



Contenido

1.- Objetivo del Proceso	2
2.- Alcance del Proceso	2
3.- Matriz del Proceso	2
3.- Recursos del proceso	2
3.1.- Responsables.....	3
4.- Seguimiento	3
4.1.- Indicadores.....	3
5.- Análisis y evaluación de riesgos del proceso	3
6.- Análisis y evaluación de oportunidades del proceso	4
7.- Documentación de Referencia	4
8.- Historial de Versiones.....	4

1.- Objetivo del Proceso

Garantizar la continuidad de la satisfacción del cliente mediante la prestación de servicios adicionales, soporte técnico y atención de garantías después de la venta, fomentando la lealtad del cliente y la mejora continua de los productos o servicios ofrecidos.

2.- Alcance del Proceso

El proceso abarca desde la recepción de solicitudes postventa, atención de reclamos y soporte técnico, hasta la evaluación de la satisfacción del cliente y la implementación de mejoras basadas en su retroalimentación.

3.- Matriz del Proceso

ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS (actividades)	SALIDAS
Encuestas de satisfacción del cliente.	Recopilación y análisis de feedback para evaluar la calidad del servicio.	Informe de satisfacción del cliente.
Reclamos y quejas de clientes.	Recepción, registro y análisis de reclamos para su resolución efectiva.	Registro de reclamos atendidos.
Indicadores de calidad y desempeño.	Revisión de datos para identificar áreas de mejora en los servicios.	Informe de mejora continua.
Políticas y procedimientos del SGC.	Alineación de las acciones postventa con las políticas y procedimientos establecidos.	Acciones correctivas implementadas.
Auditorías internas y externas.	Evaluación de hallazgos relacionados con la experiencia del cliente.	Plan de acciones preventivas.

3.- Recursos del proceso

3.1.- Recursos

Para este proceso de Postventa se requieren:

- **Recursos Humanos:** Personal técnico, representantes de atención al cliente y responsables de calidad.
- **Recursos Financieros:** Presupuesto para cubrir reparaciones, reemplazos y soporte técnico.
- **Recursos Tecnológicos:** Sistemas de gestión de casos postventa y herramientas para diagnóstico técnico.
- **Recursos Información:** Contratos, garantías, registros históricos de servicios y resultados de encuestas de satisfacción.

3.2.- Responsables

- Equipo de soporte técnico
- Representantes de atención al cliente
- Encargados de análisis de satisfacción

4.- Seguimiento

4.1 Metodología

1. El seguimiento del proceso de Postventa se realiza mediante:
 - Monitoreo del cumplimiento de plazos para resolución de solicitudes.
 - Análisis de los resultados de encuestas de satisfacción postventa.
 - Evaluación de la efectividad de los servicios realizados.
 - Implementación de mejoras basadas en tendencias de reclamos recurrentes..

4.1.- Indicadores

% de reclamos resueltos a tiempo.

Índice de satisfacción del cliente postventa.

(Mide el desempeño del Proceso 006)

$$RRT = \left(\frac{\text{Reclamos resueltos dentro del plazo}}{\text{Total de reclamos recibidos}} \right) * 100$$

$$ISC = \left(\frac{\text{Clientes satisfechos en postventa}}{\text{Total de clientes encuestados}} \right) * 100$$

Justificación: Un cumplimiento del 95% en resolución de reclamos asegura un servicio postventa eficiente. Un índice de satisfacción superior al 90% refleja la fidelización del cliente y la efectividad del proceso.

Fuente de Datos: Registros de reclamos, encuestas postventa, auditorías internas.

Frecuencia de Evaluación: Trimestral, con revisión semestral por la Alta Dirección.

Plan de Acción: Si los indicadores están fuera de rango, se revisarán procedimientos y se implementarán estrategias de mejora.

5.- Análisis y evaluación de riesgos del proceso

La evaluación de riesgos en el proceso de postventa incluye:

- Retrasos en la Atención: Tiempo excesivo para responder o resolver solicitudes.
- Falta de Seguimiento: Casos abiertos sin resolución adecuada.

- Recursos Insuficientes: Limitaciones para atender solicitudes postventa.

6.- Análisis y evaluación de oportunidades del proceso

1. **Automatización de Gestión de Casos:** Uso de CRM para seguimiento automatizado de solicitudes.
2. **Capacitación en Atención al Cliente:** Mejora de habilidades del personal técnico y de soporte.
3. **Programas de Fidelización:** Desarrollo de beneficios exclusivos para clientes frecuentes.
4. **Evaluaciones Predictivas:** Uso de análisis de datos para anticipar problemas comunes.

7.- Documentación de Referencia

- Contratos y términos de garantía.
- Registros de casos postventa.
- Resultados de encuestas de satisfacción postventa.
- Planes de mejora continua basados en datos postventa.

8.- Historial de Versiones

Versión	Fecha	Asiento	Aprueba
000	01.12.2024	Original	CEO