



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE (S) MARIA CAROLINA APELLIDO (S): CÉSPEDES SÁNCHEZ

NOMBRE (S) CARMEN BELÉN APELLIDO (S): NAVARRO SOTO

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S) JOSÉ DIÓGENES APELLIDO (S) CHINCHILLA CELIS

TÍTULO DE LA TESIS: AUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA
EMPRESA DISTRIBUIDORA VILLAMIZAR GÓMEZ EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN

Este trabajo presenta el diagnóstico la calidad del servicio al cliente de la Distribuidora Villamizar Gómez, para medir el nivel de satisfacción y elaborar un programa permanente de auditoría de servicio. Se formulan las estrategias necesarias para el mejoramiento de la calidad de servicio, creando mecanismos para conocer los requerimientos y las expectativas actuales y futuras de los clientes actuales y potenciales.

Se diseñan el sistema para dar respuesta a quejas, dudas, comentarios y diversas preocupaciones manifestada por los cliente; así mismo, se realiza auditoría para tener el control de todas sus áreas, reduciendo ampliamente los costos de la Empresa.

PALABRAS CLAVES: auditoría, servicio, cliente, satisfacción.

PÁGINAS 111 PLANOS ILUSTRACIONES CD-ROM 1

**AUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA
VILLAMIZAR GÓMEZ EN LA CIUDAD DE CÚCUTA**

**MARIA CAROLINA CÉSPEDES SÁNCHEZ
CARMEN BELÉN NAVARRO SOTO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2012**

**AUDITORÍA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA
VILLAMIZAR GÓMEZ EN LA CIUDAD DE CÚCUTA**

**MARIA CAROLINA CESPEDES SÁNCHEZ
CARMENBELENNAVARROSOTO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al
título de Administrador Financiero**

**Director
JOSÉ DIÓGENES CHINCHILLA CELIS
Licenciado en Filología e Idiomas**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2012**



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

HORA: 10:00 A.M.
FECHA: FEBRERO 29 DE 2012
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: JOSE ANTONIO SAENZ SANCHEZ
ALVARO CARRILLO
LUIS AUGUSTO FORERO

TITULO DE LA TESIS: AUDITORIA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA VILLAMIZAR GOMEZ EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

DIRECTOR: JOSE DIOGENES CHINCHILLA CELIS

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
MARIA CAROLINA CESPEDES SANCHEZ	1490142	4.0	CUATRO, CERO
CARMEN BELEN NAVARRO SOTO	1490154	4.0	CUATRO, CERO

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:


VoBo.




COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Este trabajo de Grado está dedicado primeramente a Dios por darnos la fuerza suficiente, el conocimiento y la perseverancia que nos permitió culminar estos cinco años para lograr el título de Administradoras Financiera.

A Blanca Miriam Sánchez, mi madre querida; por su apoyo incondicional y mi más grande gratitud y amor.

A mi esposo Jairo Bolívar, con todo mi amor.

A mis hijos maravillosos Sebastián Bolívar C. y Santiago Bolívar C.

María Carolina Céspedes Sánchez

A mis padres José Hilario Navarro y Luisa María Soto, por todo su amor y dedicación.

A mi hermana Juana Navarro, por su constante apoyo incondicional y por ser mi mano derecha en el logro de esta meta.

A Carlos Manrique, mi futuro esposo con todo mi amor.

Carmen Belén Navarro Soto

AGRADECIMIENTOS

A los docentes Jorge Enrique Rodríguez G., José Antonio Sáenz, Juan Carlos Calderón, Guillermo Reyes y Alvaro Carrillo, por su dedicación para orientarnos en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

A la Universidad Francisco de Paula Santander, por brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente, a nuestra familias por su apoyo incondicional.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. EL PROBLEMA	15
1.1 TÍTULO	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.5 JUSTIFICACIÓN	17
1.6 OBJETIVOS	18
1.6.1 Objetivo general	18
1.6.2 Objetivos específicos	18
1.7 DELIMITACIONES Y ALCANCES	18
1.7.1 Temática	18
1.7.2 Espacial	18
1.7.3 Temporal	18
2. MARCO DE REFERENCIA	19
2.1 ANTECEDENTES	19
2.2 BASES TEÓRICAS	20
2.2.1 Canales de distribución para productos de consumo masivo	20
2.2.2 Del servicio al cliente	20
2.2.3 Bases teóricas de la auditoría	21

2.2.4 Concepción de clientes global de la gestión	22
2.2.5 Auditoría del servicio	23
2.2.6 La auditoría de servicio y la calidad total	24
2.2.7 Marco conceptual	25
2.3 BASES LEGALES	26
3. DISEÑO METODOLÓGICO	33
3.1 TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	33
3.1.1 Diseño de la investigación	33
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.3 MUESTRA	33
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
3.4.1 Información primaria	35
3.4.2 Información secundaria	35
3.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	36
4. ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO	37
4.1 RECURSOS	37
4.1.1 Humanos	37
4.1.2 Materiales	37
4.1.3 Locativos	37
4.1.4 Instrumentales	38
4.1.5 Institucionales	38
4.1.6 Financieros	38
4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	38

5. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	40
5.1 GENERALIDADES	41
5.1.1 Clase empresarial	41
5.1.2 Sector económico	42
5.1.3 Reseña histórica	42
5.1.4 Ubicación y cobertura	43
5.1.5 Portafolio de productos	43
5.1.6 Perfil de los clientes	45
5.1.7 Focalización estratégica	45
5.1.8 Misión	45
5.1.9 Visión	46
5.1.10 Objetivos corporativos	46
5.1.11 Organigrama	49
5.1.12 Comunicación gráfica	50
5.1.13 Comunicación del servicio	51
5.1.14 Comunicación del producto	52
5.1.15 Identidad e Imagen	52
5.2 ANÁLISIS PEST Y ANÁLISIS DOFA	52
5.2.1 Análisis PEST	52
5.2.2 Análisis DOFA	53
5.2.3 Hoja de trabajo	54
5.2.4 Matriz de impacto DOFA	54
5.2.5 Formulación de estrategias DOFA	57
5.3 EJECUCIÓN DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO	57

5.3.1 Planeación de la auditoría del servicio	57
5.3.2 Definición de los objetivos de la auditoría del servicio	57
5.3.3 Análisis del ciclo de servicio	59
5.3.4 Diseño de la herramienta de medición	63
5.3.5 Índices de satisfacción	63
5.3.6 Aplicación de la encuesta	63
5.4 PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGÍA DE SERVICIO	87
5.4.1 Talento humano	87
5.4.2 Procesos internos	88
5.4.3 Comunicación	88
5.4.4 Contacto telefónico	88
5.4.5 Contacto presencial	90
5.4.6 Quejas y reclamos	93
5.4.7 Difusión de la estrategia	94
5.4.8 Implementación de la estrategia en el área de logística y distribución	95
6. CONCLUSIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	99