DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DIGITAL CHATBOT PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTION DE PQR EN DISTRIBUCIONES HICAR S.A.S

NEIDUTH MACHADO VEGA

2019

DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DIGITAL CHATBOT PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTION DE PQR EN DISTRIBUCIONES HICAR S.A.S

NEIDUTH MACHADO VEGA

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTA MARTA, MAGDALENA

2019

TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción e información general 1
1.1. Introducción 1
2. Generalidades de la empresa 2
2.1. Aspectos legales 2
2.2. Aspectos económicos 2
3. Aspectos organizacionales 5
3.1. Organigrama 5
3.2. Reglamento interno de trabajo 5
3.3. Filosofía institucional 6
3.3.1. Historia 6
3.3.2. Misión 6
3.3.3. Visión 7
3.3.4. Valores corporativos 7
3.3.5. Políticas de la empresa 8
3.3.6. Recurso humano 8
4. Información del trabajo 9
4.1. Descripción del área de trabajo. 9
4.2. Descripción del área de servicio al cliente 9
4.3. Descripción de las actividades asignadas 10
5. Autoevaluación 12
6. Conclusiones y recomendaciones generales 13
7. PROPUESTA 13
7.1. Diagnóstico 13
7.2. Planteamiento del problema 14
7.3. Justificación 15
7.4. Objetivo general 16
7.5. Objetivos específicos 16
7.6. Marco referencial 16
7.6.1. Marco conceptual 16
7.6.1.1. Casos de éxito 19
7.6.2. Marco teórico 22
7.6.2.1. Servicio al cliente 22

7.6.2.2. Teoría de Customer Relationship Managment CRM 25
7.6.2.3. Consumidor actual 27
7.6.2.4. Inteligencia Artificial 28
7.7. Plan de acción 30
7.7.1. Actividades 32
7.7.2. Resultados obtenidos 48
7.9. Recomendaciones finales 52
7.11. Anexos 56

TABLAS Y FIGURAS

Figure 1 Tipología de clientes en Distribuciones HICAR S.A.S 4
Figura 2 Organigrama Distribuciones HICAR S.A.S 5
Figura 3 Proceso gestión de PQR Distribuciones HICAR S.A.S 14
Figura 4 Carla, Chatbot de Avianca 19
Figura 5 Arturito, Chatbot de Banco de crédito del Perú 21
Figura 6 ¿Por qué se pierden los clientes? 24
Figura 7 Departamentos utilizando asistentes inteligentes 26
Figura 8 Plan de acción 30
Figura 9 Cronograma de actividades 31
Figura 10 PQR Junio-Agosto. 32
Figure 11 Comportamiento PQR durante junio, julio y agosto. 32
Figura 12 PQR por tipo de solicitud 33
Figura 13 PQR por tipología de cliente 34
Figura 14 ¿Utiliza usted la red social Facebook? 35
Figura 15 ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook? 35
Figura 16 ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger? 36
Figura 17¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado? 36
Figura 18 Tipo de cliente encuestado 37
Figura 19 Matriz Árbol de problemas 37
Figura 20 Esquema de interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 1: Cliente conoce su código 38
Figura 21 Esquema interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 2: Cliente no conoce su código. 39
Figure 22 Esquema interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 3: Cliente no tiene código 40
Figura 23 Proceso gestión PQR dirigida al Dpto de Distribución 50

1. Introducción e información general

1.1.Introducción

Las prácticas profesionales son una excelente oportunidad para que los estudiantes en formación, que ya están culminando sus estudios, se integren al mundo del trabajo para afianzar sus competencias personales y profesionales al conocer diversos espacios laborales, desarrollar aprendizajes complementario y afianzar la teoría a través de la práctica, experimentar la responsabilidad profesional, acceder diversas tecnologías, trabajar en equipo, establecer una red de relaciones en el campo profesional y aportar al mejoramiento de proceses o actividades, entre otros aprendizajes. (Universidad del Magdalena, 2018).

En el presente informe se exponen las actividades llevadas a cabo en el marco de desarrollo de la etapa de práctica profesional en la empresa Distribuciones HICAR S.A.S como asistente de gerencia y servicio al cliente. De igual manera se presenta información general de la empresa, que incluye aspectos económicos, organizacionales y legales.

Adicionalmente se plantea una propuesta para el mejoramiento de la gestión de PQR en la empresa que pretende.

2. Generalidades de la empresa

Distribuciones HICAR S.A.S, es una empresa que tiene como principal actividad comercial la distribución y venta de productos fabricados por el Grupo AJE, tales como Big, Sporade, Cifrut, Agua CIELO, Agua VIDA, Cool Tea y Pulp.

Esta compañía inició sus labores en el año 2009 en la ciudad de Santa Marta, para luego expandirse hasta la ciudad de Bucaramanga en el año 2017.

Su principal objetivo es la satisfacción de sus clientes, por ello buscan minimizar errores y resolver problemáticas e imprevistos que se puedan presentar, en el menor tiempo posible.

2.1.Aspectos legales

En cuanto a los aspectos legales de la empresa, su razón social es Distribuciones HICAR S.A.S y su representante legal es la señora Aliria Báez Salazar. La empresa está constituida como sociedad por acciones simplificada, registrada ante la Cámara de Comercio de Santa Marta con el código: 117294-32 y Numero de identificación tributaria: 900280342-9 ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (e informa, 2019)

2.2.Aspectos económicos

La principal actividad comercial de Distribuciones HICAR S.AS es comercio al por menor de otros productos alimenticios N C P en establecimientos especializados, dicha

actividad está registrada con el código de la actividad: 4729. Además la empresa realiza la actividad secundaria de transporte de carga por carretera, código: 4923 (e informa, 2019).

Distribuciones HICAR S.A.S tiene como objeto social el transporte de carga, distribución y venta de productos alimenticios y de refrescos, distribución y venta de bebidas alcohólicas.

Principales proveedores

- Grupo AJE Colombia
- COMBUSCOL
- CASA DIESEL
- Centro papelero mayorista TAURO S.A.S
- SICOE S.A.S
- FERSAUTOS S.A.S

Principales clientes

Distribuciones HICAR SAS, tiene como principales clientes a los minoristas de la ciudad de Santa Marta como lo son: tiendas de barrio, graneros, almacenes, micro mercados, gasolineras, casa-hogar, Instituciones Educativas, entre otros. Dentro de los clientes podemos destacar algunos clientes mayoristas ubicados en la Plaza de Mercado principalmente como lo son: Distribuciones Santa Marta S.A.S, Granero Único Ltda. y Distribuidora el provenir de la Once S.A.S.

La siguiente grafica muestra la composición de los clientes de Distribuciones HCAR S.A.S, por tipo de cliente.

TIPOLOGIA CLIENTE	PORCENTAJE
TIENDAS DE BARRIO	60,51%
HOGAR	7,50%
CAFETERIA/PANADERIA	6,28%
MISCELANEA	4,06%
RESTAURANTE	3,14%
MINIMERCADOS	3,07%
ESTADERO	2,35%
OTROS	1,69%
KIOSKOS	1,62%
GRANERO	1,55%
REFRESQUERIA	1,52%
HOTEL/HOSTALES	1,32%
ENTIDAD EDUCATIVA	1,06%
LICORERIA/CIGARRERIA	0,83%
VENTA ESTACIONARIA	0,59%
CAFE INTERNET	0,46%
INSTITUCIONAL	0,46%
DROGUERIA	0,43%
JUEGOS DE AZAR	0,40%
BILLAR	0,36%
BAR/DISCOTECA	0,23%
GIMNASIO	0,23%
MAYORISTAS	0,23%
PUNTO FRIO	0,10%
TOTAL	**100,00%**

Figure 1 Tipología de clientes en Distribuciones HICAR S.A.S

Fuente: Distribuciones HICAR S.A.S

3. Aspectos organizacionales

3.1.Organigrama

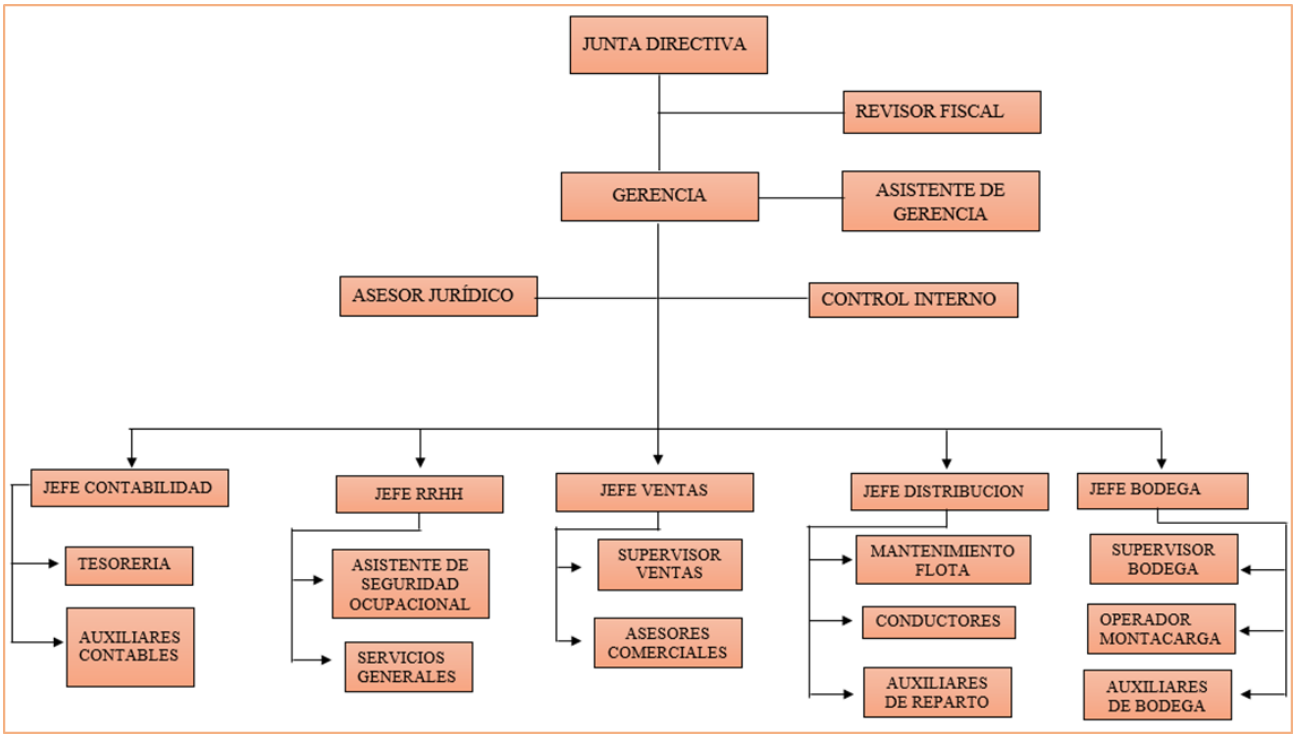


Figura 2 Organigrama Distribuciones HICAR S.A.S

Fuente: Distribuciones HICAR S.A.S

3.2. Reglamento interno de trabajo

Es un instrumento por medio del cual la empresa Distribuciones HICAR S.AS establece y administra las funciones y responsabilidades de cada de uno de sus trabajadores, así mismo plantea los requisitos y competencias mínimas para desarrollar un cargo dentro de la empresa.

3.3.Filosofía institucional

3.3.1. Historia

Distribuciones HICAR nace en el corazón de una familia, que sembró sus sueños en los productos de AJE Colombia, y los regó con fe y esperanza, pensando siempre en un futuro lleno de prosperidad.

Inició labores en el año 2009 como un proyecto familiar. Nuestro objetivo principal se centra en la satisfacción de nuestros clientes, por eso vigilamos constantemente todos nuestros procesos, buscando minimizar errores y resolver problemáticas e imprevistos que se puedan presentar, en el menor tiempo posible.

Cuenta con una infraestructura física superior a los 3000m2, flota propia y más de 100 empleados en la ciudad de Santa Marta. Para el año 2017 abre su primera sucursal en la ciudad de Bucaramanga, expandiendo su actividad comercial en el departamento de Santander, Colombia.

(Distribuciones HICAR S.A.S, 2017).

3.3.2. Misión

Distribuciones HICAR S.A.S. es una empresa dedicada a la comercialización y distribución al por menor de productos alimenticios de la más alta calidad, en establecimientos especializados y al transporte de carga por carretera; a través de un equipo humano comprometido con superar las expectativas de los clientes por medio de procesos que garantizan la eficiencia y eficacia en nuestras labores, generando un alto compromiso de responsabilidad social empresarial. (Distribuciones HICAR S.A.S, 2017)

3.3.3. Visión

Ser líderes en el mercado de distribución de productos, logrando consolidarnos en el mercado como una organización sólida, eficaz y confiable que genera una experiencia de venta basada en la calidad y responsabilidad social. Promoviendo el progreso integral de nuestro talento humano, proveedores y clientes. (Distribuciones HICAR S.A.S, 2017).

3.3.4. Valores corporativos

HONESTIDAD: nos caracterizamos por realizar nuestras labores con transparencia y rectitud, teniendo en cuenta las consecuencias de nuestros actos.

RESPETO: aceptamos, comprendemos y valoramos a los demás, con el fin de mantener la armonía en las relaciones. En DISTRIBUCIONES HICAR S.A.S aplicamos la regla de oro “No le hagas a los demás lo que no te gustaría que te hicieran a ti”.

RESPONSABILIDAD: actuamos en consecuencia con nuestros deberes y derechos, de manera que se contribuya al logro de nuestros objetivos.

TRABAJO EN EQUIPO: apoyamos a nuestros compañeros en el cumplimiento de las labores y valoramos su ayuda.

LEALTAD: estamos altamente comprometidos con la empresa, por lo tanto, transmitimos una buena imagen de ella, de sus productos y del talento humano que la conforma.

PERSEVERANCIA: tenemos una fuerza interior que nos permite cumplir nuestras metas creemos en lo que hacemos y estamos armados de paciencia para salir adelante a pesar de los obstáculos que se nos presentan a diario.

DISCIPLINA: cumplimos con las normas de la empresa, con nuestros horarios laborales, nos caracteriza el orden y limpieza de nuestros sitios de trabajo.

(Distribuciones HICAR S.A.S, 2017)

3.3.5. Políticas de la empresa

Distribuciones HICAR S.A.S es una empresa que se preocupa por mantener lugares de trabajo donde prevalezca la seguridad, prevención y protección de sus empleados, por esta razón ha establecido las siguientes políticas:

- Política de no consumo de alcohol y sustancias psicoactivas.
- Política de seguridad y salud en el trabajo.
- Política preventiva contra el acoso laboral.
- Política de seguridad y salud en el trabajo.
- Política de seguridad vial
- Política de uso del cinturón de seguridad
- Política de uso de elementos de protección personal.
- Política de regulación de velocidad.

Por medio de estas políticas en conjunto, Distribuciones HICAR S.A.S busca reducir los riesgos y minimizar los factores que puedan afectar de manera negativa la salud física, mental y social de sus trabajadores. Así mismo promueve un ambiente de trabajo sano y seguro.

3.3.6. Recurso humano

Distribuciones HICAR S.A.S cuenta con un capital humano capacitado y comprometido con el cumplimento de los objetivos de la empresa.

4. Información del trabajo

Título del cargo: Asistente de gerencia y servicio al cliente

Autoridad: mínima

Esfuerzo: requiere de un esfuerzo físico, permanecer sentado por largos periodos de tiempo. Un grado de precisión manual y visual medio.

4.1. Descripción del área de trabajo.

Ubicación locativa: oficinas administrativas.

Ambiente de trabajo: el cargo se desempeña en un lugar ventilado, iluminado, en condiciones labores adecuadas y favorables, sin contacto con agente contaminante.

Riesgos:

- Físico
- Biomecánico
- Psicosocial
- Eléctrico
- Locativo

4.2.Descripción del área de servicio al cliente

El área de servicio al cliente en la empresa Distribuciones HICAR es la encargada de gestionar la relación con los clientes y velar que esta sea buena. La persona del servicio al cliente es re4sponsable de la creación y vinculación de los clientes a la base de datos de la empresa.

Además de atender de manera eficaz a los clientes, brindar les toda la información requerida sobre los productos, precios, horarios entre otros. Adicionalmente debe darles trámite a todas las solicitudes de parte de los clientes, ya sean Peticiones, Quejas, Reclamos o Sugerencias.

4.3.Descripción de las actividades asignadas.

- Atender de manera eficaz y eficiente a los clientes.
- Recibir solicitud de información por parte de los clientes ya sea personalmente, por correo o vía telefónica.
- Orientar al cliente y proporcionar información acerca de las consultas realizadas.
- Recibir y dar tratamiento a las peticiones, quejas y reclamos presentadas por los clientes.
- Vincular nuevos clientes a la base de datos de la empresa.
- Recepcionar solicitudes de patrocinio y remitirlas al área correspondiente.
- Coordinar la aplicación del estudio para determinar el grado de satisfacción del cliente.
- Recepcionar las encuestas que fueron diligenciadas por los clientes.
- Tabular la información contenida en cada una de las encuestas de satisfacción.
- Elaborar y difundir el informe de satisfacción al cliente.
- Elaborar, radicar y darle tramite a la correspondencia.
- Atender y orientar correcta y oportunamente a las personas o asesores que nos visiten en nuestra empresa.

- Prepara el material necesario para el desarrollo de seminarios, conferencias, reuniones, comités, y demás eventos que realice la empresa.

- Elaboración de documentos como cartas, solicitudes, circulares, cuentas de cobro, actas de entrega, etc. Y aquellos documentos solicitados por los jefes de área y/o gerencia general.

- Elaborar las actas respectivas de cada uno de los comités realizados.

- Mantener organizadas las existencias de útiles y materiales de consumo de oficina y presentar oportunamente requisición de los mismos.

- Verificación y conciliación de cartera por medio de las llamadas telefónicas o visitas frecuentes a los clientes.

- Recepcionar cuentas por pagar a proveedores, solicitar aprobación y Remisionar por escrito al área de contabilidad.

- Seguimiento de las cuentas por cobrar por concepto de arrendamiento de las propiedades y realizar gestión de cobros e informar los estados de cuenta.

- Verificación del estado de cuenta de los servicios públicos de las propiedades y presentar el informe de forma periódica.

- Revisión de obsequios entregados a clientes por medio de llamadas telefónicas.

- Control de los seguros obligatorios y contra terceros, tecno mecánicas de la flota de la empresa tanto de la sede de Santa Marta como Bucaramanga.

- Agendar citas personales, médicas o de trabajo a la gerente general y recordarle de su debido cumplimiento.

- Supervisar la recepción de los pedidos realizados a la empresa que suministra el combustible para el montacargas, guardar los soportes y adjuntar a la respectiva factura cuando sea recibida.

- Recepcionar los recibos de tanqueo de combustible de los vehículos de la empresa y luego validar estos con la factura enviada por el proveedor.

- Presentar oportunamente informes periódicos y los que sean solicitados por la gerencia.

- Informar al jefe inmediato sobre las eventualidades que se presenten en el normal desempeño del cargo.

- Digitalizar documentos de la caja principal diariamente.

5. Autoevaluación

Durante el desarrollo mis de prácticas profesionales como asistente de gerencia y de servicio al cliente en Distribuciones HICAR S.A.S pude afianzar conocimientos en cuanto a la prestación del servicio al cliente y su importancia en las empresas.

Sin embargo, se me dificultó el uso de la herramienta ofimática EXCEL, lo cual ocasionó que algunas veces me tomara más tiempo hacer los informes periódicos, no obstante, con la práctica logré mejorar mis habilidades ofimáticas. Por otro lado, varios de mis jefes y algunos de los clientes catalogaron como eficiente mi desempeño en la empresa.

Finalmente puedo resaltar el gran aporte que la empresa Distribuciones HICAR S.A.S contribuyó en mi vida laboral y profesional. Así mismo, esta experiencia me impulsó a interesarme mucho más por el mundo empresarial y a seguir aprendiendo más de él.

6. Conclusiones y recomendaciones generales

Distribuciones HICAR S.A.S es una empresa con miras a crecer y ser líder en el mercado de la distribución de bebidas en la ciudad de Santa Marta. El objetivo principal de esta compañía es mantener sus clientes satisfechos por lo tanto y en base a lo observado se recomienda implementar la herramienta Chatbot para el mejoramiento de la gestión de peticiones, quejas y reclamos por parte de sus clientes.

7. PROPUESTA

DISEÑO DE LA HERRAMIENTA CHATBOT PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTION DE PQR EN DISTRIBUCIONES HICAR S.A.S

7.1. Diagnóstico

Distribuciones HICAR S.A.S es una empresa que se ha venido desarrollando desde el año 2009 en la ciudad de Santa Marta, nació como un proyecto familiar, que se forjó y con el tiempo logró expandirse hasta Bucaramanga. Esta empresa trabaja arduamente para alcanzar la plena satisfacción de todos sus clientes, por ello cuenta con un talento humano altamente capacitado y motivado para el alcance de sus objetivos. Sin embargo, Distribuciones HICAR S.A.S presenta falencias en su administración de Peticiones, Quejas y Reclamos en su sede principal ubicada en la ciudad de Santa Marta.

El siguiente grafico muestra proceso que sigue Distribuciones HICAR S.A.S al momento de gestionar una Petición, Queja o Reclamo.

Figura 3 Proceso gestión de PQR Distribuciones HICAR S.A.S

Fuente propia – observación

De acuerdo a lo observado se puede concluir que el proceso de gestión de PQR que actualmente está implementando la empresa Distribuciones HICAR S.A.S no es el más adecuado y esto puede causar insatisfacción, inconformidad y pérdida de clientes.

7.2. Planteamiento del problema

Actualmente las empresas deben estar en un proceso continuo de mejoramiento para lograr ser competitivas y líderes en el mercado. Una parte importante para el logro de estos objetivos es la satisfacción de sus clientes ya que debido a la globalización hoy en día estos están más informados sobre los productos y servicios que quieren obtener, así como también sobre las empresas que los proveen.

Los clientes ya no solo eligen a las empresas por sus productos y servicios, sino por las experiencias que estas les brindan y parte de esa experiencia es la solución o respuesta a cualquier Petición, Queja o Reclamo que se presente. Carlzon Jan (1991) refiere que los momentos de verdad son cualquier interacción entre los clientes y la empresa, a partir del

cuales se crean una idea de la experiencia que les va a ofrecer dicha empresa, asimismo influyen en la decisión del cliente de elegir una empresa sobre otra.

Las peticiones, quejas y reclamos son momentos de verdad muy influyentes sobre la percepción de los clientes por ello estas deben ser administradas con el mayor cuidado.

Por la razón anteriormente expuesta y lo observado en la dinámica de la empresa se hace necesario implementar herramientas innovadoras que contribuyan al mejoramiento de la gestión de PQR en Distribuciones HICAR S.A.S.

7.3. Justificación

Se ha podido observar que el procedimiento de administración de PQR llevado a cabo por la empresa Distribuciones HICAR S.A.S presenta deficiencias en cuanto recepción, solución, respuesta y evaluación de las peticiones, quejas y reclamos recibidos, ya que no se hace un seguimiento de las mismas que permita analizar, evaluar y corregir las acciones que los están causando.

Esta propuesta busca mejorar el proceso de gestión de PQR por medio de la implementación de herramientas digitales e innovadoras que permitan dar una respuesta y/o solución oportuna a los clientes, mantener niveles de satisfacción altos y disminuir la pérdida de clientes, esto a través diseño y personalización de un Chatbot que agilice los procesos de recepción, remisión, solución y/o respuesta a todas las peticiones, quejas y reclamos de parte de los clientes de Distribuciones HICAR S.A.S.

7.4.Objetivo general

Optimizar la gestión de las peticiones, quejas y reclamos recibidos en la empresa distribuciones HICAR S.A.S.

7.5. Objetivos específicos

- Determinar las causas que ocasionan la deficiencia en la gestión de peticiones, quejas y reclamos en Distribuciones HICAR S.AS
- Establecer los efectos provocados en la dinámica de la empresa Distribuciones HICAR S.A.S por la actual gestión de las peticiones, quejas y reclamos.
- Mejorar la atención al cliente en Distribuciones HICAR S.A.S por medio de la herramienta digital Chatbot.

7.6. Marco referencial

7.6.1. Marco conceptual

Dado que el presente trabajo está enfocado en diseñar la herramienta Chatbot para mejoramiento de la gestión de las peticiones, quejas y reclamos en la empresa Distribuciones HICAR S.A.S, se hace necesario aclarar algunos conceptos de importancia para el entendimiento del tema aquí tratado.

En primer lugar entenderemos el concepto de PQR del mismo modo en que es definido por la Red Nacional de Protección al consumidor (Consultado el 3 de julio de 2019) según la cual las PQR “son las herramientas que ofrece una Entidad/Autoridad a toda la ciudadanía, en ejercicio de su servicio al cliente para recibir, conocer y responder las inquietudes, solicitudes, reclamos, quejas, en torno a programas, actividades, proyectos de la misma Entidad/ Autoridad”.

De igual manera entenderemos por queja “cualquier 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” tal como lo define la Organización Internacional de Normalización (ISO , 2004).

Frente a los conceptos antes expuesto tendremos en cuenta que estos son parte importante para la prestación del Servicio al cliente definida por la Organización Internacional de Normalización (2015) como la “interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio”.

Por otro lado, es importante destacar la importancia de los conceptos relacionados con la herramienta digital Chatbot de acuerdo al objetivo del presente trabajo, por lo que se exponen a continuación:

> De acuerdo con la página web Significados.com (s.f) “Bot es la palabra robot acortada. Se refiere a un tipo de programa informático autónomo que es capaz de llevar a cabo tareas concretas e imitar el comportamiento humano”. A partir de los bots surgen los chatbots, “Que son bots especializados y creados para mantener conversaciones y ofrecer respuestas preconcebidas. Por lo tanto, un Chatbot es un software que utiliza mensajes estructurados para emitir respuestas desde una máquina hacia un interlocutor humano” (Charlán, 2018).

De esta manera, podemos definir Chatbot como un software programado para interactuar con personas por medios digitales, a través de mensajes preconcebidos que les permite brindar respuestas y hacer preguntas a sus usuarios manteniendo así conversaciones naturales entre computador y humano.

La herramienta digital Chatbot ofrece varias ventajas en el campo del servicio al cliente, según la Cámara de Comercio de Medellín (s.f) estas ventajas son las siguientes:

- Ahorro de dinero en los diferentes turnos del personal de servicio al cliente y en su formación.
- Respuesta más rápida a los usuarios.
- Creación de flujos automáticos de preguntas y respuestas.
- Nuevo canal de comunicación directa con el usuario.
- Interacción más agradable y cómoda para el usuario.
- Tipo comunicación preferida por los Millenials, por lo cual es más fácil que este nicho del mercado interactúe con tu empresa.
- Reputación de la empresa, debido a la rápida respuesta que recibirán los clientes.
- Facilidad de implementación, si se decide adquirir uno previamente desarrollado.

(Camara de Comercio, Medellín., s.f)

Adicionalmente la herramienta digital Chatbot tiene la ventaja de estar disponible todo el tiempo para el cliente de acuerdo con la autora Segura (2018) quien plantea que:

> La total disponibilidad de los chatbots las 24 horas del día, los siete días de la semana hace de ellos el instrumento perfecto para ofrecer un servicio de atención al cliente inmediato y en el momento que lo necesiten. Los sistemas de conversación automática permiten dar respuesta rápidamente a las preguntas más frecuentes, ofrecer información sobre productos y servicios, ofertas y promociones o facilitar la atención por parte de un agente en caso de que el usuario así lo quiera. Aunque no den respuesta a las necesidades del cliente en el 100% de los casos, los usuarios obtienen atención desde el segundo 0 y esto genera una percepción positiva de la marca por parte del consumidor.

Podemos deducir entonces que el uso de la herramienta Chatbot promete contribuir al mejoramiento del servicio al cliente, asimismo a la optimización de la gestión de peticiones,

quejas y reclamos que se presenten en la dinámica de las empresas. Como evidencia se presentan a continuación varios casos de éxito de empresas que han implementado la herramienta Chatbot.

7.6.1.1. Casos de éxito

Carla: el Chatbot de Avianca

Carla, es el nombre del Chatbot de Facebook Messenger implementado por la aerolínea Avianca desde el año 2017, el cual está diseñado por Accenture para que los clientes puedan gestionar check-in, comprobar itinerarios, disponibilidad de vuelos, consulta, entre otros. Los usuarios pueden contactar con Carla a través de la Fan Page de Avianca. (Accenture, 2017).

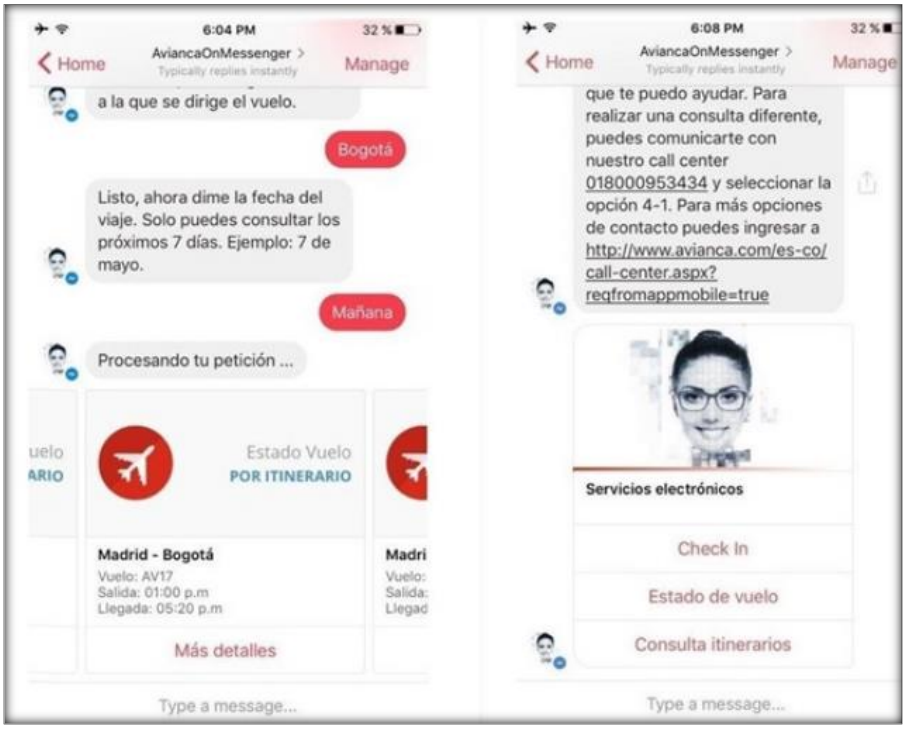


Figura 4 Carla, Chatbot de Avianca

Fuente, recuperada de: https://www.europapress.es/economia/noticia-accenture-avianca-desarrollan-chatbot-dar-informacion-tiempo-real-viajeros-20170224175905.html

> "Después de un mes, Carla había ayudado a más de 1.000 clientes de Avianca a simplificar sus viajes de negocios y de ocio. A través de casi 4.000 conversaciones diferentes, ofreció una manera fácil e intuitiva de hacer check-ins, confirmar itinerarios y mucho más. Configuró una nueva y fantástica experiencia para los viajeros. Pero, además, Carla tuvo un impacto igual de impresionante en el rendimiento del negocio. Los tiempos de espera se redujeron a la mitad cuando Carla realizaba los check-ins. Este es el tipo de resultado que un negocio ve cuando la tecnología y una gran idea viajan juntos" (Accenture, 2017).

Según Trevizan (2017) director de Experiencia Digital en Avianca, "Carla les permite conectarse con más de 28 millones de clientes de manera sencilla e intuitiva, y ofrecerles servicios útiles a través de una plataforma que usan diariamente, además de ser uno de los primeros asistentes virtuales implementados en Colombia".

Chatbot LiA:

> "Lidl es una cadena de supermercados líder en el sector de la distribución alimentaria en Europa, con una red de 10.500 tiendas propias. Junto a la cadena de hipermercados Kaufland conforma el Grupo Schwarz, un grupo empresarial con más de 80 años de historia" (Lidl supermercado, consultado el 21 de agosto de 2019).

Lidl es el último supermercado que ha creado su nuevo Chatbot, LiA. El primer Chatbot de Lidl responde al nombre de Margot y lo podemos encontrar en los supermercados de Reino Unido. Se trata de un chatbot experto en vinos que ayuda a los clientes a escoger uno de entre todos los que tienen en el supermercado. Ahora, su compañera LiA se encargará de las preguntas más sencillas que puedan irrumpir en la mente del consumir para liberar de esta

carga a las líneas telefónicas y el soporte vía mail. Este Chatbot se encuentra en las grandes superficies alemanas, donde se comprobará el tipo de acogida que recibe el bot. Para acceder a él los consumidores tendrán que acceder mediante Facebook Messenger. (García S. , 2019).

Arturito el Chatbot del Banco de crédito del Perú:

Figura 5 Arturito, Chatbot de Banco de crédito del Perú

Fuente: Facebook, recuperado de: https://www.facebook.com/ArturitoBCP/?ref=br_rs

Arturito es el Chatbot del BCP que opera con lo último de la tecnología de inteligencia artificial. Está preparado para responder todo tipo de preguntas alrededor de los temas que maneja. Pero, lo más interesante, es que su programa le permite aprender de cada nueva comunicación, por lo que su repertorio de respuestas se incrementa mientras más se comunica con los usuarios. Este utiliza la tecnología Watson, desarrollada por IBM, que le permite acceder a habilidades cognitivas. Es decir, no solo está entrenado para responder las preguntas para las que ha sido capacitado, sino que, si no comprende una pregunta, busca automáticamente una respuesta. No obstante, la IAC activa esa retroalimentación a partir del

ejercicio con su entrenador humano, quien somete a la máquina a diferentes situaciones de interrelación con humanos. El Chatbot, gracias a su programación, le transmitirá al entrenador aquellas dudas que se le presentan durante el ejercicio. Cada vez que surja una duda, el entrenador le facilitará la respuesta al Chatbot, de tal forma que la máquina, en su próxima interacción con humanos, tendrá un abanico más amplio de respuestas. (Zona ejecutiva, 2017).

Así pues, se puede inferir que un Chatbot es una herramienta digital muy versátil y se puede adaptar a diferentes tipos de empresas, con distintas necesidades en el contexto de atención al cliente. Por otro lado, avances tecnológicos de esta naturaleza influyen en las decisiones de los clientes y es por ello que las compañías deben estar a la vanguardia para poder tener un proceso de mejoramiento continuo y velar siempre por la plena satisfacción de sus clientes.

7.6.2. Marco teórico

En este apartado se expondrán los temas de Servicio al cliente, Customer Relationship Managment o Gestión de la relación con los clientes, la teoría del consumidor actual y sobre la inteligencia artificial, los cuales están directamente relacionadas con el tema desarrollado en el presente trabajo.

7.6.2.1. Servicio al cliente

Anteriormente en el contexto comercial, el elemento más importante era el producto o bien que se comercializaba, pero con el pasar de los años éste paso a un segundo plano ya que los consumidores no se conformaban con solo un producto tangible, como consecuencia de esto la surgió el servicio al cliente, el cual según Serna (2006) “Es el conjunto de estrategias que una

compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos". (p.19). En otras palabras y en acuerdo con lo anteriormente expuesto, el servicio al cliente son todas las actividades que realizan las empresas para lograr la plena satisfacción de sus clientes. Ofrecer un servicio al cliente de calidad se ha vuelto indispensable para el crecimiento de una empresa, ya que este es un factor determinante en la decisión de compra, asimismo influye en gran manera en el nivel de satisfacción de los clientes, es por ello que las compañías deben implementar estrategias para ofrecer una excelente atención a su clientela.

Por su parte Solórzano y Aceves (2013) plantean que;

> Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. (p.7).

Es decir que el servicio de atención al cliente influye en la percepción que los clientes reales y potenciales tienen sobre la empresa, se deduce entonces que brindar una óptima atención al cliente contribuye a la fidelidad y lealtad de los consumidores y a la captación de nuevos clientes. Otros beneficios de ofrecer un servicio al cliente de calidad son el aumento de las ventas y participación en el mercado y por supuesto la creación de una buena reputación de la empresa, y por consiguiente la percepción de los consumidores sobre la compañía será positiva. De acuerdo con Mantilla (2018) el factor que más influye en la pérdida de clientes es la mala atención de servicio al cliente. Ver figura 6.

Figura 6 ¿Por qué se pierden los clientes?

Fuente: (Mantilla, 2018)

Un elemento relevante en el servicio al cliente es la gestión de las Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR), las cuales podemos definir como todas aquellas situaciones que se traducen en insatisfacción del cliente y que son manifestadas por el mismo para que sean solucionadas por la empresa. La gestión de PQR puede determinar el futuro de la relación entre un consumidor y la empresa, por lo tanto, se debe ser diligente cuando se reciban este tipo de solicitudes y brindar soluciones oportunas a quienes las presenten. De acuerdo con Veléz (s.f)

> Una PQRS es un mecanismo para identificar oportunidades de mejora en los procesos y servicios de una empresa, de forma que satisfaga a los clientes y las partes interesadas, son la mejor oportunidad que nos dan los clientes para saber con certeza en qué estamos obrando mal como empresa y cómo podemos solucionarlo.

Con respecto a lo planteado por Veléz, se puede afirmar que la atención al cliente en conjunto con la gestión de PQR permiten que las empresas identifiquen los procesos en los que presentan falencias, para así trabajar en la corrección de los mismos, esta es otra de las razones por la que se hace necesario ofrecer un servicio al cliente optimo y oportuno.

7.6.2.2.Teoría de Customer Relationship Managment CRM

Primeramente, es importante aclarar que la teoría de CRM ha sido estudiada desde diversos enfoques, sin embargo, se toma el enfoque tecnológico para sustentar la propuesta desarrollada.

En este orden de ideas, tomamos la definición de Bose (2002) quien plantea CRM como "la integración de tecnologías y los procesos de negocios usados para satisfacer las necesidades de los clientes durante cualquier interacción con los mismos" (p.89). Es decir que la gestión de la relación con los clientes debe estar enfocada en la satisfacción de los mismos por tanto se hace necesario incluir elementos de carácter tecnológico para conseguir que esta relación sea beneficiosa tanto para la empresa como para el cliente.

Como lo puntualiza García (2012) en su Blog Escuela de organización Industrial:

> Customer Relationship Management (CRM) se refiere a la administración de todas las interacciones que pueden tener un negocio y sus clientes. Se enfoca en la optimización del ciclo de vida del cliente en su totalidad. Además, CRM es un término de la industria de la información que reúne, metodologías, software y las capacidades del internet para administrar de una manera eficiente y rentable las relaciones de un negocio con sus clientes.

En ese sentido las empresas que implementen herramientas digitales tienen más oportunidades de gestionar de manera efectiva la relación con sus clientes, consecuentemente, aumentarán la satisfacción de los mismos. De acuerdo con Chatbot Report: Global Trends and

Analysis (2019) (Informe Chatbot: Tendencias y análisis globales) un 20% de las empresas están utilizando la herramienta Chatbot para la gestión del servicio al cliente, como se indica en la figura 7.

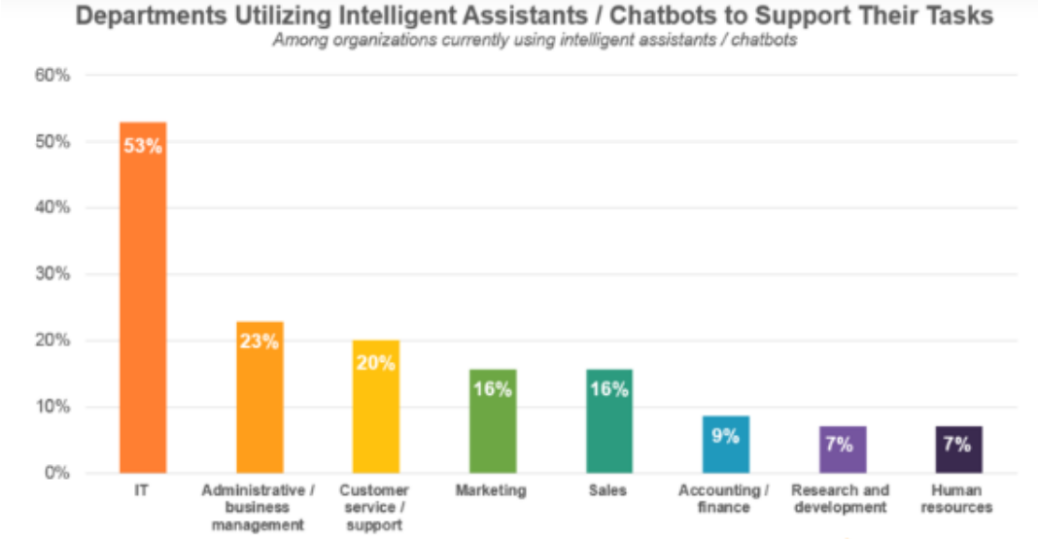


Figura 7 Departamentos utilizando asistentes inteligentes

Fuente (Chatbots Magazing , 2019)

Recuperado de: https://chatbotsmagazine.com/chatbot-report-2019-global-trends-and-analysis-a487afec05b

Por su parte Plakoyiannaki y Tzokas (2002), afirman que:

"El CRM constituye un proceso de incremento de valor apoyado por las tecnologías de la información, que identifica, desarrolla, integra y orienta las distintas competencias de la empresa hacia la voz de los clientes, con objeto de entregar un mayor valor al cliente en el largo plazo". (p.229).

A modo de resumen, del análisis de las distintas definiciones consideradas con anterioridad sobre el concepto de CRM podemos extraer que el uso de la tecnología permite

desarrollar nuevas formas de llevar a cabo una atención al cliente personalizada y mejorada que contribuya a mantener en niveles elevados la satisfacción de los clientes.

7.6.2.3.Consumidor actual

Debido a los avances tecnológicos, el comportamiento de los consumidores ha ido cambiando continuamente, en la actualidad estos están mucho más influenciados por el entorno digital, de acuerdo con la página web Puro Marketing (2014)

> El cambio tecnológico es una de las principales variaciones, así como el cambio en la cultura de los consumidores actuales. La constante evolución de la tecnología ha generado un cambio en los hábitos de consumo del mercado actual y en consecuencia las empresas deben brindar a sus clientes una atención personalizada con el fin de no venderle solamente bienes y servicios sino experiencias.

Por lo tanto, es fundamental que las empresas implementen herramientas digitales tales como el Chatbot para estar a la vanguardia del comportamiento y preferencia de los consumidores y como consecuencia brindar no solo productos de calidad sino experiencias que satisfagan al cliente de esta nueva era. Por su parte Ferrer (s.f) en su artículo Comportamiento del consumidor 2.0: nuevas realidades en entornos digitales, expone que;

> Los consumidores pasaron de ser unos seres pasivos que recibían todo lo que las marcas quisieran darles, a convertirse en colaboradores activos, decididos y completamente integrados con sus plataformas digitales. De eso se trata la revolución 2.0: compartir, colaborar, prescribir, todo para mejorar la calidad de vida. La evolución de estos consumidores está muy unida al desarrollo de la tecnología, por lo tanto, es necesario tener en

> cuenta el papel de los dispositivos digitales en el despertar de las personas hacia una nueva era de consumo que se transforma con rapidez. (p, 144).

Esto implica que la relación cliente-proveedor pasó a ser bidireccional, ya que, a través de diferentes plataformas digitales los consumidores pueden exponer sus comentarios, opiniones, punto de vistas y compartirlos con millones de personas, influyendo así en las decisiones internas de las empresas. Por tal razón se hace necesario que las empresas utilicen como retroalimentación toda esa información compartida por sus clientes, para tomar las medidas correctivas y por consiguiente lograr la fidelización de sus clientes.

En síntesis, el consumidor 2.0 exige las empresas estén continuamente innovando no solo sus productos y servicios sino también sus procesos de atención, comunicación, distribución y en general toda su cadena de valor, para así garantizarles la satisfacción que tanto anhelan.

7.6.2.4.Inteligencia Artificial

Los inicios de la inteligencia artificial IA (Intelligence Artificial) se sitúan en la década de los 40 de acuerdo con Villena, Crespo y García, (2011)

> Los primeros trabajos que pueden ya considerarse como el embrión de la Inteligencia Artificial moderna aparecen en la década de los 40 del siglo pasado, aunque no sería hasta 1950 cuando realmente estos estudios y propuestas consiguen una verdadera repercusión gracias al artículo Computing Machinery and Intelligence. (p.4)

Con respecto al concepto de Inteligencia Artificial IA, no existe una definición concreta sin embargo existen algunas aproximaciones como la argumentada por Alan Turing en su

artículo Computing Machinery and Intelligence (Turing, 1950), según el cual cualquier máquina que pueda actuar como un humano es inteligente.

La inteligencia artificial se compone de varias ramas entre ellas el Procesamiento de lenguaje natural NLP (Natural Languaje Processing) la cual “se ocupa de las capacidades de comunicación de los ordenadores con los humanos utilizando su propio lenguaje, tiene múltiples aplicaciones como la traducción automática o el reconocimiento y compresión del lenguaje humano” (García A. , 2012).

Es resaltable que la inteligencia artificial puede ser aplicada en el contexto empresarial, ya que a partir de esta se han desarrollado diferentes herramientas digitales que ayudan a la optimización de los procesos internos y externos de las empresas, en particular el caso aquí tratado, la inteligencia artificial juega un indispensable papel ya que sin ella no sería posible la creación de la herramienta digital Chatbot que apoye el área de servicio al cliente. Igualmente es importante resaltar que la inteligencia artificial ofrece este tipo de herramientas que están disponibles para que las empresas sigan un proceso de mejoramiento continúo apoyadas en la innovación.

7.7.Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO GENERAL	¿Qué?	¿Cómo?	¿Para que?
	Actividades	Acciones	
Optimizar la administración de las peticiones, quejas y reclamos recibidos en la empresa distribuciones HICAR S.A.S.	Recolección de datos	Registrar todas las Peticiones, Quejas y Reclamos recibidas en Distribuciones HICAR S.A.S	Tomar como base la información para el análisis de la problemática diagnosticada.
	Análisis y tabulación de datos	Representar por medio de gráficos los datos obtenidos de las peticiones, quejas y reclamos recibidos en la empresa.	Comprender la dinámica actual de las Peticiones, Quejas y Reclamos. Identificar las principales razones por las que los clientes presentan este tipos de solicitudes a la empresa.
	Identificar las causas y los efectos en la dinámica actual de la gestión de PQR	A través de la aplicación de la matriz arbol de problemas.	Decidir como enfrentar las falencias encontradas en la gestión de PQR en Distribuciones HICAR.
	Trazar las rutas de interacción entre Usuario-Chatbot-Operario de servicio al cliente.	Construcción de esquema general de preguntas, respuestas, opciones y acciones que guie la conversación entre usuario-Chatbot.	Las preguntas y respuestas del Chatbot deben generar una comunicación asertiva, natural y coherente para que el cliente perciba que esta recibiendo atención de una persona y no un computador, y ademas debe establecer el procedimeinto a seguir para la respuesta o solucion de la PQR
	Aplicar encuesta a clientes de Distribuciones HICAR S.A.S	Con el apoyo de los vendedores de la empresa, entregar los cuestionarios a los clientes	Conocer la percepción de los clientes acerca de la presentación de PQR por medio del Chat de Facebook Messenger
	Demostrar el procedimiento para la creación Y diseño del Chatbot	Describir el proceso para la creación y diseño del Chatbot de Facebook Messenger en la plataforma Chatfuel	Facilitar la programación del Chatbot para gestión de PQR en Distribuciones HICAR S.A.S.
	Presentar los resultados obtenidos	Desarrollar el informe de todas las actividades realizadas y su alcance.	Concluir como puede la herramienta digital Chatbot contribuir a la optimización de la gestión de PQR en Distribuciones HICAR S.A.S.

Figura 8 Plan de acción

Fuente: La autora

Cronograma de actividades

Cronograma ejecución de actividades																
Actividades	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
Recolección de datos	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis y tabulación de datos																
Identificar las causas y los efectos en la dinámica actual de la gestión de PQR																
Trazar las rutas de interacción entre Usuario-Chatbot-Operario de servicio al cliente.																
Aplicar encuesta a clientes de Distribuciones HICAR S.A.S																
Demostrar el procedimiento para la creación Y diseño del Chatbot																
Presentar los resultados obtenidos																

Figura 9 Cronograma de actividades

Fuente: La autora.

7.7.1. Actividades

Recolección de datos

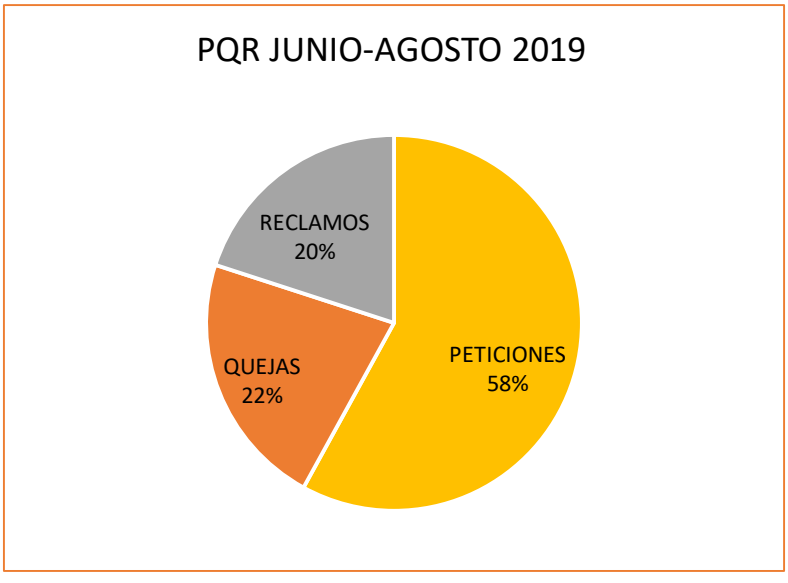


Figura 10 PQR Junio-Agosto.

Fuente: PQR recibidas en Distribuciones HICAR

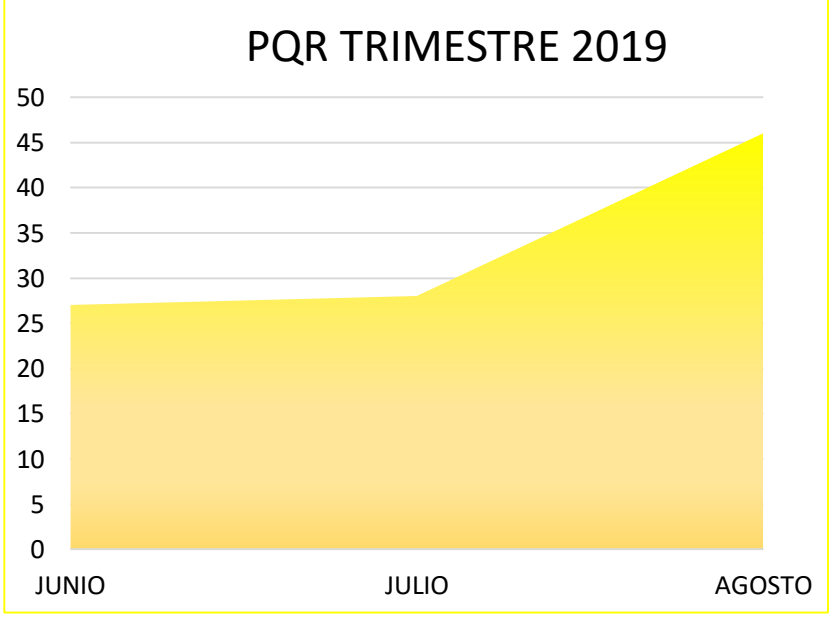


Figure 11 Comportamiento PQR durante junio, julio y agosto.

Fuente: PQR recibidas en Distribuciones HICAR

Figura 12 PQR por tipo de solicitud

Fuente: PQR recibidas en Distribuciones HICAR

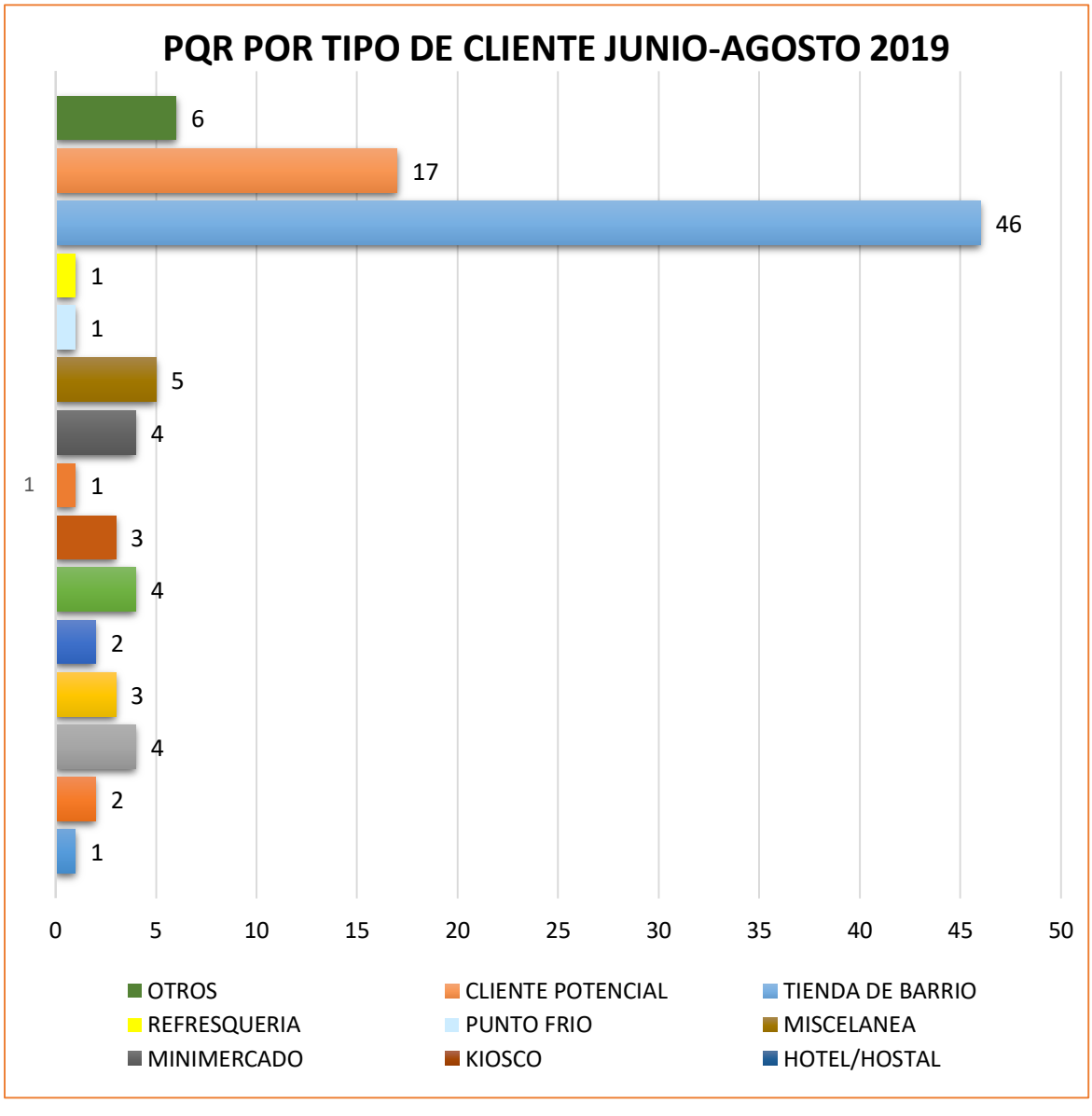


Figura 13 PQR por tipología de cliente

Fuente: PQR recibidas en Distribuciones HICAR

Datos recolectados de la encuesta aplicada

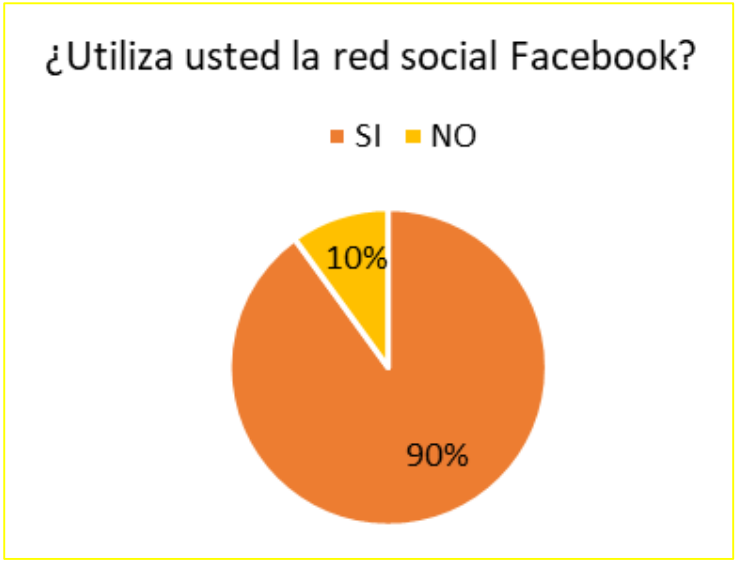


Figura 14 ¿Utiliza usted la red social Facebook?

Fuente: Elaboración propia

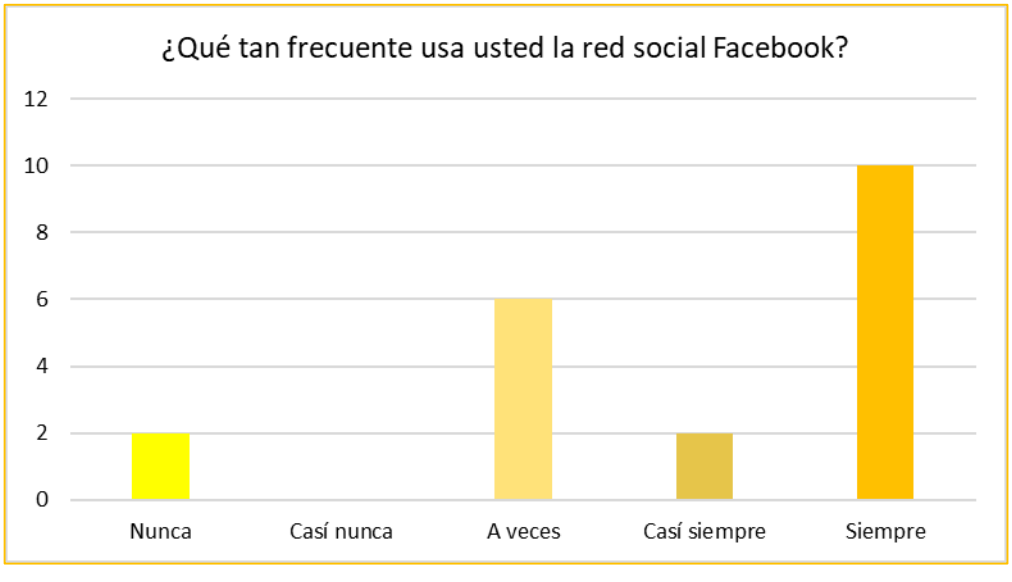


Figura 15 ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Fuente: Elaboración propia

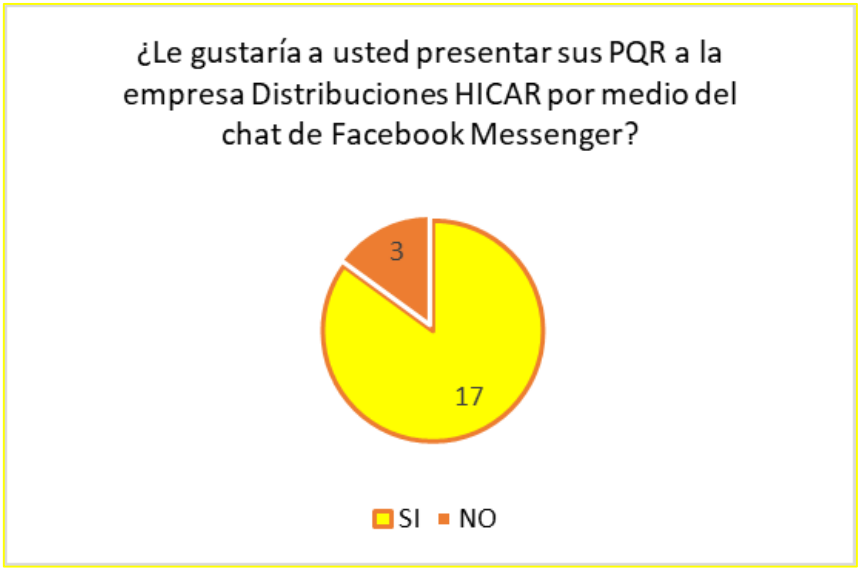


Figura 16 ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

Fuente: Elaboración propia

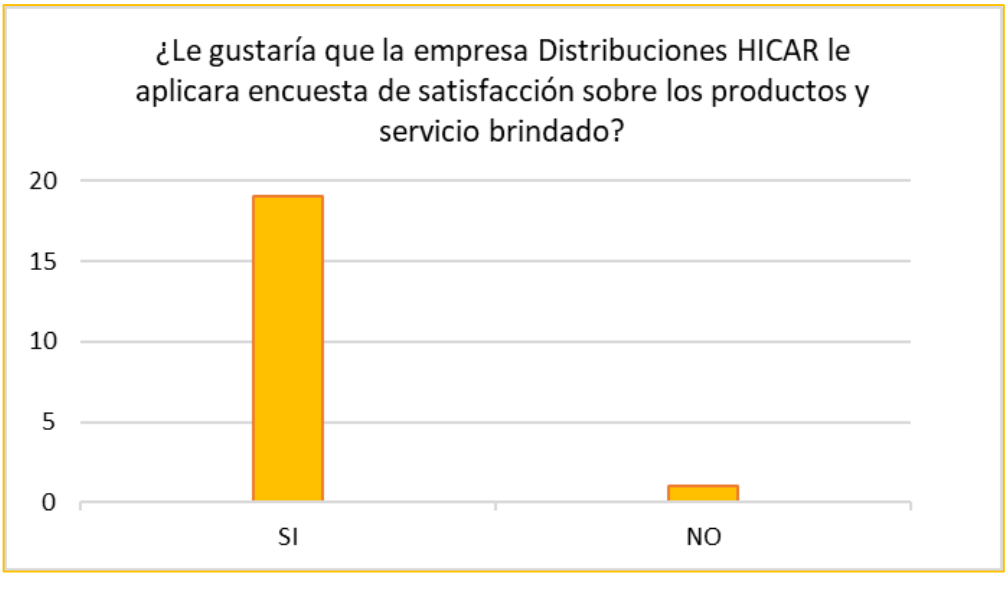


Figura 17¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

Fuente: Elaboración propia

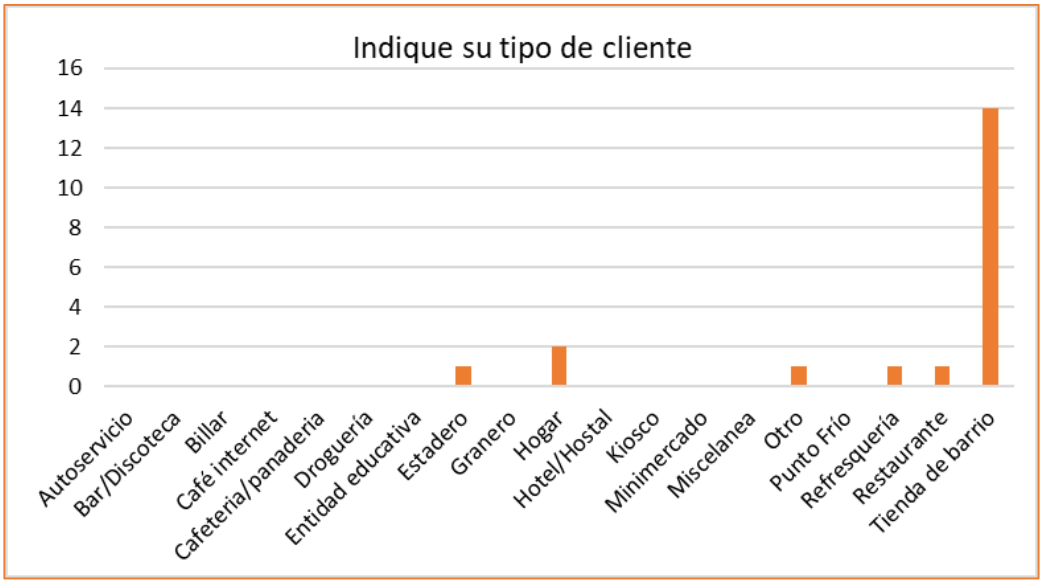


Figura 18 Tipo de cliente encuestado

Fuente: Elaboración propia

Matriz Árbol de problemas

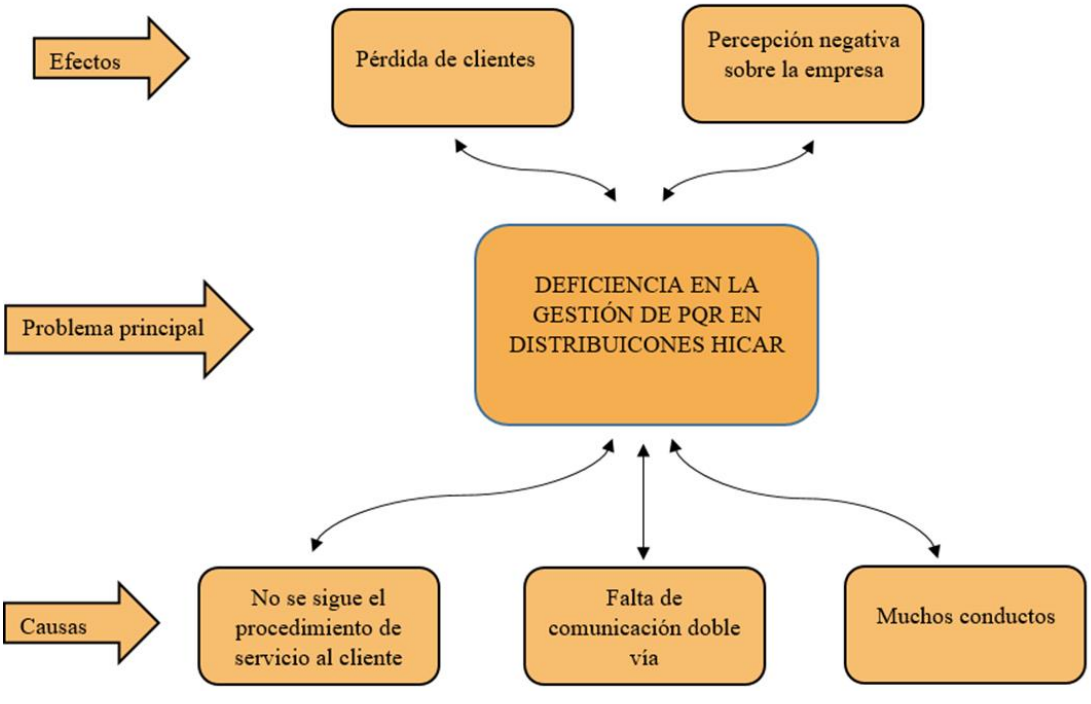


Figura 19 Matriz Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

Esquemas de interacción Cliente – Chatbot – Operario

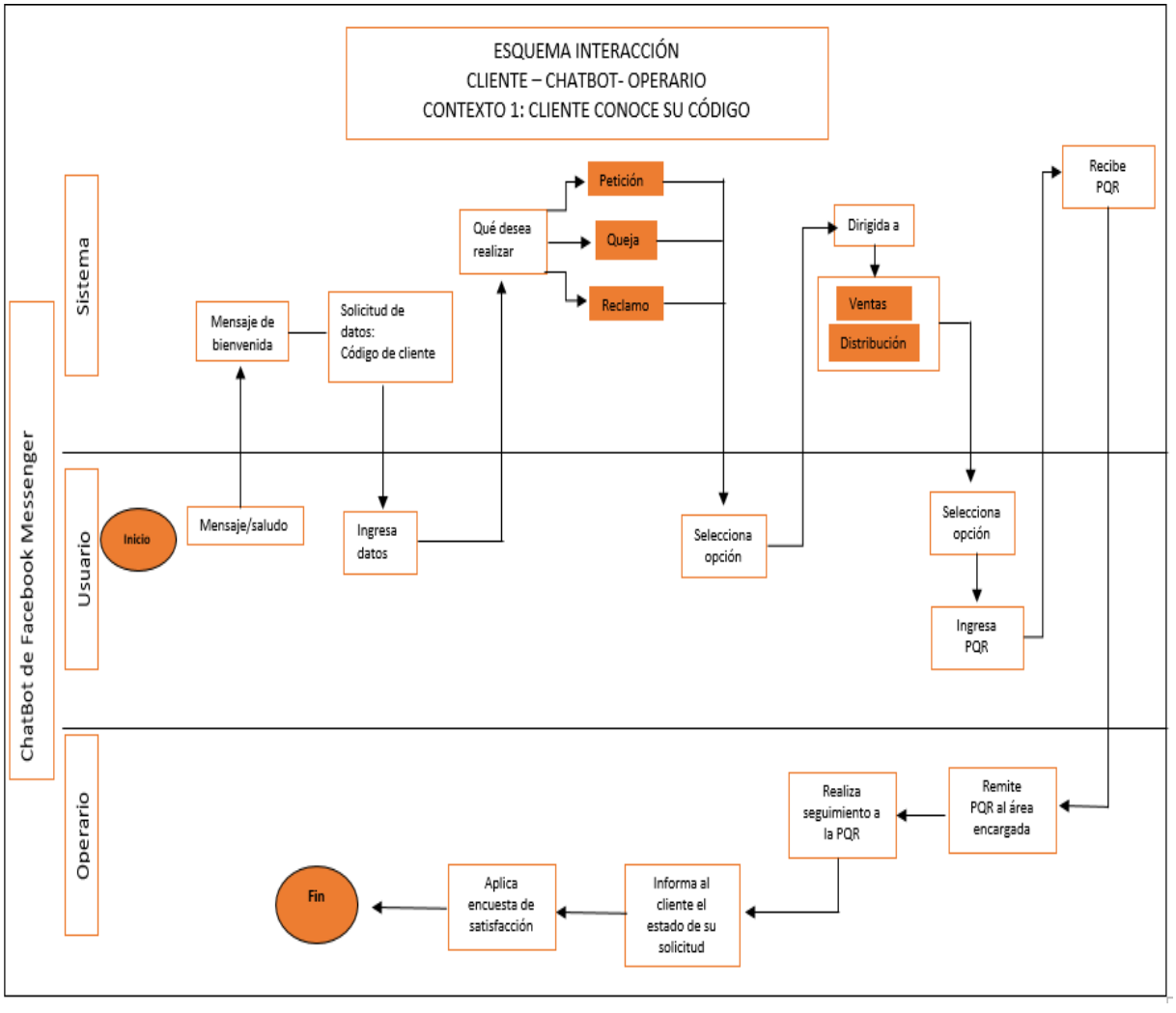


Figura 20 Esquema de interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 1: Cliente conoce su código

Fuente: la autora

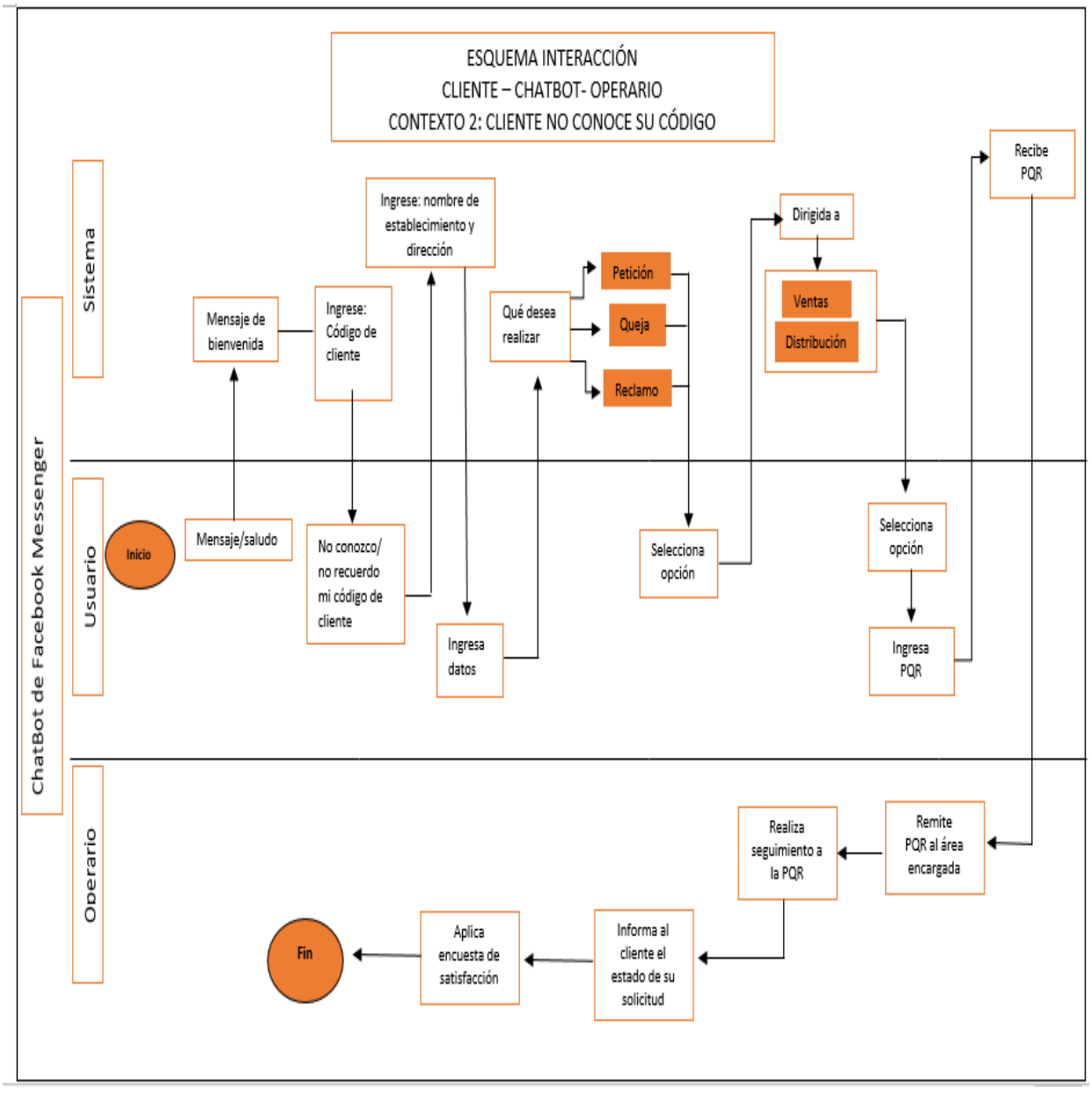


Figura 21 Esquema interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 2: Cliente no conoce su código.

Fuente: la autora

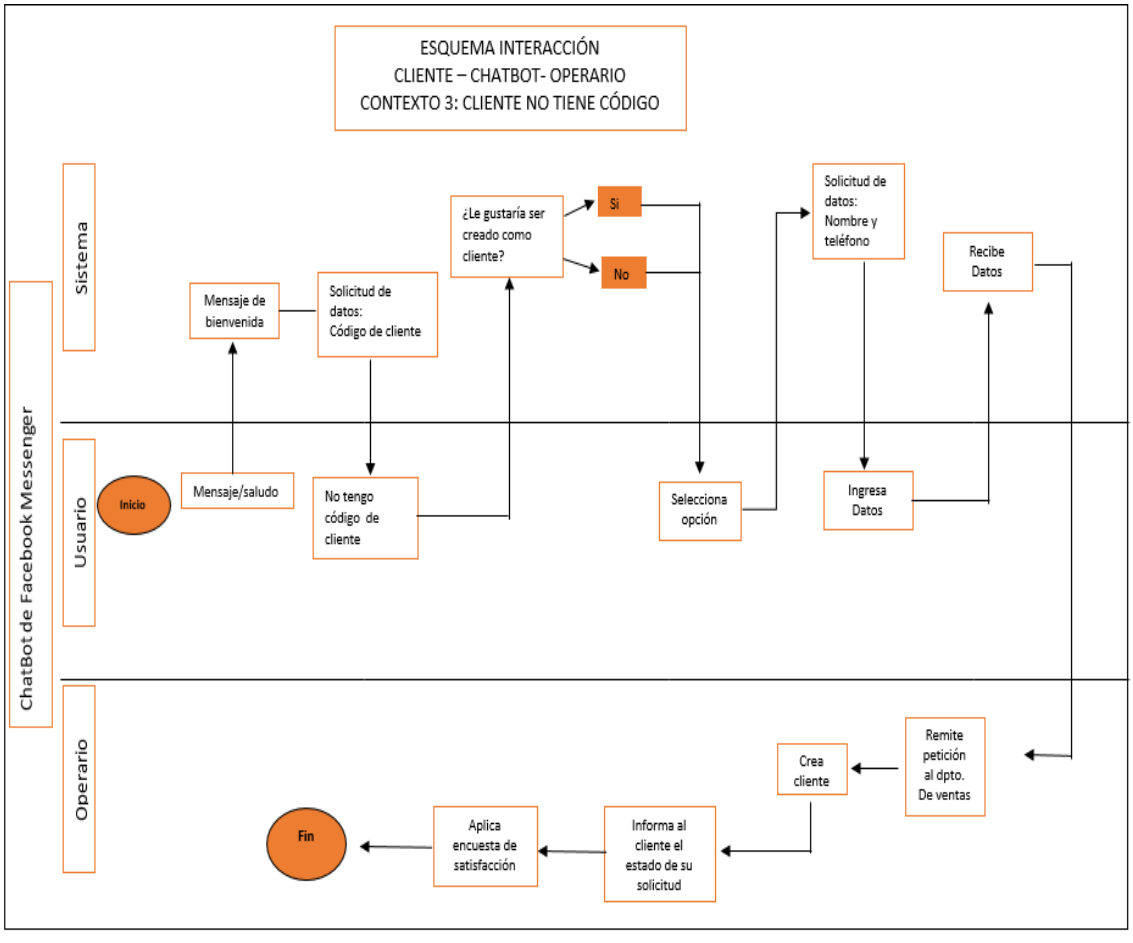


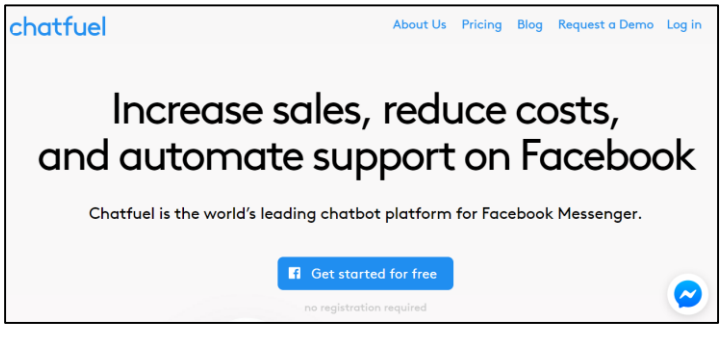
Figure 22 Esquema interacción Usuario-Chatbot-Operario, Contexto 3: Cliente no tiene código

Fuente: la autora

Procedimiento creación y diseño del Chatbot

Paso 1

Ingresar a la plataforma de Chatfuel: https://chatfuel.com, dar en la opción “Get started for free”



Paso 2

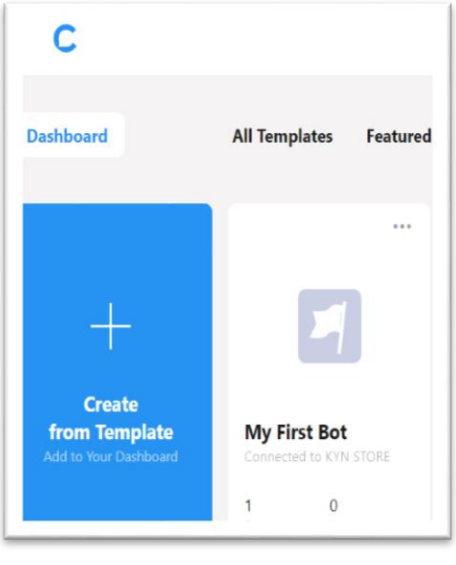
Ingresar con los datos de la página de Facebook Messenger de la empresa y configurar la privacidad.

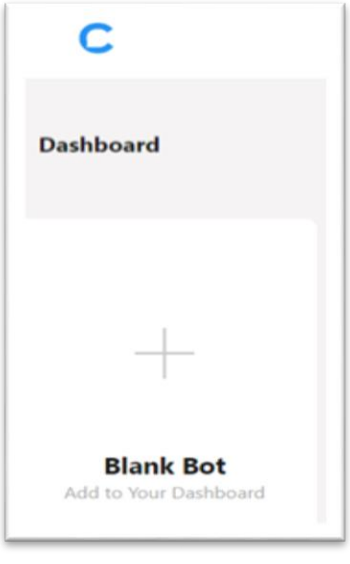
Paso 3

Vincular la página de Facebook Messenger de la empresa con la plataforma de Chatfuel.

Paso 4

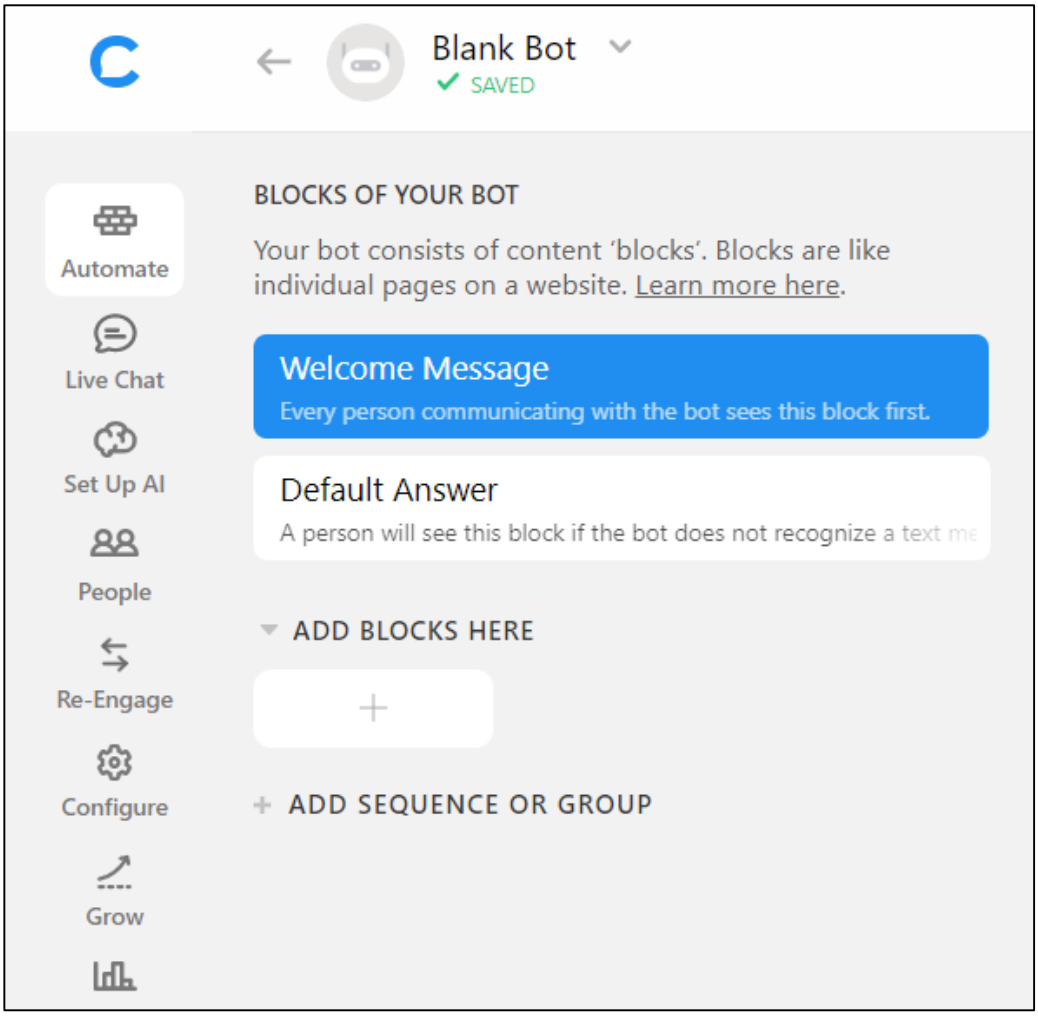
Será dirigido al inicio de la plataforma de Chatfuel, dar clic en la opción “Create from Template” y luego en la opción “Blank Bot”.





Paso 5

El sistema mostrara todas las opciones para configurar el bot y sus funciones.



Build: Aquí construirás la secuencia de tu bot, como el saludo inicial, las respuestas, y a dónde irá tu bot luego de cada respuesta recibida

Set Up Al: Aquí establecerás los mensajes que Chatfuel usará cuando tu interlocutor mencione ciertas palabras clave, para así crear una charla con inteligencia artificial

Broadcoast: Este es el sitio para configurar la entrega de mensajes automáticos, como actualizaciones, anuncios o secuencias que se ejecutan de forma automática

Configure: Aquí verás las principales opciones de tu bot: páginas de facebook administradores, huso horario, dominios permitidos por el bot, etc.

Grow: Aquí podrás enviar tu bot a Facebook para que se ejecute en tu página, para enviar mensajes a quien comente en tu página y otras funciones más

Analyze: aquí encuentras las estadísticas de tu bot

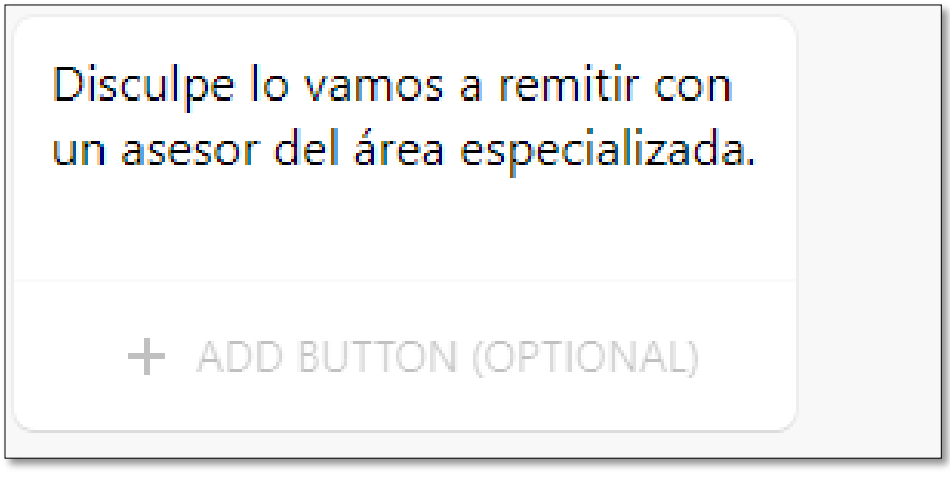
(Pérez, 2017)

Paso 6

En el panel izquierdo da clic en la opción “Automate” y luego en “Welcome Message” para programar el mensaje de bienvenida.

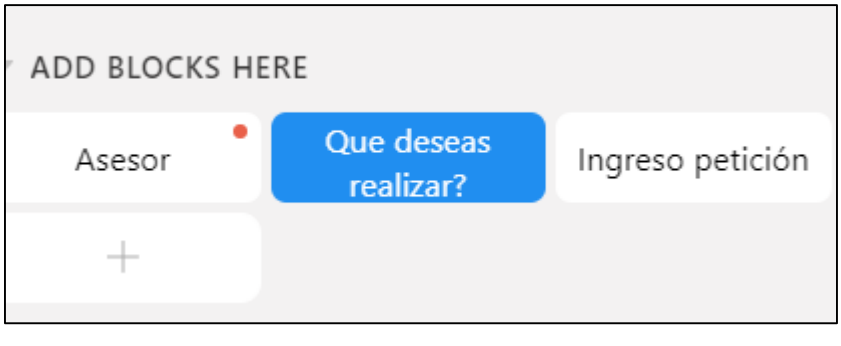
Paso 7

Crear la respuesta por defecto, esta será la respuesta que el bot generará cuando no sepa interpretar un mensaje ingresado por un usuario.



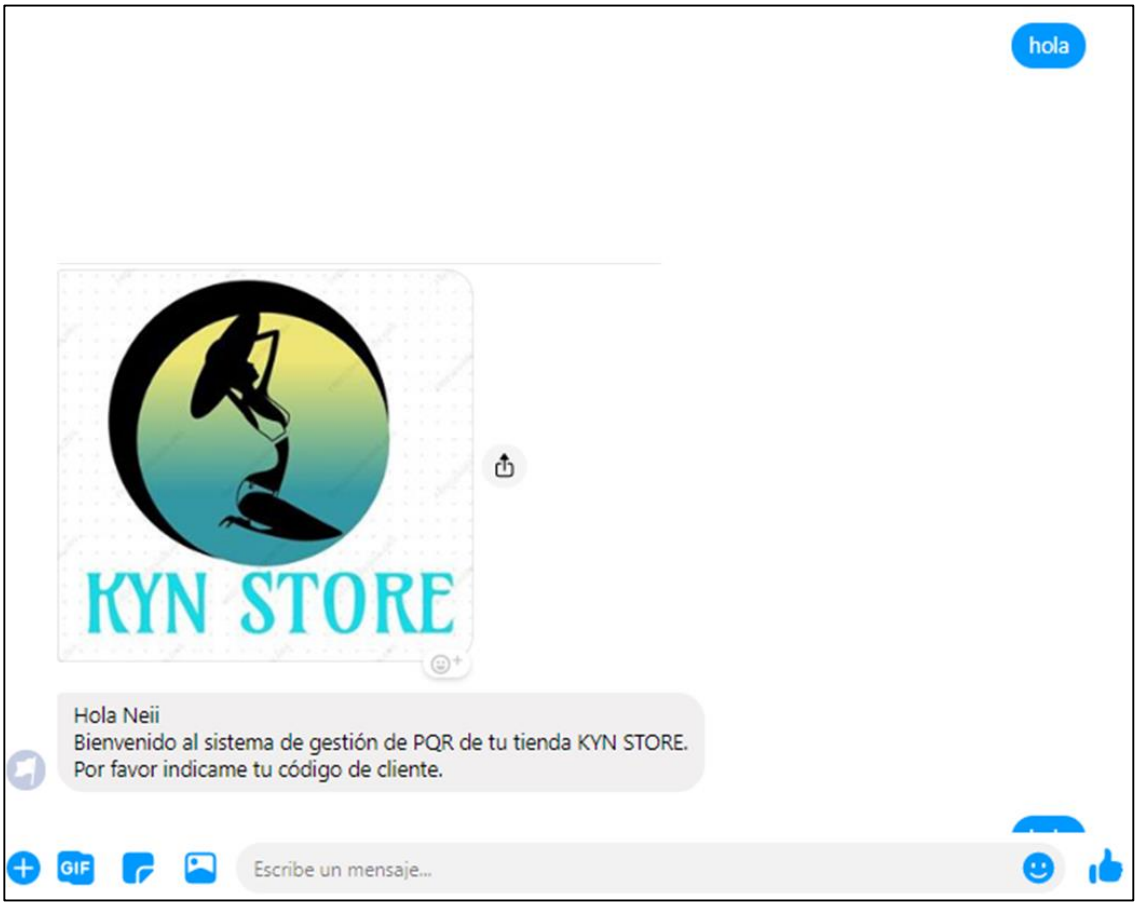
Paso 8

Teniendo en cuenta las preguntas y respuestas más frecuentes en la dinámica conversacional empresa – cliente, y el diagrama de conversación, se procede a configurar los bloques que son los mensajes con los que responderá el Chatbot y las opciones que generará para el usuario.

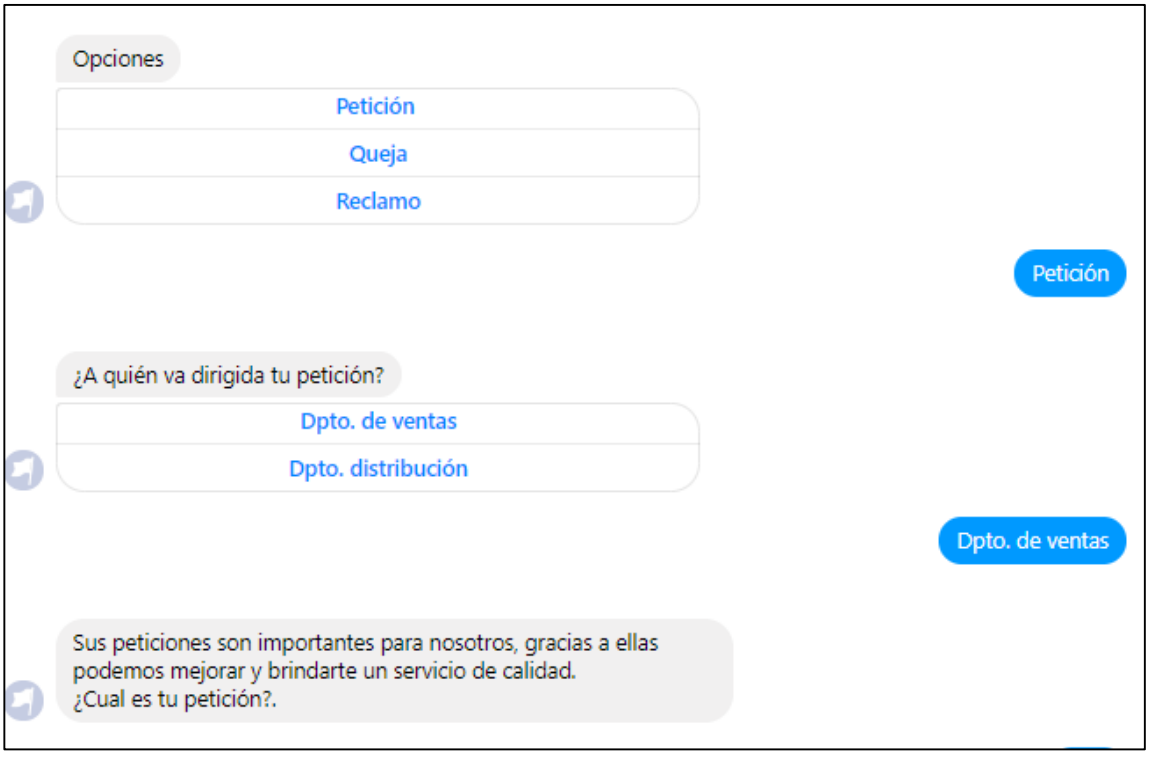


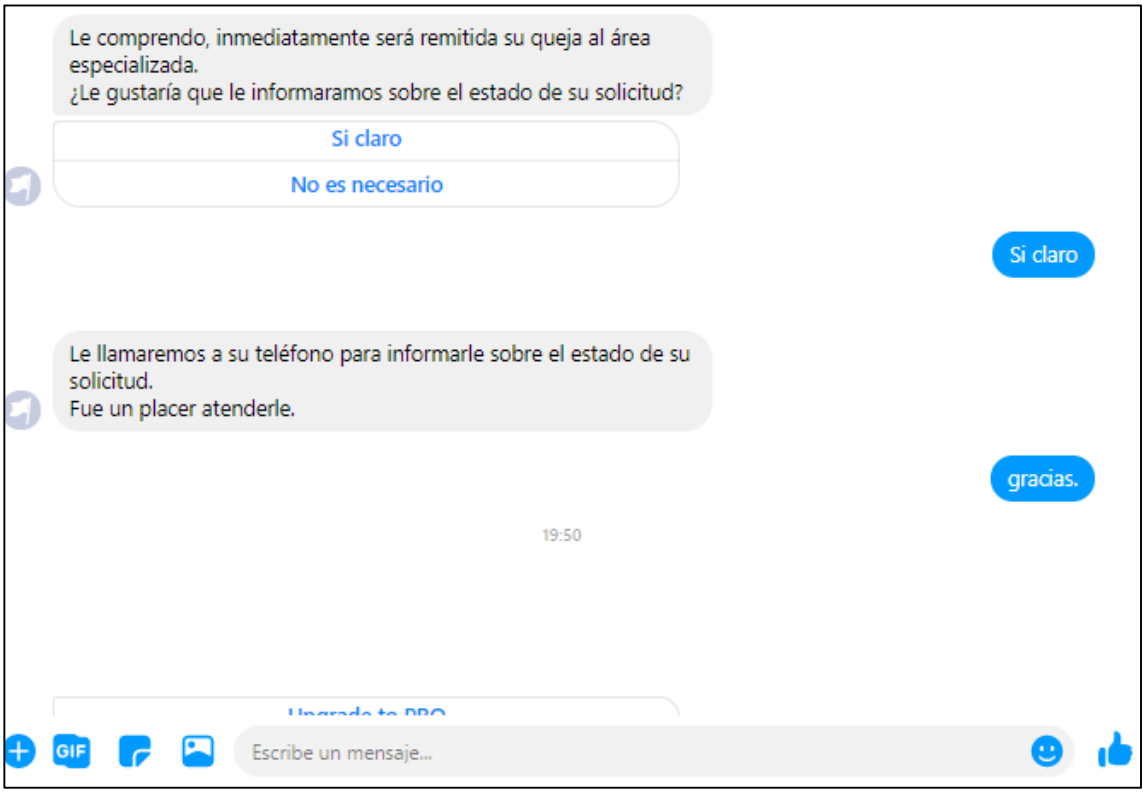
Cada bloque debe ir enlazado con palabras claves para que genere la respuesta, esto se configura en **Set Up AI** así**:**

En este caso, si el usuario escribe “Hola” “Buenas tardes” o “Buenas noches” el Bot responderá con el mensaje de bienvenida.



Adicionalmente se puede agregar botones, que son las opciones directas que se le brindan al usuario:


Opciones
Petición
Queja
Reclamo
Petición
¿A quién va dirigida tu petición?
Dpto. de ventas
Dpto. distribución
Dpto. de ventas
Sus peticiones son importantes para nosotros, gracias a ellas podemos mejorar y brindarte un servicio de calidad.
¿Cual es tu petición?.


Le comprendo, inmediatamente será remitida su queja al área especializada.
¿Le gustaría que le informaramos sobre el estado de su solicitud?
Si claro
No es necesario
Si claro
Le llamaremos a su teléfono para informarle sobre el estado de su solicitud.
Fue un placer atenderle.
gracias.
19:50
GIF
Escribe un mensaje...

7.7.2. Resultados obtenidos

Análisis de datos

Luego de la consolidación de los datos obtenidos se encontró lo siguiente:

- Durante el periodo entre el primero de junio y el 31 de agosto de 2019 se recibieron en Distribuciones HICAR S.A.S, un total de 100 PQR, de las cuales el 58% fueron peticiones, el 22 % quejas y el 20% reclamos.
- La figura muestra un incremento notorio de las peticiones, quejas y reclamos recibidos en la empresa entre julio y agosto, por el contrario, se mantuvo la tendencia entre junio y julio.
- Se encuentra que la principal motivación para que un cliente de Distribuciones HICAR presente una PQR, es para solicitar la visita del preventista, el siguiente es para requerir producto por primera vez, otros motivos son mala atención por parte del vendedor, conductor y/o entregador, para cambio de producto, ya sea por fecha de vencimiento o averiado.
- El mayor porcentaje de clientes que presentan PQR son las tiendas de barrio, ya que representan el 60,1% de todos los clientes seguido de los clientes potenciales que solicitan a la empresa ser registrados como clientes, para poder adquirir los productos que esta ofrece.

Resultados de la encuesta aplicada

En cuanto a la encuesta aplicada a una población de 20 clientes de Distribuciones HICAR, se encontró lo siguiente:

- De la población encuestada el 90% utiliza la red social Facebook y solo el 10% afirma no utilizarla.

- El 50% de los encuestados asegura usar siempre la red social Facebook.
- La encuesta aplicada confirma que el 85% de los clientes le gustaría presentar sus peticiones, quejas y reclamos por medio del chat de Facebook Messenger.
- El 90% de los clientes que participaron en la encuesta les gustaría que la empresa Distribuciones HICAR, le aplicara encuesta de satisfacción al cliente.
- Por último, la encuesta reafirma que la mayoría de los clientes de Distribuciones HICAR son las tiendas de barrio.

Resultados del matriz árbol de problemas

A partir de una investigación cualitativa, se construyó un árbol de problemas que permitió establecer las causas y los efectos ocasionados por la deficiente gestión de peticiones, quejas y reclamos llevada a cabo en la empresa Distribuciones HICAR.

Entre las causas se pudieron identificar:

- En primer lugar, la empresa Distribuciones HICAR, aunque tiene un procedimiento establecido para atender, remitir, solucionar y dar seguimiento a las PQR, este no se ejecuta, lo que ocasiona que muchas veces las solicitudes hechas por parte de los clientes no sean atendidas de manera oportuna.
- Otro factor que causa que la gestión de PQR no sea eficiente en Distribuciones HICAR, es la falta de comunicación entre las personas involucradas en el proceso de atención de PQR ya que dicha comunicación se da en una sola vía; es decir, la persona de servicio al cliente remite las PQR al departamento de ventas y este no informa sobre el estado de las mismas.

- Por otra parte, se pudo observar que no todas las peticiones, quejas y reclamos eran generados por falencias del departamento de ventas, algunas de estas correspondían al departamento de distribución, esto generaba conductos adicionales en el proceso de comunicación y remisión de las PQR. El siguiente grafico muestra el proceso en estos casos:

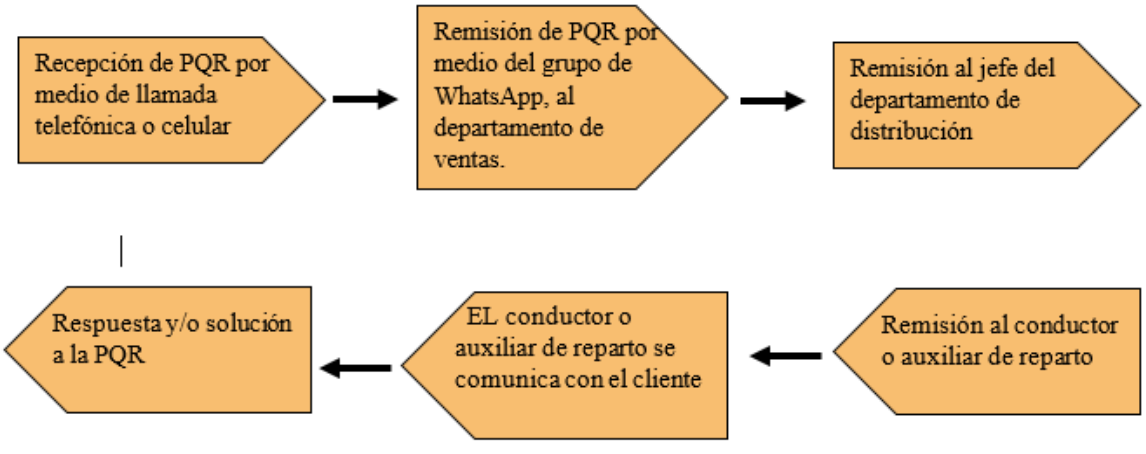


Figura 23 Proceso gestión PQR dirigida al Dpto de Distribución

Fuente propia- observación.

En cuanto a los efectos se exponen a continuación:

Pérdida de clientes:

Partiendo de que las peticiones, quejas y reclamos surgen de una situación que causa insatisfacción al cliente, cuando éstas no son solucionadas de manera oportuna y eficiente, provoca que dicha insatisfacción aumente y por consiguiente que el cliente decida cambiar de proveedor. Se infiere que el cliente de Distribuciones HICAR S.AS, espera que sus PQR sean respondidas o resueltas de manera inmediata, por lo tanto, la empresa debe tener un sistema de

gestión de PQR eficaz que permita superar las expectativas del cliente y así reducir la perdida de los mismos.

Imagen negativa de la empresa:

Se encontró, que otro de los efectos de la actual gestión de PQR en Distribuciones HICAR, es que la imagen corporativa este siendo afectada negativamente. La percepción de los clientes sobre la empresa se torna negativa, en la medida que sus PQR no son atendidas con prioridad y tampoco se le hace un seguimiento a las mismas.

7.8. Conclusión

Después del análisis realizado en la dinámica de la empresa Distribuciones HICAR, se puede deducir que la gestión de Peticiones, Quejas y Reclamos es un elemento de gran importancia en las compañías, ya que contribuye a la satisfacción de los clientes y al mejoramiento de la relación con los mismos. Por ello cuando las empresas no gestionan de forma correcta las PQR tienden a causar inconformidad e insatisfacción a sus clientes, y por consiguiente la pérdida de estos. De igual modo la imagen corporativa es afectada cuando no se prioriza las solicitudes de los clientes por ende se deben desarrollar estrategias para mantener o lograr que la empresa sea percibida positivamente por sus clientes tanto reales como potenciales.

Por otro lado, debido a los grandes avances tecnológicos y al desarrollo de la inteligencia artificial existen diversas herramientas digitales que prometen coadyuvar a que las empresas mejoren su proceso de atención al cliente. Por las razones anteriormente expuestas se propuso en el presente trabajo la herramienta digital Chatbot para la optimización de la gestión de PQR en Distribuciones HICAR S.A.S. Se puede concluir que esta herramienta promete contribuir al mejoramiento de la administración de PQR, dado que crea un nuevo canal de comunicación directo con los clientes, orientado a este tipo de solicitudes. Además, permite recibir varias PQR

simultáneamente y le brinda respuestas al usuario de manera inmediata. Por último, funciona como base de datos para llevar seguimiento de las PQR, y así tomar las medidas correctivas ante las situaciones que causan inconformidad a los clientes.

7.9.Recomendaciones finales

A continuación, se enumeran una serie de recomendaciones cuya implementación son vitales para mejorar la gestión de PQR en Distribuciones HICAR:

Es necesario delegar la función de gestionar las PQR a la persona encargada del servicio al cliente, esto va a generar una respuesta y/o solución más rápida a la solicitud del cliente.

Se recomienda que la empresa lleve registro y control de las PQR recibidas y además aplicar encuesta de satisfacción al cliente para identificar los procesos internos que debe mejorar la empresa para lograr la plena satisfacción de sus clientes.

Se aconseja informar al cliente sobre el estado de su PQR.

Se invita a capacitar frecuentemente al personal que tiene contacto directo con los clientes sobre temas de atención de al cliente y comunicación asertiva.

Por último, se invita a implementar la herramienta digital Chatbot para la gestión de PQR.

7.10. Referencias bibliográficas

Accenture. (2017). *Accenture*. Obtenido de https://www.accenture.com/pe-es/success-avianca-airlines-new-chatbot-reducing-travel-stress

Bose, R. (2002). Customer relationship management: Key component for IT success. En R. Bose, *Customer relationship management: Key component for IT success* (pág. 89). Indsutrial managmente & Data system.

Camara de Comercio, Medellín. (s.f). *Herramientas empresariales, Camara de comercio de Medellín - Antioquía.* Obtenido de Herramientas empresariales, Camara de comercio de Medellín - Antioquía: http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/Chatbotsnuevaestrategiaenservicioalcliente.aspx

Charlán, J. (4 de agosto de 2018). *Rethink by ESIC (Busineess & marketing school).* Obtenido de https://www.esic.edu/rethink/2018/08/04/que-es-un-chatbot-y-para-que-sirve/

Chatbots Magazing . (18 de Abril de 2019). *Chatbots Magazing* . Obtenido de https://chatbotsmagazine.com/chatbot-report-2019-global-trends-and-analysis-a487afec05b

Distribuciones HICAR S.A.S. (2017). *Distribuciones HICAR*. Obtenido de https://distribucioneshicar.com.co/nuestra-empresa/´

Distribuciones HICAR S.A.S. (2017). *Distribuciones HICAR S.A.S*. Obtenido de https://distribucioneshicar.com.co/mision-2/

Distribuciones HICAR S.A.S. (2017). *Distribuciones HICAR S.A.S*. Obtenido de https://distribucioneshicar.com.co/vision/

Distribuciones HICAR S.A.S. (2017). *Distribuciones HICAR S.A.S*. Obtenido de https://distribucioneshicar.com.co/valores-corporativos/

Distribuciones HICAR S.A.S. (2017). *DISTRIBUCIONES HICAR S.A.S.* Obtenido de https://distribucioneshicar.com.co/

e informa. (05 de 2019). *e informa*. Obtenido de https://www.informacion-empresas.co/Empresa_DISTRIBUCIONES-HICAR-SAS.html

Elaine Rich, K. K. (2003). Inteligencia artificial. En K. K. Elaine Rich. Mc Graw Hill.

Ferrer, L. (s.f). Comportamiento del consumidor 2.0: nuevas realidades en entornos digitales. *REVISTAS ELECTRONICAS URBES*.

García, A. (23 de Abril de 2012). *Escuela de Oganización Industrial*. Obtenido de https://www.eoi.es/blogs/mdirmkon/2012/04/23/crm-y-la-tecnologia/

García, A. (2012). *Inteligencia Artificial: Fundamentos, Práctica y Aplicaciones.* Rc Libros.

García, S. (19 de Abril de 2019). *Planeta Chatbot*. Obtenido de https://planetachatbot.com/lia-chatbot-de-lidl-supermercados-4521963288dc

ISO . (2004). *Información pública PGR.* Obtenido de http://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/ISO%2010002%20Ed%202004QUEJAS.pdf

ISO . (2015). *Rama judicial documentos, ISO 9000.* Obtenido de https://www.ramajudicial.gov.co/documents/5454330/14491339/d2.+ntc+iso+9000-2015.pdf/ccb4b35c-ee63-44b5-ba1e-7459f8714031

Jan, C. (1991). El momento de la verdad. En C. Jan, *El momento de la verdad.* España: Ediciones Diaz de Santos.

Lidl supermercado. (consultado el 21 de agosto de 2019). *Lidl.es*. Obtenido de https://www.lidl.es/es/historia.htm

Mantilla, I. (3 de Junio de 2018). *Marketing, Ventas y Café.* Obtenido de https://isamantillablog.wordpress.com/2018/06/03/por-que-se-pierden-los-clientes/#more-261

Pérez, E. (21 de Junio de 2017). *Nanoproyectos* . Obtenido de https://nanoproyectos.com/como-crear-chatbot-facebook-chatfuel/

Plakoyiannaki, E., & Tzoka, N. (2002). Customer relationship management: A capabilities portfolio perspective. Journal of Database Management.

Puro Marketing. (17 de Febrero de 2014). *Puro Marketing*. Obtenido de Puro Marketing: https://www.puromarketing.com/88/19258/comportamiento-consumidor-actual.html

Red Nacional de Protección al Consumidor. (Consultado el 3 de julio de 2019). *Red Nacional de Protección al Consumidor*. Obtenido de http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/pqr_pub

Segura, P. (18 de Octubre de 2018). *Audiense:recursos*. Obtenido de http://recursos.audiense.com/blog/casos-de-uso-de-chatbots-que-mejoraran-la-experiencia-de-usuario-consumidor-de-tus-clientes

Serna, H. (2006). *Servicio al cliente una nueva visión: clientes para siempre : metodología y herramientas para medir su lealtad y satisfacción.* Panamericana, 3 R Editores.

Significados.com. (s.f). *Significados.com.* Obtenido de https://www.significados.com/bots/

Solórzano, G., & Aceves, J. (2013). Importacncia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El buzón de Pacioli*, 7.

Trevizan, R. (2017). *Accenture*. Obtenido de https://www.accenture.com/pe-es/success-avianca-airlines-new-chatbot-reducing-travel-stress

Turing, A. (1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind* .

Universidad del Magdalena. (19 de 02 de 2018). *Universidad del Magdalena.* Obtenido de https://www.unimagdalena.edu.co/Content/Public/Docs/Entrada_Programa1005/adjunto_1023-20180508143205_294.pdf

Vélez, B. (s.f). *Herramientas empresariales, Camara de Comercio de Medellín.* Obtenido de Herramientas empresariales, Camara de Comercio de Medellín: http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/GestiondePQRSentuempresa.aspx

Villena, J., Crespo, R., & García, J. (2011). Inteligencia en redes de comunicaciones: Historia de la inteligencia artificial. En R. C. Jullio Villena, *Inteligencia en redes de comunicaciones: Historia de la inteligencia artificial* (pág. 4). Universidad Carlos III de Madrid.

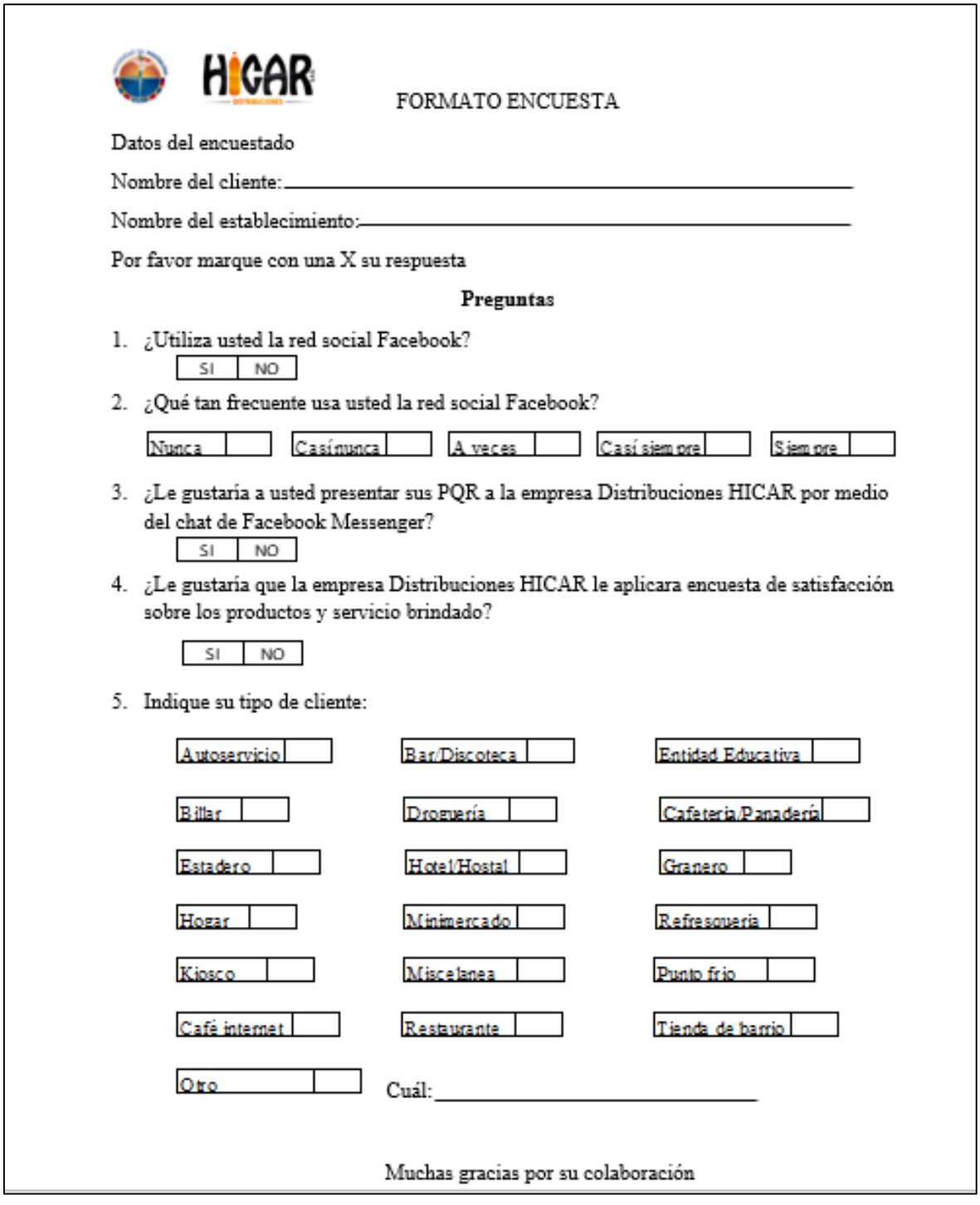
Zona ejecutiva. (23 de 08 de 2017). *Zona ejecutiva*. Obtenido de https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/tendencias/chatbots-empresas-que-se-comunican-inteligencia-artificial-noticia-1992238

7.11. Anexos

Registro PQR Distribuciones HICAR				
CÓDIGO	TIPO	CLIENTE	FECHA	MOTIVO
5823	OTROS	FATIMA EMPRESA DE TURISMO	1/06/2019	LE DEJARON EL PEDIDO INCOMPLETO
3053	TIENDA	TIENDA MARYURIS	5/06/2019	NO LE HAN LLEVADO EL RASPA Y GANA
628	HOTEL/HOSTAL	HOTEL HAWAI MAR	11/06/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
140	TIENDA	TIENDA LA ANTIOQUEÑA DE LA 10	12/06/2019	NO LE HAN LLEVADO LOS RASPA Y GANA DE LA PUBLICIDAD
1953	TIENDA	TIENDA LA FE DE DIOS	14/06/2019	NO LE HA VISITADO EL PREVENTISTA HACE UN MES
811	TIENDA	TIENDA DONDE JAIRO	15/06/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
3368	GRANERO	GRANERO EL PAISA	17/06/2019	EL PREVENTISTA NO LE VISTA, LE HAN LLEVADO PRODUCTOS VENCIDOS
5496	CAFETERIA/PANADERIA	CAFETERIA CLINICA MILAGROSA	18/06/2019	REQUIERE QUE LE TOMEN PEDIDO
792	TIENDA	TIENDA Y VARIEDADES DE LUJO	18/06/2019	INCONVENIENTE CON EL PREVENTISTA, LE TOMA MAL EL PEDIDO, NO LE VISITA
5687	TIENDA	TIENDA LA ESTRELLA	18/06/2019	NO LE HA LLEGADO EL PEDIDO
3805	HOTEL/HOSTAL	CATALUMBIA S.A.S	19/06/2019	NECESITA QUE LE TOMEN PEDIDO
5410	OTROS	INTERNET MARIA	19/06/2019	HACE 2 SEMANAS EL PREVENTISTA NO LE VISITA
811	TIENDA	TIENDA DONDE JAIRO	19/06/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
5367	OTROS	LOCAL 015 GALERIA DEL MERCADO	20/06/2019	NO LE LLEVARON EL PEDIDO
2118	TIENDA	VENTORRILLO LA 72	20/06/2019	NO LE LLEGO EL PEDIDO LAS DOS ULTIMAS VECES QUE LO HIZO
3188	MISCELANEA	MISCELANEA JAVIER ELEGANTE	21/06/2019	EL PREVENTISTA NO LE HA VISITADO
1965	TIENDA	TIENDA ENI	21/06/2019	POCA ATENCION DEL PREVENTISTA
0		VIVIANA MORALES	21/06/2019	QUIERE COMPRAR
1364	ESTADERO	ESTANCO RUMBA LICORES DONDE WILSON	22/06/2019	NO LE LLEVARON EL PEDIDO
1498	TIENDA	LC LA ECONOMIA	22/06/2019	NO LE HA VISITADO EL PREVENTISTA HACE UNA SEMANA
6533	ESTADERO	ESTADERO SELVA DE ORO	25/06/2019	NO LE HA VISITADO EL PREVENTISTA
6615	CAFETERIA/PANADERIA	REPOSTERIA CHARLES ROUSTH PRO	27/06/2019	REQUIERE QUE LE TOMEN PEDIDO
141	TIENDA	TIENDA LA 10	27/06/2019	REQUIERE QUE LE LLEVEN EL PEDIDO EN LAS HORAS DE LA MAÑANA PORQUE SIEMPRE SE LO LLEVAN EN LA NOCHE
0		ELIANA SEROA	27/06/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
2089	TIENDA	TIENDA LA SOMBRA	29/06/2019	SE QUEJA SOBRE LA ATENCION DEL PREVENTISTA, SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
2898	TIENDA	TIENDA NICOL	29/06/2019	NO LE HAN LLEVADO EL PEDIDO
2898	TIENDA	TIENDA NICOL	29/06/2019	LLAMO OTRA VEZ, NO LE HAN LLEVADO EL PEDIDO
6442	TIENDA	TIENDA BUENAVISTA	2/07/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO, INFORMA QUE NO LE LLEGO EL PEDIDO PASADO
2056	TIENDA	TIENDA PRIMAVERA	2/07/2019	DOS SEMANAS EL PREVENTISTA NO LE VISITA, SOLICTA QUE LE TOMEN PEDIDO.
0		MILENIS POLO	2/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
5258	TIENDA	TIENDA ASHLY	6/07/2019	INCONFORMIDAD CON LOS RASPA Y GANA YA QUE TIENE LAS ETIQUETAS Y NO SE LOS LLEVAN
6591	KIOSCO	KIOSCO TERPEL	8/07/2019	LE TOMARON EL PEDIDO Y NO SE LO LLEVARON LLEVA 4 DIAS ESPERANDO, VOLVIÓ A LLAMAR
6340	HOGAR	HOGAR YEPES	9/07/2019	15 DIAS EL PREVENTISTA NO LE VISITA
6005	HOGAR	HOGAR YULIETH	9/07/2019	15 DIAS EL PREVENTISTA NO LE VISITA
0		SANDRA HERNANDEZ	10/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
0		MARIA TERESA	10/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
0		DAYANA	11/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
1259	MINIMERCADO	SURTIPANCHIS	15/07/2019	LE DESPACHARON MAL EL PEDIDO
0		YAMILE CUELLO	16/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
0		CARLOS PACHECO	17/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
1105	CAFETERIA/PANADERIA	PANADERIA VLLA ESPERANZA	18/07/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
2062	GRANERO	PROVISIONES EL PUEBLITO	18/07/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
0		MARIA TERESA	18/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
2321	TIENDA	DOÑA MARLY	19/07/2019	NO LE LLEVAN LOS PEDIDOS, MALA ATENCION DE DISTRIBUCION
2046	TIENDA	TIENDA LA ESPERANZA	19/07/2019	LE LLEVARON UN PRODUCTO QUE NO PIDIO
268	HOTEL/HOSTAL	HOTEL HAWAI MAR	22/07/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
0	MISCELANEA	VARIEDADES CARITO	22/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
0	OTROS	CENTRO DE ORDEN DE COMUNICACIÓN	22/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS

6651	TIENDA	LA CARPA ROJA	22/07/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
4284	TIENDA	TIENDA EL CAMPITO	22/07/2019	LE LLEVARON EL PEDIDO INCOMPLETO
0		GERMAN BALAGUERA	24/07/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
141	TIENDA	TIENDA LA 10	25/07/2019	SOLICITA QUE LE LLEVEN LOS PEDIDOS ANTES DE MEDIO DIA
5832	MISCELANEA	VARIEDADES DAYLIN	27/07/2019	NO LE LLEGAN LOS PEDIDOS QUE LE TOMA EL PREVENTISTA
4391	BILLAR	BILLAR MONTERY	30/07/2019	SOLICITA EL CAMBIO DE LA MALTIMAX O REEMBOLSO
4577	OTROS	QUE BONITA VENCIDAD	30/07/2019	SOLICITA QUE LE ASIGNEN NUEVAMENTE UN PREVENTISTA
5236	HOGAR	HOGAR CARMEN	1/08/2019	LE LLEGO UN PRODUCTO AVERIADO
0		ANDREA ANGULO	1/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
3805	HOTEL/HOSTAL	CATALUMBIA S.A.S	5/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
6283	TIENDA	TIENDA LA BENDICION DE DIOS	6/08/2019	LE LLEGO EL PEDIDO INCOMPLETO
6065	AUTOSERVICIO	AUTOSERVICIO SANTA LUCIA	8/08/2019	LE LLEGO EL PEDIDO INCOMPLETO
4441	MINIMERCADO	MERCADIARIO SARITA	8/08/2019	INCONVENIENTE CON EL PREVENTISTA, LE TOMA MAL EL PEDIDO, NO LE VISITA
0		JOSE TORRES	8/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
1675	REFRESQUERIA	REFRESQUERIA Y LICORERIA DE LICORES	10/08/2019	SOLICITA ACTUALIZACION DE DIRECCION
6763	MISCELANEA	VARIEDADES ANYJOU	12/08/2019	LE LLEGO EL PEDIDO INCOMPLETO
2331	TIENDA	TIENDA EL PROGRESO DE GAIRA	12/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
601	TIENDA	DA. SAN CARLOS	12/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
6568	HOGAR	HOGAR YENI	13/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
6608	MINIMERCADO	PROVISIONES ISSIS	13/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
3182	TIENDA	TIENDA EL AMOR DE DIOS	13/08/2019	LE LLEGO EL PEDIDO INCOMPLETO
4343	TIENDA	TIENDA KATTY	13/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
4391	BILLAR	BILLAR MONTERY	14/08/2019	SOLICITA QUE LE CAMBIEN LAS MALTIMAX
5460	CAFETERIA/PANADERIA	PANADERIAS Y TORTAS LA TENTACION	14/08/2019	LE DIERON LOS VUELTOS INCOMPLETOS
0	TIENDA	LA PRIMAVERA	15/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
4788	TIENDA	TDA. RESALTO	16/08/2019	INCONVENIENTES CON EL CONDUCTOR Y ENTREGADOR, NO LE LLEVAN LOS PEDIDOS, SON GROSEROS
676	TIENDA	TIENDA EL RECREO	17/08/2019	QUEDARON PENDIENTE LOS VUELTOS
4038	TIENDA	TIENDA LA MILAGROSA	20/08/2019	INCONVENITES CON EL CONDUCTOR Y ENTREGADOR, SON GROSEROS LE TIRAN LAS GASEOSAS
3165	ESTADERO	ESTANCO FRANCO	21/08/2019	SOLICITA QUE LE VISITE EL PREVENTISTA
3435	MISCELANEA	VARIEDADES J J	21/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
4142	TIENDA	TDA GABRIEL	21/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
2056	TIENDA	TIENDA PRIMAVERA	21/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
6369	TIENDA	TIENDA EVA Y HELLEN	21/08/2019	LE LLEGO EL PEDIDO INCOMPLETO
1477	TIENDA	TDA. LA DIVISA	22/08/2019	NO LE HICIERON EL DESCUENTO, LE LLEVARON EL PEDIDO INCOMPLETO
6099	TIENDA	TIENDA FELA	22/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
5818	TIENDA	TDA SUPER EXITO	22/08/2019	SOLICITA CAMBIO DE PREVENTISTA, QUE LE LLEVEN LOS PEDIDOS EN LA MAÑANA
5818	TIENDA	TDA SUPER EXITO	24/08/2019	EL PREVENTISTA NO LE VISITO, SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
0		ZULAY BARROS	24/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
0		ZULAY BARROS	24/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
5818	TIENDA	TDA SUPER EXITO	26/08/2019	EL PREVENTISTA NO LE VISITO, SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
2466	TIENDA	DA. LOS BUCAROS	26/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
2466	TIENDA	TDA. LOS BUCAROS	26/08/2019	EL PREVENTISTA NO LE VISITA
0		ZULAY BARROS	26/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
6608	MINIMERCADO	PROVISIONES ISSIS	27/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
0	OTROS	DISTRIBUCIONES LA PRIMAVERA	27/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
1515	TIENDA	TDA. KEILOT	28/08/2019	SOLICITA CAMBIO DE PRODUCTO AVERIADO
0	TIENDA	TIENDA LA CASA DEL ALFARERO	28/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
1515	TIENDA	TDA. KEILOT	28/08/2019	SOLICITA CAMBIO DE PRODUCTO AVERIADO
0		CRISTIAN NIETO	28/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS
6495	PUNTO FRIO	PUNTO FRIO ANDREA PAZ	29/08/2019	SOLICITA QUE LE TOMEN PEDIDO
791	TIENDA	TDA NO HAY COMO DIOS	29/08/2019	SE QUEJAPOR LA ATENCION DEL ENTREGADOR
6170	TIENDA	TIENDA LOS CUCUTEÑOS	30/08/2019	NO LE LLEVAN LOS PEDIDOS.
0		ANGELO PEREZ	31/08/2019	ESTA INTERESADA EN LOS PRODUCTOS

Formato encuesta aplicada



FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: _____

Nombre del establecimiento: _____

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafetería/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresquería	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

Datos recolectados de la encuesta

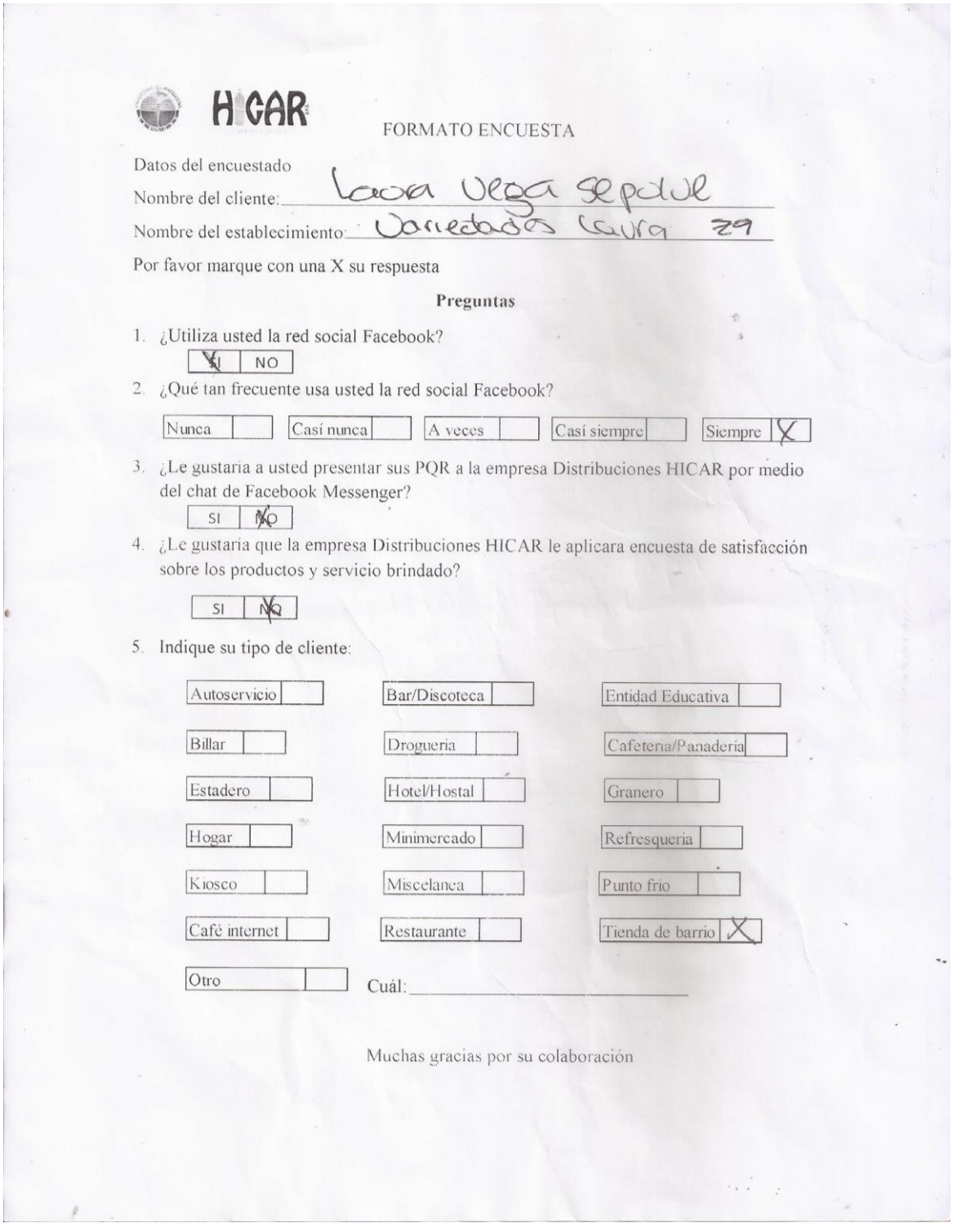
¿Utiliza usted la red social Facebook?	
SI	18
NO	2
Total	20

¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?	
Nunca	2
Casí nunca	0
A veces	6
Casí siempre	2
Siempre	10
Total	20

¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?	
SI	17
NO	3
Total	20

¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?	
SI	19
NO	1
Total	20

Evidencia encuesta aplicada



HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Laura Vega Septul

Nombre del establecimiento: Variedades Laura 29

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	X	NO	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	X

3. ¿Le gustaria a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI		NO	X

4. ¿Le gustaria que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI		NO	X

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Drogueria		Cafeteria/Panaderia	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresqueria	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	X
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR DISTRIBUCIONES

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Gabriela Pabón L.

Nombre del establecimiento: Hogar Gabi

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casí nunca	A veces	Casí siempre	Siempre
		X		

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafeteria/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar X	Minimercado	Refresqueria
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio

Otro ____ Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Diana Jaimes

Nombre del establecimiento: tda las Flores.

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
	X

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
X				

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
	X

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Drogueria	Cafeteria/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresqueria
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio X
Otro		

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Mercadito la Cuarta de San Pedro. (1576)

Nombre del establecimiento: Camilo Gonzales cel = 3043810374

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
	X

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
/				

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
	X

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafetería/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresquería
Kiosco	Miscelanea	Punto frío
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio /
Otro		

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Nestor Peñaloza Barragan.

Nombre del establecimiento: Tda La chinita

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces	X	Casi siempre		Siempre	

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafetería/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresquería	
Kiosco		Miscelánea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	X
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

Zona 8

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Karina Suarez cel = 3153115613

Nombre del establecimiento: Santander. cod = 1573

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
✓	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		✓		

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
✓	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
✓	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafetería/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresquería
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio ✓
Otro		

Cuál. _____

Muchas gracias por su colaboración

Zona #12

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Jesús Sandrea Arapé

Nombre del establecimiento: Tienda León #12

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		X		

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafetería/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresquería
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio X
Otro		

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Isacus Sumito Tosco israel Samento patino@com.

Nombre del establecimiento: Tde Elizabeth 27

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI X	NO

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casí nunca	A veces	Casí siempre	Siempre
		X		

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI X	NO

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI X	NO

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio [ ]	Bar/Discoteca [ ]	Entidad Educativa [ ]
Billar [ ]	Droguería [ ]	Cafeteria/Panadería [ ]
Estadero [ ]	Hotel/Hostal [ ]	Granero [ ]
Hogar [ ]	Minimercado [ ]	Refresqueria [ ]
Kiosco [ ]	Miscelanea [ ]	Punto frio [ ]
Café internet [ ]	Restaurante [ ]	Tienda de barrio [X]
Otro [ ]	Cuál: ______	

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: ADIEL CARDASCAL

Nombre del establecimiento: TIA UCLINO

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	X	NO	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces	✓	Casi siempre		Siempre	

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	✓	NO	

4. ¿Le gustaria que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	✓	NO	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafeteria/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresqueria	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	✓
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: ANDRES CERUNTE SALGUERO

Nombre del establecimiento: TIENDA EL NISPERO 72

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

   SI [X] NO [ ]

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

   Nunca [ ] Casi nunca [ ] A veces [ ] Casi siempre [ ] Siempre [X]

3. ¿Le gustaria a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

   SI [X] NO [ ]

4. ¿Le gustaria que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

   SI [X] NO [ ]

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio [ ]	Bar/Discoteca [ ]	Entidad Educativa [ ]
Billar [ ]	Droguería [ ]	Cafeteria/Panadería [ ]
Estadero [ ]	Hotel/Hostal [ ]	Granero [ ]
Hogar [ ]	Minimercado [ ]	Refresqueria [ ]
Kiosco [ ]	Miscelanea [ ]	Punto frio [ ]
Café internet [ ]	Restaurante [ ]	Tienda de barrio [X]

Otro [ ] Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR DISTRIBUCIONES

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Carlos Adley Mancilla López

Nombre del establecimiento: TD Flor naciente 27

Por favor marque con una X su respuesta

adley209@Hotmail.com

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

   [X] SI [ ] NO

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

   Nunca [ ] Casi nunca [ ] A veces [ ] Casi siempre [ ] Siempre [X]

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

   [X] SI [ ] NO

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

   [X] SI [ ] NO

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio [ ]	Bar/Discoteca [ ]	Entidad Educativa [ ]
Billar [ ]	Droguería [ ]	Cafetería/Panadería [ ]
Estadero [ ]	Hotel/Hostal [ ]	Granero [ ]
Hogar [ ]	Minimercado [ ]	Refresquería [ ]
Kiosco [ ]	Miscelánea [ ]	Punto frío [ ]
Café internet [ ]	Restaurante [ ]	Tienda de barrio [X]
Otro [ ]	Cuál: ______	

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: William Sarmiento

Nombre del establecimiento: Tda Villanueva.

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	X

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafeteria/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresqueria	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	X
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

Zona 11.

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Leidy Barragan Vesga.

Nombre del establecimiento: Mercadito Sol.

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	X

3. ¿Le gustaria a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafeteria/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresqueria	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante		Tienda de barrio	X

Otro | | Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Z-3

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Daniel Barrios

Nombre del establecimiento: San Rafael Arcangel

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
				X

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafeteria/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresqueria
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio X
Otro		

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Yleinet Martinez Tapia

Nombre del establecimiento: Tienda el cielo 29

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
			X	

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Drogueria	Cafeteria/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresqueria
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio X

Otro ____ Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

Zona 11

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Ofelia Vesga Patiño.

Nombre del establecimiento: Delicias de Mar.

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	X

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

Si	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente.

Autoservicio		Bar/Discoteca		Entidad Educativa	
Billar		Droguería		Cafeteria/Panadería	
Estadero		Hotel/Hostal		Granero	
Hogar		Minimercado		Refresqueria	
Kiosco		Miscelanea		Punto frio	
Café internet		Restaurante	X	Tienda de barrio	
Otro					

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: José DAVID ORTEGA DOR. AV.

Nombre del establecimiento: Estadero colibri 22

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
				X

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Droguería	Cafetería/Panadería
Estadero X	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresquería
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio
Otro		

Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Juan Bohorquez

Nombre del establecimiento: tda Est-Buenavista

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
				X

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Drogueria	Cafeteria/Panadería
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresqueria
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio
Otro X	Cuál: tda Estadero	

Muchas gracias por su colaboración

Zona #12

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: Ruth Martinez Campo

Nombre del establecimiento: Local Comercial Donde Ingrid. Terminal de Transporte

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

SI	NO
X	

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
			X	

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

SI	NO
X	

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

SI	NO
X	

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio	Bar/Discoteca	Entidad Educativa
Billar	Drogueria	Cafeteria/Panaderia
Estadero	Hotel/Hostal	Granero
Hogar	Minimercado	Refresqueria X
Kiosco	Miscelanea	Punto frio
Café internet	Restaurante	Tienda de barrio

Otro ____ Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración

HICAR

FORMATO ENCUESTA

Datos del encuestado

Nombre del cliente: STEFAN ANDRES ORTIZ HERNANDEZ

Nombre del establecimiento: HOGAR ORTIZ

Por favor marque con una X su respuesta

Preguntas

1. ¿Utiliza usted la red social Facebook?

   SI [X] NO [ ]

2. ¿Qué tan frecuente usa usted la red social Facebook?

   Nunca [ ] Casi nunca [ ] A veces [ ] Casi siempre [ ] Siempre [X]

3. ¿Le gustaría a usted presentar sus PQR a la empresa Distribuciones HICAR por medio del chat de Facebook Messenger?

   SI [X] NO [ ]

4. ¿Le gustaría que la empresa Distribuciones HICAR le aplicara encuesta de satisfacción sobre los productos y servicio brindado?

   SI [X] NO [ ]

5. Indique su tipo de cliente:

Autoservicio [ ]	Bar/Discoteca [ ]	Entidad Educativa [ ]
Billar [ ]	Droguería [ ]	Cafeteria/Panadería [ ]
Estadero [ ]	Hotel/Hostal [ ]	Granero [ ]
Hogar [X]	Minimercado [ ]	Refresqueria [ ]
Kiosco [ ]	Miscelanea [ ]	Punto frio [ ]
Café internet [ ]	Restaurante [ ]	Tienda de barrio [ ]

Otro [ ] Cuál: _____

Muchas gracias por su colaboración