LA AUDITORIA DEL SERVICIO

LUZ YANETH CORTES

IVONNE DÍAZ

NUBIA GUZMAN

Corporación de Educación Superior 'UNITEC'

Facultad de Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes

Bogotá D.C.

2002

LA AUDITORIA DEL SERVICIO

LUZ YANETH CORTES

IVONNE DÍAZ

NUBIA GUZMAN

Monografía para optar al título de Administración
de Aerolíneas y Agencias de Viajes

DIRECTORES
JORGE SÁNCHEZ
ORLANDO AGUIRRE
CARLOS LEÓN

Corporación de Educación Superior 'UNITEC'

Facultad de Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes

Bogotá D.C.

2002

Por estos días estoy despidiéndome de mi vida universitaria, me preparo a luchar por recoger los frutos de casi 18 años de estudio. Ahora es cuando agradezco y dedico mis triunfos a Dios, a mis padres por todo su apoyo y amor durante todo el camino, a mis hermanos, amigos y por su puesto a mis más grande inspiración (BSB). Por estar ahí en los altos y bajos de mi vida.

Gracias. Love Ya...

Ivonne Díaz

Doy Gracias a todos los que me apoyaron y me impulsaron a lograr esta meta, con la cual espero en un futuro cibir muchos beneficios para mi y todos los que me rodean.

Nubia Guzmán

Agradezco y dedico todo lo que e logrado en mi vida a Dios quien es mi inspiración y fortaleza; a mis padres, a mis hermanos y a mi amigo;quienes por su apoyo he logrado alcanzar mis triunfos.

Gracias.

Luz Yaneth Cortés

AGRADECIMIENTOS

- A la decana Dra. Gloria Elsa Duque, por su orientación y apoyo constante en el desarrollo de nuestra carrera.

- A nuestros asesores Jorge Sánchez, Orlando Aguirre, Carlos León, por su orientación durante la realización de este trabajo.

- Al personal de FAVIDI como: Dra. Maria Emma Goméz Goméz, Dra. Patricia Dominguez, Dra. Irina Osorio, Dr. Fabio Enrique Triana Suarez, Dr. Miguel Martinez Guevara y Dr. Misael Antonio Diaz; quienes nos colaboraararón con la información requerida.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo fue realizado para analizar y entender el modo de organización unido con el objeto social de Fondo de Ahorro y Vivienda Distrital (FAVIDI).

La anterior justificación cuenta con una autonomía administrativa, con el propósito de atender el pago oportuno del auxilio de cesantías para los trabajadores del Distrito; Así pudimos analizar los puntos de servicio al cliente y enfrentarnos a la retroalimentación para lograr una mejor competitividad.

Fue importante enfocarnos en esta empresa porque cuenta con valores corporativos que hacen surgir la empresa obteniendo una mayor satisfacción del afiliado.

Analizamos puntos específicos como las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas; para dar a conocer lo que el fondo ofrece y a partir de esto buscar una estrategia empresarial de servicio al cliente.

Finalmente verificamos toda la información con la cual esperamos brindarle al fondo estrategias que puedan cooperar para ofrecer un mejor servicio y poder acrecentar la visión propuesta por el fondo.

OBJETIVOS

- Con nuestra monografía, queremos brindar un plan estratégico de servicio al cliente que contribuya al mejoramiento de FAVIDI.
- Diseñar un plan estratégico de servicio que sea una iniciativa para mejorar el servicio al cliente, en el departamento de Cesantías de FAVIDI.
- Con nuestra monografía determinar las necesidades y expectativas del cliente.
- Cumplir con las expectativas que se dieron al principio del diplomado.

TABLA DE CONTENIDO

1. MARKETING DE SERVICIOS

1.1. QUE ES SERVICIO

Servicio es el producto intangible que comprende una acción, una ejecución o un esfuerzo que no puede poseerse físicamente.

1.2. SERVICIO AL CLIENTE

Actividad que agrega valor a un producto.

1.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

- Intangibilidad.
- Inseparabilidad de la producción y el consumo.
- Perecibilidad.
- Heterogeneidad.
- Relaciones basadas en el cliente.
- Contacto con el cliente.

1.4. CALIDAD DEL SERVICIO

Es la percepción que tiene los clientes sobre qué tan bien es un servicio, si satisface o excede sus expectativas.

1.4.1. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR PARTE DEL CONSUMIDOR

- Cualidades de búsqueda: Son los atributos tangibles que pueden evaluarse antes de comprar un producto.
- Cualidades de experiencia: Son atributos que pueden evaluarse solo durante la compra y el consumo de un servicio.
- Cualidades de creencia: Son atributos que que quizá los consumidores no pueden evaluar incluso después de comprar y consumir un servicio.

1.4.2. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

- **TANGIBILIDAD**

Apariencia de las instalaciones físicas, apariencia del personal de servicio, herramientas y equipos que se utilizan para la prestación del servicio.

- **CONFIABILIDAD**

Exactitud y confiabilidad en la facturación o en el mantenimiento de los registros, suministrar los servicios en el momento acordado.

- **SENSIBILIDAD**

Devolución de las llamadas telefónicas de clientes, suministro de un pronto servicio, manejo de solicitudes urgentes.

- **SEGURIDAD**

Conocimiento y capacidades de los empleados, reputación y buen nombre de la empresa, características personales de los empleados.

- **EMPATIA**

Escuchar las necesidades del cliente, preocupación por los intereses del cliente, suministro de una atención personalizada.

1.4.3. MODELO DE CALIDAD DE UN SERVICIO

Comprender las necesidades del cliente.

- Investigación de mercados.
- Comunicación abierta con los empleados.

Especificaciones de la calidad del servicio.

- Objetivos del servicio.
- Compromiso de la gerencia para un servicio de calidad.

Desempeño de los empleados.

- Entrenamiento de los empleados.
- Sistema de evaluación y compensación.

Manejo de las expectativas del servicio.

- Publicidad.
- Buena comunicación interna.

1.5. DESARROLLO DEL MARKETING DE SERVICIOS

1.5.1. LOS DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS DE MARKETING DE SERVICIOS

- Escenario globalizado.
- Evolución tecnológica.
- Nuevo perfil de los clientes.
- Equipos de Mercadeo para identificar necesidades de los clientes.
- Proponer solución que satisfagan las necesidades.
- Intensificar la competencia.

1.5.2. ESTRATEGIAS PARA NO PERDER CLIENTES

- El marketing actual se orienta al establecimiento de relaciones entre la empresa y el cliente.
- El éxito de las empresas de servicio y sus marcas depende de las relaciones de satisfacción del cliente.

1.5.3. COMO VALORIZAR ESTRATÉGICAMENTE LOS SERVICIOS

- Investigar las necesidades y deseos de los consumidores.
- Soluciones innovadoras que la competencia no pueda brindar de inmediato.
- Aspectos tangibles e intangibles.
- Alta satisfacción de los clientes como medio para retenerlo.

1.5.4. COMO MANTENER LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR DE SERVICIOS

- Replantear la empresa en función del cliente y no de sus servicios.
- Crear medios para permanecer más cerca de sus clientes.
- Convertirse en un atento observador de tendencias.
- Introducir mejoramiento continuo en sus servicios.
- Buscar permanentemente ideas nuevas , no importa que permanezcan demasiado atrevidas.

2. ANALISIS SITUACIONAL

2.1. MICROAMBIENTE INTERNO

2.1.1. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

Fondo de Ahorro y Vivienda Distrital (FAVIDI).

2.1.2. RAZÓN SOCIAL

Este fondo se encarga de pagar oportunamente el auxilio de cesantías a los empleados oficiales del distrito, al servicio de la Administración Central, Fondos Rotatorios y Entidades Descentralizadas del Distrito y otros organismos que se afilien.

Contribuir a la solución del problema de vivienda de los empleados y trabajadores de las entidades afiliadas al fondo.

2.1.3. RESEÑA HISTÓRICA

A principios de los años setenta las prestaciones sociales de los trabajadores del Distrito (pensiones, cesantías, salud etc.) estaban a cargo de la Caja de Previsión Social. Los aportes e ingresos de la Caja no eran suficientes para atender el pago oportuno de las prestaciones de sus afiliados, acumulando déficits cada vez mayores a lo largo de los años.

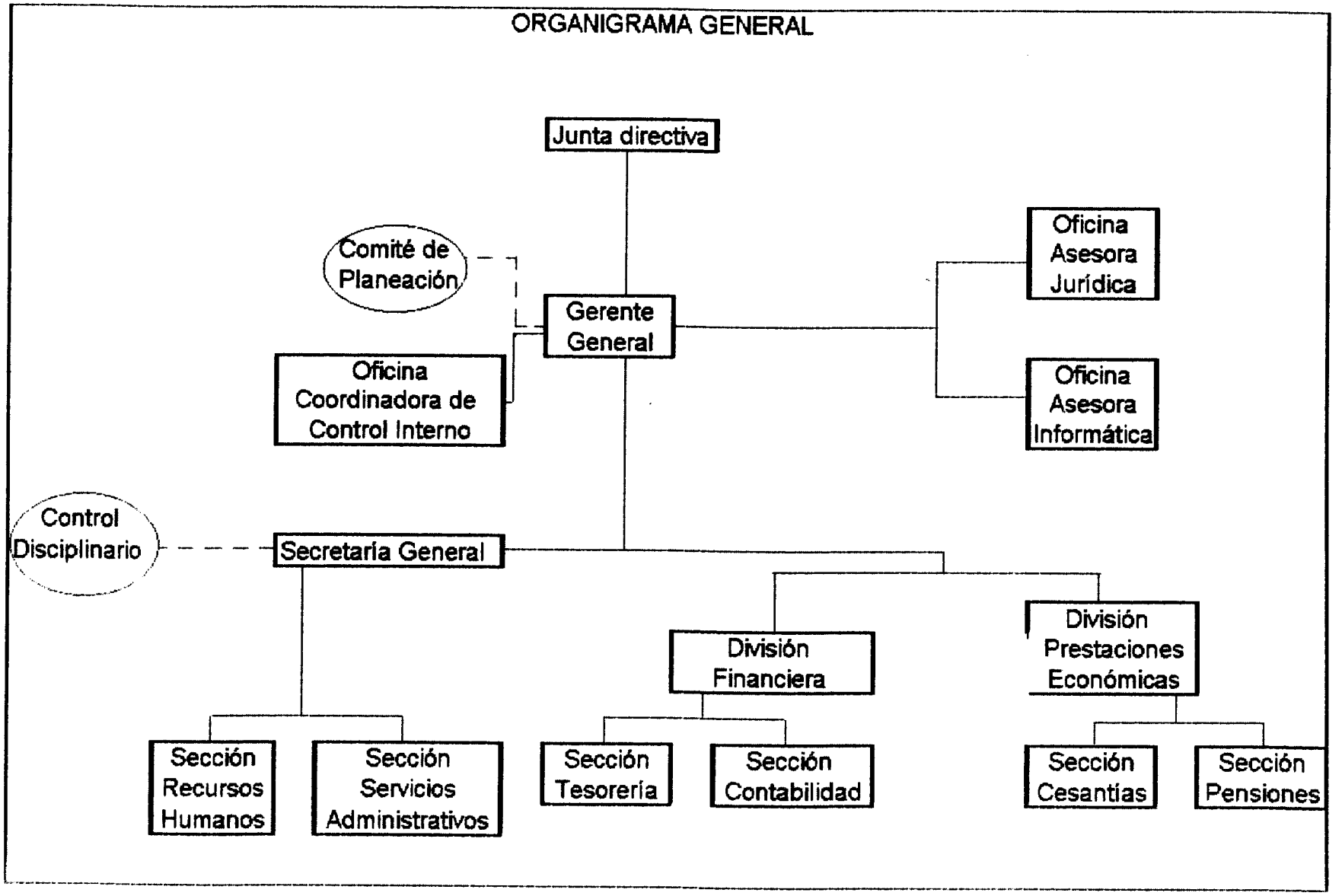
Como solución, se planteó la creación de una entidad que se encargara de la atención de parte de las prestaciones a cargo de la Caja. Fue así como nació FAVIDI. Fue creado por el Acuerdo 2 del Consejo de Bogotá en 1977 como un

FAVIDI. Fue creado por el Acuerdo 2 del Consejo de Bogotá en 1977 como un Establecimiento Público descentralizado, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, con el propósito, entre otros, de atender el pago oportuno del auxilio de cesantías de los trabajadores del Distrito.

Igualmente, en 1996, el FAVIDI se le asignó la operación y funcionamiento del Fondo de Pensiones Públicas de Bogotá incluyendo el reconocimiento y pago de las mesadas pensiónales y el manejo de los expedientes de los pensionados.

En Diciembre de 2000, con la expedición del Decreto 1150 el Gobierno Distrital modifico lo anterior, asignándole a la Secretaria de Hacienda el manejo de los expedientes de los pensionados y su operación y su funcionamiento, así como el continuar con el manejo financiero de dicho Fondo. Por ello, tales funciones están siendo transferidas por el FAVIDI a la Secretaria de Hacienda.

Finalmente, desde 1999 el FAVIDI viene cancelando a los pensionados del Distrito el valor de los Servicios Complementarios de Salud no cubiertos por el Plan Obligatorio de Salud -POS- (medicamentos, prótesis, aparatos ortopédicos y otros elementos). A la fecha, el Acuerdo 15 de 2000 garantiza la continuidad en el giro de las transferencias anuales de recursos por parte e la Secretaria de Hacienda del Distrito, a favor del FAVIDI, para el cumplimiento de estos pagos.


ORGANIGRAMA GENERAL
Junta directiva
Comité de Planeación
Gerente General
Oficina Coordinadora de Control Interno
Oficina Asesora Jurídica
Oficina Asesora Informática
Control Disciplinario
Secretaría General
División Financiera
División Prestaciones Económicas
Sección Recursos Humanos
Sección Servicios Administrativos
Sección Tesorería
Sección Contabilidad
Sección Cesantías
Sección Pensiones

3.1. MISIÓN

Pagar las cesantías parciales y definitivas, reconocer pensiones, sustituciones pensiónales, auxilios funerarios y pagar las mesadas pensiónales en estricto orden cronológico, a los funcionarios y ex-funcionarios del Distrito Capital.

Pretendemos ser los mejores en el país en términos de atención y servicios a la comunidad dada la importancia de nuestro ámbito. La Capital del país cuyo déficit cuantitativo asciende a más de 405.000 viviendas.

3.2. VISIÓN

Con el desarrollo de su potencial humano y la consolidación tecnológica, el FAVIDI proporcionará el mejor servicio para el pago de cesantías, el rendimiento y pago de pensiones a los ex-funcionarios Públicos del Distrito, incrementando el índice de satisfacción en el afiliado.

3.3. VALORES CORPORATIVOS

- Igualdad: Actividades de la entidad orientadas efectivamente al interés general.
- Moralidad: Realizar las operaciones dentro del marco constitucional y legal, acatando los principios éticos y morales.
- Eficiencia: Hacer bien lo que se tiene planeado en el tiempo indicado y con los recursos asignados para el logro de los objetivos.

- Economía: Adecuada asignación de los recursos financieros en función de los objetivos y metas institucionales.
- Celeridad: Capacidad de respuesta oportuna, suprimiendo la tramitologoia y acatando siempre las normas.
- Imparcialidad y Publicidad : Obtener la mayor transparencia en las actuaciones de la entidad.
- Eficacia: Lograr resultados de manera oportuna y en relación con los objetivos y metas institucionales.

3.4. OBJETIVOS CORPORATIVOS

Pagar oportunamente el auxilio de cesantías a los empleados oficiales del Distrito al servicio de la Administración Central.

- Proteger los recursos de la entidad.
- Garantizar la eficacia, eficiencia y economía en todas las operaciones.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos, políticas, planes , procedimientos, leyes y regulaciones.
- Garantizar la evaluación y seguimiento de la gestión.
- Asegurar la oportunidad, claridad, utilidad y confiabilidad de la información.
- Definir y aplicar medidas para prevenir riesgos.
- Garantizar que el control interno disponga de sus propios mecanismos de verificación y evaluación.

- Velar porque la organización disponga de procesos de planeación adecuados.
- Conocer los derechos y deberes como servidores del estado.
- Adecuarse al trabajo en equipo, sin olvidar la individualidad cuando se requiera.
- Conocer las funciones a cumplir así como los procesos y procedimientos establecidos.

3.5. MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
- No hay un lugar especifico para la atención al cliente. - No se cuenta con una buena presta-ción de servicio telefónico, ya que la contestación es demorada. - Se ha perdido la expectativa de visión por los empleados. - No hay objetivos de mercadeo. - Hay bastante demora en el pago de cesantias.	- Es el único fondo que presta sus servicios a los funcionarios del estado. - El trato con la gente externa de empresa, es muy cordial. - Los beneficios que se prestan en el servicio son buenos. - Cumplen con sus objetivos propuestos (Vivienda y estudio)
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
- Abrirse campo a la publicidad. - Incrementar la atención al usuario en diferentes puntos de la ciudad.	- Ver si la competencia (Sector privado) pueden estar recibiendo más clientes como resultado de la publicidad. - La competencia privada maneja diferentes sucursales en la ciudad.

3.6. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Se busca atraer la atención del usuario por medio de estos puntos:

- Administración de Cesantías: Cuenta con dos categorías de afiliados; entidades de obligatoria vinculación.
- Obligatoria vinculación: Se encuentran servidores públicos del nivel central, los de empresas sociales del estado de orden nacional y todos los servidores públicos que se vinculen a la rama ejecutiva del poder público.
- Entidades voluntarias: Se encuentran los de las empresas privadas con contrato laboral vigente y empleados de entidades públicas.
- Solución al problema de vivienda y educación: Otorga créditos, programas especiales para vivienda y en cuanto a la educación tiene convenios con el ICETEX.
- Nivel Central: Se encuentran afiliadas las siguientes entidades: Secretaría de Hacienda, Consejo de Bogotá, Personería distrital, Contraloría de Bogotá, Alcaldía Mayor, Secretaría de Gobierno, Secretaría de Obras Públicas, Departamento Administrativo de Planeación Distrital, Secretaría de Transito y Transporte, Secretaría de Salud, Departamento Administrativo de Bienestar Social, Departamento Administrativo de Acción Comunal, Secretaría de Educación Distrital, Departamento Administrativo de Catastro Distrital, Departamento Administrativo de la Defensoria del Espacio Público, Departamento Administrativo del Servicio Civil, Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos, Departamento Administrativo del medio Ambiente, Veeduría Distrital.

Departamento Administrativo del Servicio Civil, Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos, Departamento Administrativo del medio Ambiente, Veeduría Distrital.

- Nivel Descentralizado: Se encuentran afiliadas las siguientes entidades: Caja de Previsión Social del Distrito (en liquidación), Instituto de Desarrollo Urbano -IDU-, Instituto para la Protección y la Niñez Desamparada -IDIPRON-, Instituto distrital de Cultura y Turismo, Orquesta Filarmónica de Bogotá, Corporación Barrio La candelaria, Fondo de Ventas Populares, Centro Distrital de Sistemas -SISE-, Instituto de Investigaciones Educativas -IDEP-, Fundación Gilberto Álzate Avendaño, Fondo de Ahorro y Vivienda Distrital.
- Sector Salud: Se encuentran afiliadas las siguientes entidades: Hospital San Cristóbal, Hospital San Blas, Hospital Kennedy I Primer Nivel, Hospital La Victoria, Hospital Tunal, Hospital Garces Navas, Hospital de Bosa, Hospital de Meissen, Hospital Vista Hermosa, Hospital Occidente de Kennedy, Hospital de Usme, Hospital de Usaquen, Hospital Santa Clara.

3.7. PROGRAMA DE SERVICIOS

En todos los niveles de la Organización deben existir adecuados canales de comunicación para que el personal conozca sus responsabilidades sobre el control de las actividades que desarrolla. Igualmente, los medios para comunicarse efectivamente con los usuarios.

4. MACROAMBIENTE

4.1. FACTOR ECONÓMICO

FAVIDI es un establecimiento público creado por el consejo de Bogotá, encargado de atender funciones administrativas, donde la autonomía presupuestal y financiera de los establecimientos públicos del nivel Distrital está limitada no solo por la aprobación del presupuesto por parte del Consejo sino también en su etapa de ejecución:

- Consejo: Control político.
- Dirección Distrital de Presupuestos: Control financiero y económico.
- Departamento Administrativo de Planeación Distrital: Resultados según orientaciones que señale el Alcalde Mayor.

4.2. FACTOR POLÍTICO

La empresa se ve afectada por las decisiones que pueda tomar el señor Alcalde Mayor de Bogotá y su comitiva en cuanto a la continuidad de actividades laborales de FAVIDI.

Aún así la entidad ha formado un sindicato con trabajadores voluntarios para defender los derechos de la empresa.

4.3.FACTORTECNOLOGICO

FAVIDI cuenta con su propio sistema de operaciones que es manipulado por el departamento al que sea enviada la información interna. Dicho sistema es controlado por su departamento matriz.

4.4. FACTOR SOCIAL

- Demográfico: FAVIDI presta sus servicios a:

  Sexo: Ambos géneros.

  Edad: Personas que según la ley se denominan jubilados.

- Nivel de educación: Estudios Superiores y que estén vinculados para y trabajar con el Distrito.

- Geográficos: Únicamente para los servidores públicos del Distrito Capital.

4.5. FACTORES JURÍDICOS O LEGALES

FAVIDI ejerce su actividad laboral según el acuerdo 02 del Consejo de Bogotá creado en 1977 como un establecimiento público descentralizado, que cuenta con:

- Personería jurídica.
- Patrimonio propio (en el momento de su creación).
- Autonomía Administrativa.

5. DESARROLLO DEL PROGRAMA DE SERVICIO ACTUAL

- FAVIDI actualmente no maneja una estrategia empresarial de servicio al cliente.
- FAVIDI tenia oficina de quejas y reclamos, pero está desapareció en Abril de 2001. por lo que actualmente no se presta este servicio al usuario,
- FAVIDI no cuenta hoy en día con algún programa de entrenamiento en servicio del personal de la compañía.

6. PLAN DE AUDITORIA

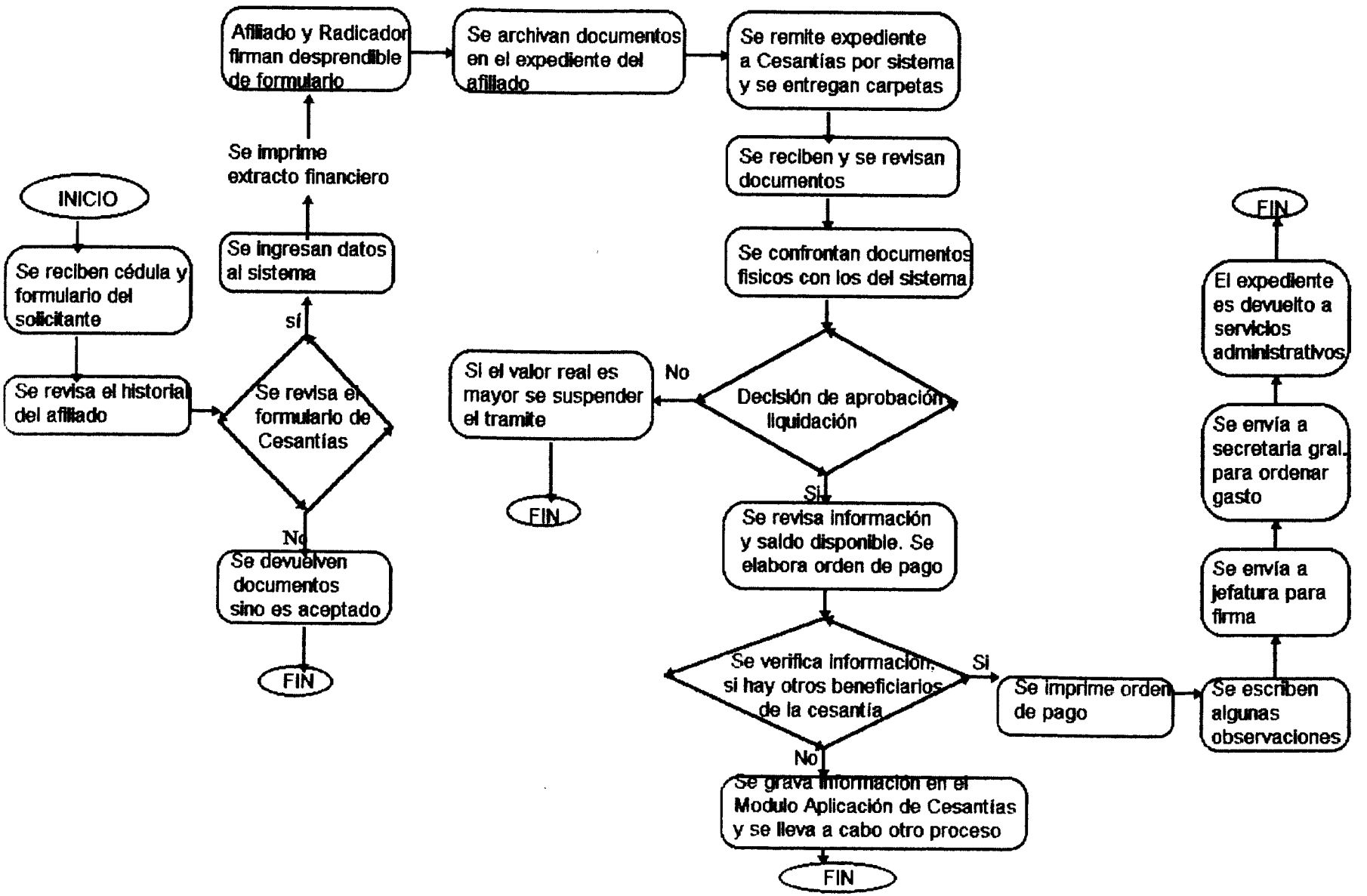
- **RESPONSABLES DIRECTOS:** Ivonne Díaz, Yaneth Cortés, Nubia Guzmán.
- **PERSONAL SOPORTE:** Jorge Sánchez, Orlando Urrego, Carlos León, Dra. Piedad Cecilia Pineda Arvelaez (Gerente "FAVIDI").
- **PERSONAL PLANEACIÓN Y DISEÑO:** Ivonne Díaz, Yaneth Cortés, Nubia Guzmán.
- **GRUPO TRABAJO DE CAMPO:** Ivonne Díaz, Yaneth Cortés, Nubia Guzmán.
- **GRUPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS:** Ivonne Díaz, Yaneth Cortés, Nubia Guzmán.
- **PERSONAL DE ANÁLISIS Y DOCUMENTACIÓN DE TRABAJO:** Ivonne Díaz, Yaneth Cortés, Nubia Guzmán.
- **NOMBRE DE LA EMPRESA:** FAVIDI "Fondo de Ahorro y Vivienda Distrital"
- **ÁREA:** Departamento de Cesantías.

FECHA DE AUDITORIA: Mayo de 2002.

6.1. OBJETIVOS DE LA AUDITORIA

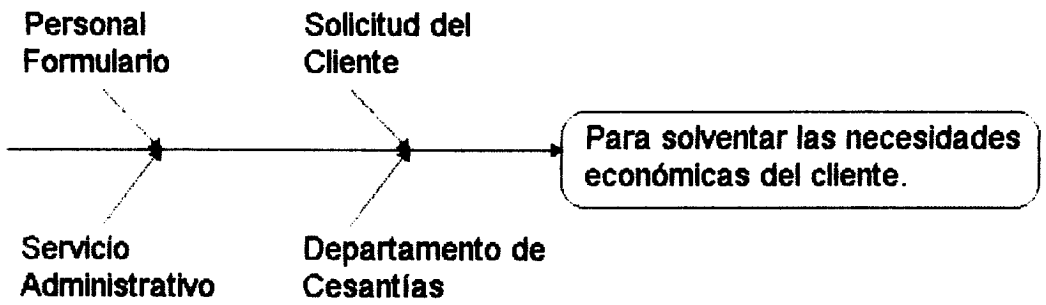
- Brindar iniciativas para mejorar el servicio al cliente de la empresa.
- Determinar los índices de satisfacción del cliente.
- Determinar los índices de competitividad.
- Determinar las necesidades y expectativas del cliente.

CICLOS DE SERVICIO CESANTÍAS "FAVIDI"

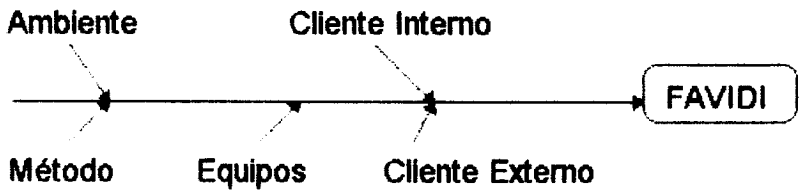


6.3. PRIORIZACION DE LOS MOMENTOS DE VERDAD

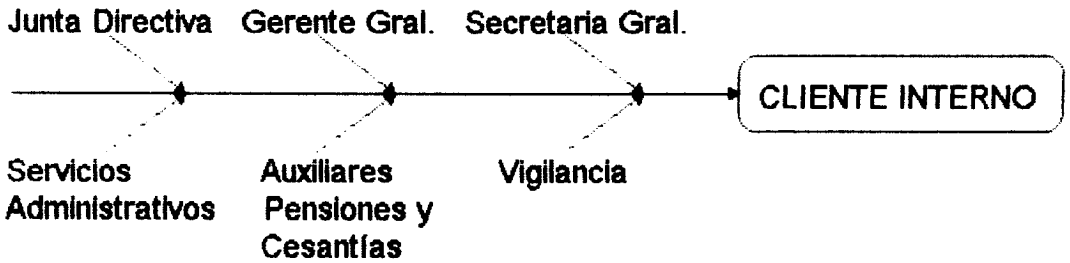
1.



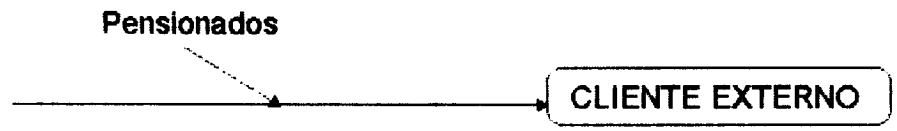
2.



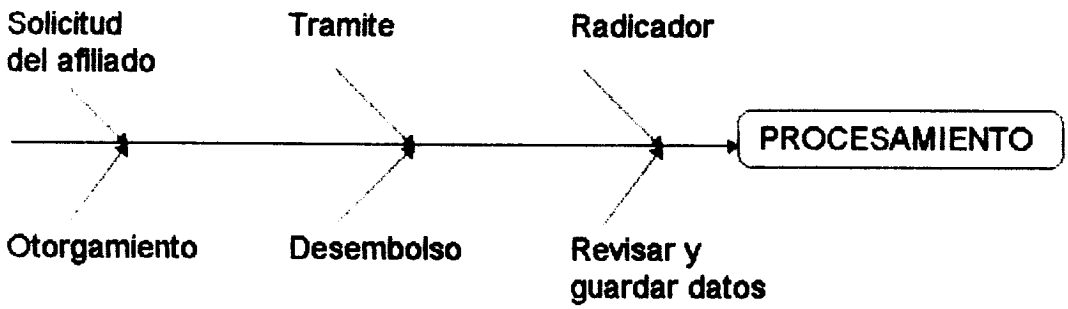
3.



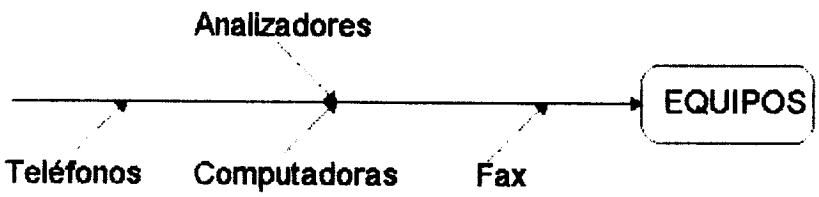
4.



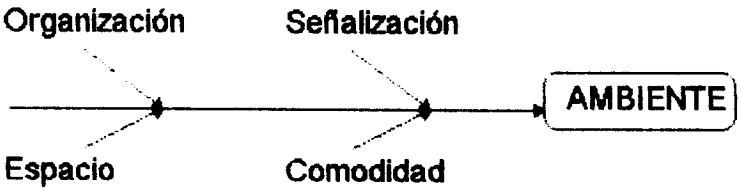
5.


Solicitud del afiliado
Tramite
Radicador
PROCESAMIENTO
Otorgamiento
Desembolso
Revisar y guardar datos

6.


Analizadores
EQUIPOS
Teléfonos
Computadoras
Fax

7.


Organización
Señalización
AMBIENTE
Espacio
Comodidad

6.4. ELABORACION INSTRUMENTO DE MEDICION

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

6.5. ELABORACION MUESTREO

Población: 6.000

Error: 6%

Probabilidad a favor: 0.5

Probabilidad en contra: 0.5

Intervalo confianza: 95% = 1.96

$$n= \frac{(1.96)^2 x6000x0.5x0.5}{(0.06)^2(6000-1)+(1.96)^2 x0.5x0.5}$$

$$n= \frac{5762.4}{22.5568}$$

n= 255 Encuestas

FACTOR CORRECION

$$n_1 = \frac{\frac{n}{1+n-1}}{N} = \frac{\frac{255}{1+255-1}}{6000}$$

$$n_1 = \frac{255}{1{,}042333333}$$

n = 245 Encuestas

6.6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

6.6.1. CATEGORIZACION DE PREGUNTAS

ÍNDICE AFECTA	FACTOR EVALUAR
Eficiencia	Recurso Humano
Orientación	Ambiente
Talento Humano	Cliente Interno
Eficacia	Proceso

6.6.2. PORCENTAJE A CADA RESPUESTA

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy Bueno 30%

Bueno 60%

Regular 0%

Deficiente 10%

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy Bueno 10%

Bueno 70%

Regular 15%

Deficiente 5%

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy Bueno 10%

Bueno 50%

Regular 30%

Deficiente 10%

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy Bueno 10%

Bueno 20%

Regular 40%

Deficiente 30%

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy Bueno 0%

Bueno 20%

Regular 70%

Deficiente 10%

FICHA TÉCNICA CONDENSADA

Persona natural o jurídica que la realizó: Yaneth Cortés, Ivonne Díaz, Nubia Guzmán

Tipo de la muestra: Muestreo probabilístico aleatorio simple, cara a cara, en FAVIDI.

Grupo objetivo: Hombres y mujeres mayores de 35 años. Con el propósito de darle validez a los resultados, las preguntas incluyen a los entrevistados que van a solicitar el pago de sus cesantías.

Tamaño de la encuesta: 245 encuestas ponderadas.

Tema o temas a los que se refiere: El objetivo de la encuesta fue consultar a una muestra de empleados oficiales del Distrito con relación al servicio que presta FAVIDI.

Técnicas de recolección de datos: Entrevista personal cara a cara con aplicación de un cuestionario estructurado en FAVIDI.

Preguntas concretas que se formularon: Ver cuestionario anexo.

Fecha de realización campo: 16 de Mayo de 2002.

Margen de error observado: 6%

Área/ Cubrimiento: La muestra incluyó sede administrativa FAVIDI área de información, Bogotá.

7. DIFUSIÓN DE RESULTADOS

7.1. RECOMENDACIONES

En vista de la auditoria realizada nuestro equipo de trabajo sugiere.

Implementar un área de servicio al cliente, puesto que se vio la marcada insatisfacción de los usuarios, ya que se sienten inseguros, porque no cuentan con una persona que los escuche o les colabore en el momento.

Consideramos que esta puede ser situada en el mismo lugar donde anteriormente funcionaba la sección de quejas y reclamos.

Resaltamos la necesidad de que exista una persona o auxiliar que se encargue únicamente del servicio telefónico, es decir, una línea de atención al cliente.

A favor Resaltamos y felicitamos a todos y a cada una de las personas que conforma "FAVIDI", por su entrega y empeño para seguir manteniendo la empresa en pie y no se dejan decaer por las decisiones que toma la administración Distrital para liquidar el Fondo.

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno X Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno X Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno ___ Deficiente X

AUDITORIA DEL SERVICIO
FAVIDI CESANTÍAS

A través del siguiente buscamos medir el nivel de satisfacción, en cuanto al servicio que ofrece el área de cesantías, y así poder encontrar alternativas para mejorar.

1. Como califica el servicio por parte de la recepcionista:

Muy bueno X Regular ___

Bueno ___ Deficiente ___

2. Le parece que la señalización para llegar a cada dependencia es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

3. La asesoría que le brinda el personal del departamento de Cesantías es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

4. Como califica la agilidad en el sus pago de sus cesantías:

Muy bueno ___ Regular X

Bueno ___ Deficiente ___

5. Para usted el servicio de información telefónica es:

Muy bueno ___ Regular ___

Bueno X Deficiente ___

CONCLUSIÓN

Toda la información aquí consignada, ha sido aplicada en su totalidad con los conocimientos vistos y adquiridos durante los tres meses de diplomado.

Razón por la cual, consideramos que es un trabajo de grado muy bueno, ya que para la auditoria, fuimos unidas y desde un principio conscientes de nuestra responsabilidad, y entusiasmo por saber que de esta misión, dependía llegar a uno de nuestros más anhelados sueños, nuestro grado.

Fue así como lo abordamos y lo realizamos con mucho esfuerzo, dedicación y empeño, buscando hacer de esta monografía una de las mejores, sino la mejor.

Esperamos que toda la auditoria aquí demostrada haya sido del total agrado, ya que para nosotros así fue, de igual manera reiteramos nuestra gratitud a todas las personas que nos colaboraron, a la institución y a la persona que en este momento se intereso por nuestra monografía.

BIBLIOGRAFÍA

- Normas técnicas ICONTEC, presentación y elaboración de trabajos y tesis de grado. Edición 1998.