

Diseño del Sistema PORS para la Empresa Mercallantas S.A.  
Sede Santiago de Cali

Yuly Andrea Garcia Solarte  
Monica Lorena Sandoval Osorio

Trabajo de Grado para optar el título de Administradores de Empresas

Fundación Universitaria San Martín  
Facultad de Administración de Empresas

Noviembre 2016

Palmira Valle del Cauca

**DISEÑO DEL SISTEMA PQRS PARA LA EMPRESA MERCALLANTAS S.A.  
SEDE SANTIAGO DE CALI**

**YULI ANDREA GARCÍA SOLARTE  
MONICA LORENA SANDOVAL OSORIO**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2016**

**DISEÑO DEL SISTEMA PQRS PARA LA EMPRESA MERCALLANTAS S.A.  
SEDE SANTIAGO DE CALI**

**YULI ANDREA GARCÍA SOLARTE  
MONICA LORENA SANDOVAL OSORIO**

**Trabajo de grado para optar por el título de administradores de empresas**

**Tutor:  
Heidi Castañeda Cardona**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2016**

## CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	14
3.OBJETIVOS .....	15
3.1 OBJETIVO GENERAL .....	15
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	15
4. JUSTIFICACIÓN .....	16
5. MARCO DE REFERENCIA .....	18
5.1 MARCO TEÓRICO .....	18
5.2 MARCO CONTEXTUAL .....	27
5.2.1 Macrolocalización .....	29
5.2.2 Microlocalización .....	31
5.3 MARCO TEMPORAL .....	31
6. METODOLOGÍA.....	32
6.1 ENFOQUE .....	32
6.2 TIPO DE ESTUDIO.....	32
6.3 DISEÑO .....	32
6.4 POBLACIÓN .....	33
6.5 MUESTRA .....	33
6.5.1 Para el diagnostico interno .....	33

<b>6.5.2 Para el diagnostico externo .....</b>	<b>34</b>
<b>6.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....</b>	<b>34</b>
<b>6.6.1 Fuentes primarias .....</b>	<b>34</b>
<b>6.6.2 Fuentes secundarias .....</b>	<b>34</b>
<b>7. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL AREA COMERCIAL.....</b>	<b>35</b>
<b>8. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>44</b>
<b>9.CARATERIZACION DEL PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE.....</b>	<b>46</b>
<b>10. PROTOCOLO DEL SISTEMA PQRS.....</b>	<b>52</b>
<b>11.PLAN DE TRATAMIENTO DE LA PQRS .....</b>	<b>65</b>
<b>12. CONCLUSIONES .....</b>	<b>66</b>
<b>13. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>

**BIBLIOGRAFÍA**

**GLOSARIO**

**ANEXOS**

## **1. INTRODUCCION**

Con el crecimiento constante de las organizaciones y con un entorno altamente competitivo, las empresas no solo se han preocupado porque sus procesos productivos sean los más eficientes y mejorados, sino que el área del servicio al cliente se convierta en el departamento clave para medirse y establecer relación directa con quienes determinan su validez y rentabilidad en el mercado.

Existen algunas herramientas básicas que permiten la medición de dichas satisfacciones o insatisfacciones según sea el caso o la circunstancia que se presente, y una de estas son los sistemas de PQRS que le permiten al cliente poner en ejercicio sus derechos de presentar de manera respetuosa peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, respecto de cualquier trámite o servicio que sea competencia de la organización, y sobre el cual se presente algún grado de inconformidad, por falta de oportunidad de la información, desarrollo de la actuación así como de la deficiencia o baja calidad de las mismas.

Por ello, dentro de las empresas debe existir una sección especial encargada de atender las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias de los clientes y ser la responsable de generar en gran parte la fidelización del mercado actual, haciendo que las ventas generen un valor agregado al conectar de forma estrecha al comprador con los productos y servicios que ofrece la empresa.

Muchas compañías han cedido importantes posiciones en el mercado debido a descuidos en la división del área de servicio al cliente y saben que estas faltas cometidas con sus compradores representan pérdidas muy valiosas, puesto que se debe reconocer que los PQR's son generados por una razón valedera y generalmente es por aquello que causa algún nivel de insatisfacción del cliente acerca del producto o los productos y/o servicios que adquirió con la empresa y

que fueron notados por él en una etapa temprana o media del uso del producto o servicio.

Mediante esta investigación se evidencia la importancia de atender como son debidas las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS) de los clientes ya que estos representan la continuidad y afianzamiento de la relación comercial entre la empresa y el cliente. Para lo cual, es necesario y de gran importancia implementar un modelo de servicio al cliente (recepción y respuesta de PQR'S) que brinde el desarrollo completo desde el inicio del requerimiento hasta la respuesta que desean los clientes. Se requiere evaluar con detalle la línea del proceso paso a paso, los inconvenientes y demoras que surgen, a su vez comparar con otras entidades similares o con más experiencias y resultados satisfactorios en este sensible ámbito, el modo en cómo se desarrolla y las mejoras que se pueden rescatar, para proponer un sistema de PQRS para la empresa Mercallantas S.A.



### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**