realizaron una o más compras en lo que va transcurrido del año 2017.

En total eran 800 los clientes que cumplían con los requisitos para ser encuestados, por lo que se decidió encuestar a un total de 80 clientes para asegurarse de que fuera una muestra significativa y disminuir las probabilidades de error en la investigación. Se encontró un error muestral del 3%.

La encuesta fue realizada vía telefónica entre los días 18 y 27 de noviembre del año 2017 por Michelle Hernández y Juan Fernando Rodríguez Hoyos. (Ver anexo 2: Ficha Técnica)

4. RESULTADOS

Como resultados de las encuestas se presentarán las gráficas en porcentajes por cada pregunta

1. ¿Encuentra siempre los productos que necesita?

■ Siempre ■ Casi siempre ■ En ocasiones
■ Casi nunca ■ Nunca

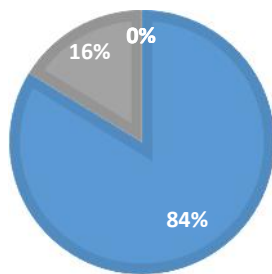


Gráfico 5: ¿Encuentra siempre los productos que necesita?

2. ¿Los precios suelen ajustarse a su presupuesto?

■ Siempre ■ Casi siempre ■ En ocasiones
■ Casi nunca ■ Nunca

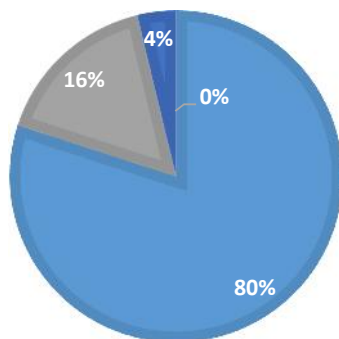


Gráfico 6: ¿Los precios suelen ajustarse a su presupuesto?

3. Servicio a Domicilio en términos generales

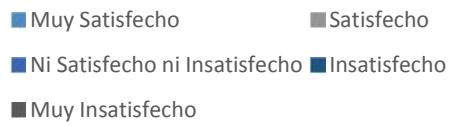


Gráfico 7: Servicio a Domicilio en términos generales

4. Tiempo en el que llega el pedido

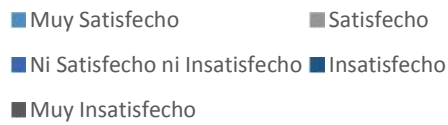


Gráfico 8: Tiempo en el que llega el pedido

5. Estado en el que llega el pedido

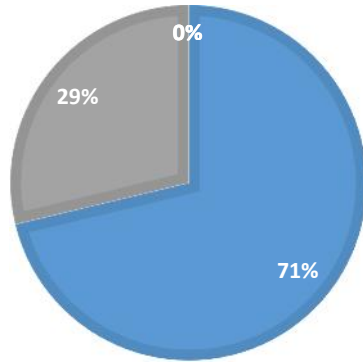
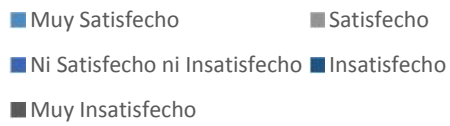


Gráfico 9: Estado en el que llega el pedido

6. Coherencia entre los productos solicitados y los productos entregados

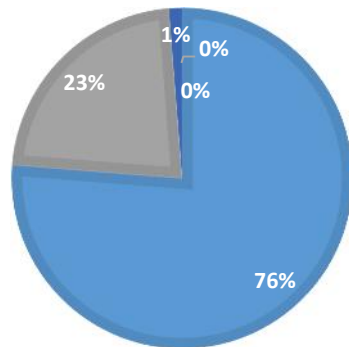
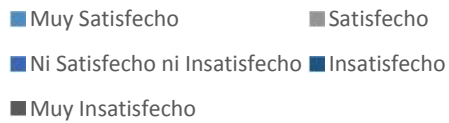


Gráfico 10: Coherencia entre los productos solicitados y los productos entregados

7. Cumplimiento de los plazos indicados

■ Muy Satisfecho ■ Satisfecho
■ Ni Satisfecho ni Insatisfecho ■ Insatisfecho
■ Muy Insatisfecho

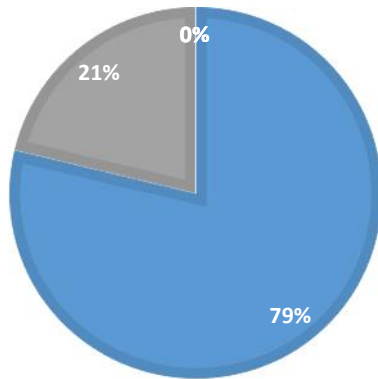


Gráfico 11: Cumplimiento de los plazos indicados

8. Presentación personal del encargado de la entrega

■ Muy Satisfecho ■ Satisfecho
■ Ni Satisfecho ni Insatisfecho ■ Insatisfecho
■ Muy Insatisfecho

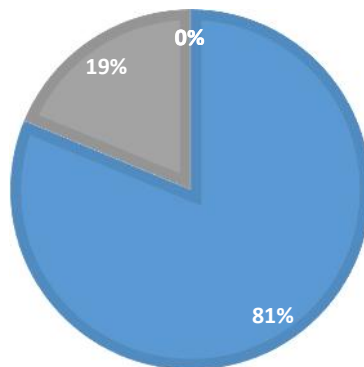


Gráfico 12: Presentación personal del encargado de la entrega

9. Cordialidad del encargado de la entrega

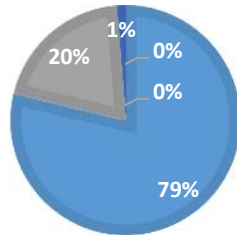
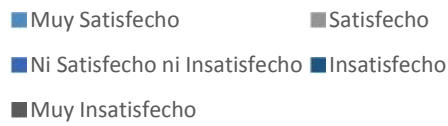


Gráfico 13: Cordialidad del encargado de la entrega

10. Rapidez con la que se contestan las líneas telefónicas

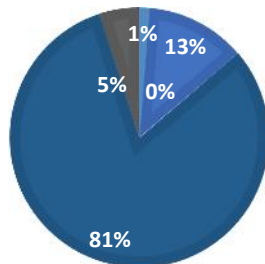
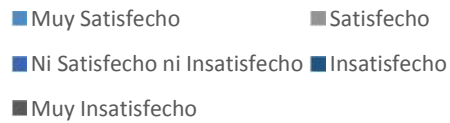


Gráfico 14: Rapidez con la que se contestan las líneas telefónicas

11. Cordialidad de la persona que atendió la línea telefónica

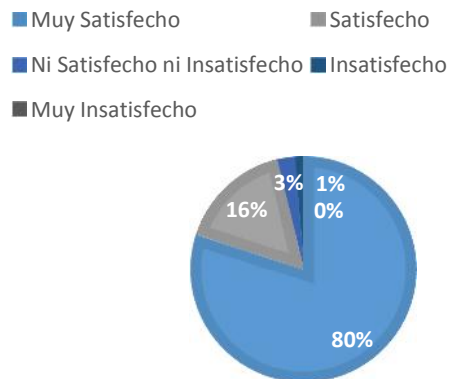


Gráfico 15: Cordialidad de la persona que atendió la línea telefónica

12. Eficiencia de la persona que atendió la línea para resolver inquietudes

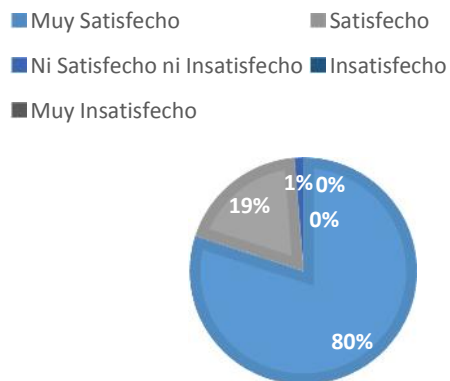


Gráfico 16: Eficiencia de la persona que atendió la línea para resolver inquietudes

13. Conocimiento de los productos por parte de la persona que atendió la línea

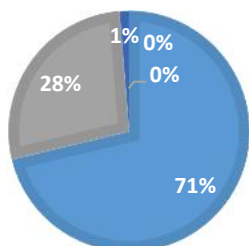
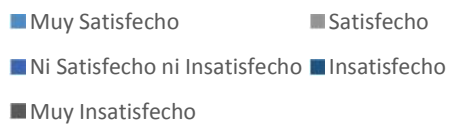


Gráfico 17: Conocimiento de los productos por parte de la persona que atendió la línea

14. Rapidez con la que se atendió su solicitud

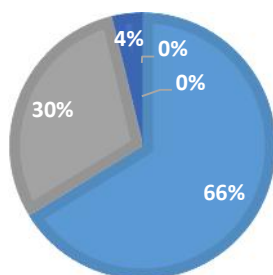
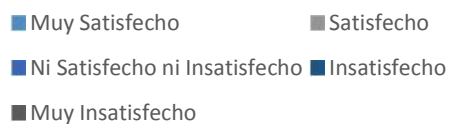


Gráfico 18: Rapidez con la que se atendió su solicitud

15. ¿En cuál de estos aspectos cree que debemos mejorar?

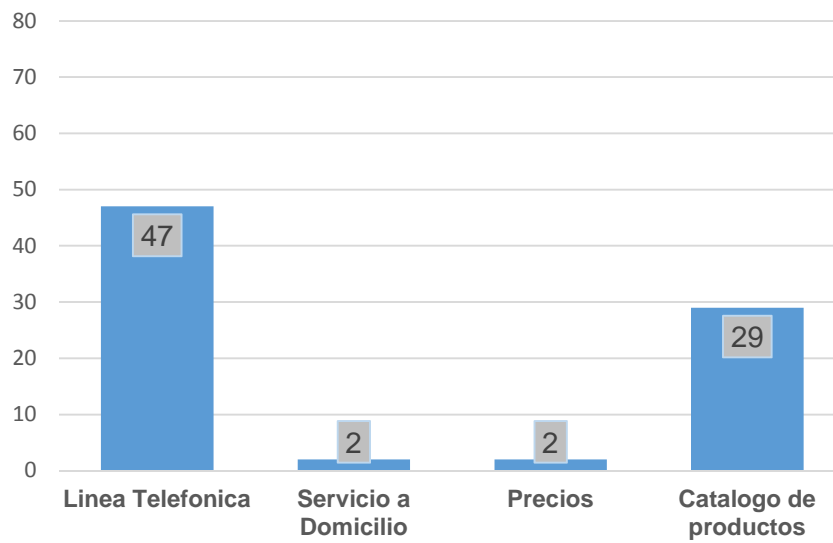


Gráfico 19: ¿En cuál de estos aspectos cree que debemos mejorar?

5. CONCLUSIONES

La investigación que se realizó con el objetivo de conocer qué tanto afecta el servicio al cliente prestado por RH Ferretería SAS en la decisión de compra, fue bastante fructífera, sobre todo para entender y darse cuenta de la importancia que tiene para una empresa conocer lo que sus clientes piensan de ella, por qué la eligen por encima de la competencia, qué tan satisfechos están con el servicio prestado y principalmente, qué falencias y cosas por mejorar tienen. Pero lo más importante no es la información recolectada, sino las acciones siguientes a realizar con ésta, para que los clientes se sientan escuchados e importantes para la empresa.

Más que para los autores, esta investigación fue más importante para RH Ferretería, ya que en los casi 20 años de trayectoria, nunca le había cuestionado a los clientes qué tan satisfechos estaban con la empresa, y gracias a esto pudieron obtener las siguientes conclusiones:

- Los clientes están en su mayoría conformes con los precios brindados y se ajustan a sus presupuestos.
- Los clientes de RH Ferretería encuentran siempre los productos que necesitan.
- RH Ferretería presta, en términos generales, un eficiente servicio a domicilio.
- Los tiempos de entrega de mercancía están siendo bien manejados por RH Ferretería.
- La mercancía llega siempre en buen estado a sus clientes.
- RH Ferretería entrega siempre de manera correcta los pedidos que hacen sus clientes.

- Los clientes están muy satisfechos con el cumplimiento de plazos de entrega de mercancía.
- La presentación personal de los encargados de transportar y entregar la mercancía, está siendo vista de buena manera por los clientes.
- Las personas encargadas de entregar la mercancía están siendo cordiales y educados con los clientes.
- Se debe mejorar la rapidez con la que se contestan las llamadas.
- Se debe corregir el lenguaje de algunas de las personas que atienden las llamadas.
- Se debe mejorar el conocimiento de los productos de las personas que atienden las llamadas.
- Se le debe otorgar un catálogo de productos impreso a todos los clientes.
- En términos generales RH Ferretería brinda un excelente servicio al cliente.

6. BIBLIOGRAFÍA

CAMACOL. (2017). *PANORAMA MACROECONÓMICO 2016-2017 Una visión de lo global a lo local.*

DANE. (2017). *Boletín Técnico: Financiación de Vivienda - FIVI.* Bogotá.

7. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

	Pregunta	Siempre	Casi siempre	En ocasiones	Casi nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
1	¿Encuentra siempre los					
2	¿Los precios suelen ajustarse a su presupuesto?					

	Factor de pregunta	Muy Satisfecho	Satisfecho	Ni Satisfecho Ni Insatisfecho	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
		5	4	3	2	1
3	Servicio a Domicilio en términos					
4	Tiempo en el que llega el pedido					
5	Estado en el que llega el pedido					
6	Coherencia entre los productos					
7	Cumplimiento de los plazos					
8	Presentación personal del					
9	Cordialidad del encargado de la					
10	Rapidez con la que se contestan las					
11	Cordialidad de la persona que					
12	Eficiencia de la persona que					
13	Conocimiento de los productos por					
14	Rapidez con la que se atendió su					

15	¿En cuál de estos aspectos cree que debemos			
	Línea Telefónica	Servicio a Domicilio	Precios	Catálogo de Productos

Anexo 2: Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE DOMICILIOS DE RH FERRETERÍA	
Personas que realizaron la encuesta	Michelle Hernández Juan Fernando Rodríguez
Persona natural o jurídica que encomendó la encuesta	RH Ferretería SAS
Universo	Clientes de RH Ferretería
Tamaño y distribución de la muestra	80 encuestas
Método de muestreo	Muestreo probabilístico
Sistema de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Nivel de confianza	Se trabaja con un nivel de confianza del 95%
Margen de error	Se trabaja con un margen de error de +/-3%
Técnica de recolección de datos	Encuestas telefónicas

Fecha de recolección de datos	Del 18 al 27 de Noviembre de 2017
Horario de recolección de datos	Entre las 9:00 am y las 5:00 pm
Temas a los que se refiere	Determinar el nivel de satisfacción de los clientes con el servicio a domicilio de RH Ferrería, evaluando el servicio en general, la atención de los domiciliarios y los problemas que se presentan en el servicio.
Preguntas concretas que se formularon	Referirse al cuestionario