

## Contenido

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

## 1.- Objetivo del Proceso

Asegurar la satisfacción del cliente mediante la identificación, análisis y cumplimiento de sus requisitos, necesidades y expectativas, promoviendo relaciones de largo plazo y la mejora continua de los servicios o productos ofrecidos.

## 2.- Alcance del Proceso

El proceso abarca desde la captación de requisitos y expectativas del cliente, la comunicación efectiva, hasta la entrega del producto o servicio final, incluyendo el monitoreo de la satisfacción del cliente y la implementación de mejoras.

## 3.- Matriz del Proceso

ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS (actividades)	SALIDAS
Requisitos y expectativas del cliente	Identificación y documentación de requisitos	Requisitos documentados y priorizados
Quejas y sugerencias de clientes	Análisis y resolución de quejas	Planes de acción correctiva
Resultados de encuestas de satisfacción	Evaluación de resultados y tendencias	Informes de satisfacción del cliente
Contratos y normativas aplicables	Revisión y cumplimiento de términos contractuales	Entregas conforme a lo establecido.

## 3.- Recursos del proceso

### 3.1.- Recursos

Para este proceso de Gestión de Contratos y Clientes se requieren:

- Humanos: **Personal de atención al cliente, gerentes de cuentas y equipos operativos.**
- Financieros: **Presupuesto asignado para herramientas de monitoreo de satisfacción y atención de quejas.**
- Tecnológicos: **Sistemas de CRM (Customer Relationship Management) y herramientas de seguimiento de satisfacción.**
- Información: **Registros históricos de clientes, contratos y resultados de encuestas de satisfacción.**

### 3.2.- Responsables

- Equipo de atención al cliente
- Gerente del área de ventas o relaciones comerciales
- Representantes de calidad.

## 4.- Seguimiento

### 4.1 Metodología

El seguimiento del proceso de Gestión de Contratos y Clientes se realiza mediante:

- Monitoreo continuo de las interacciones con los clientes.
- Realización de encuestas de satisfacción en puntos clave del ciclo de vida del cliente.
- Evaluación periódica de quejas y resolución de problemas.
- Uso de herramientas analíticas para medir tendencias de satisfacción y fidelidad.

#### 4.1.- Indicadores

**% de contratos cumplidos en tiempo y forma.**

**% de satisfacción del cliente.**

(Mide el desempeño del Proceso 004)

$$CCT = \left( \frac{NN^{\circ} \text{ de contratos cumplidos}}{\text{Total de contratos}} \right) * 100$$

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

**Justificación:** Un cumplimiento alto en ambos indicadores refleja un desempeño eficiente en la gestión de contratos y la satisfacción del cliente. Resultados inferiores a las metas requieren análisis y acciones correctivas inmediatas.

**Fuente de Datos:** Encuestas de satisfacción, auditorías internas, registros de contratos.

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

**Plan de Acción:** Si los indicadores están fuera de rango, se revisarán los recursos asignados y se desarrollarán planes de mejora.

## 5.- Análisis y evaluación de riesgos del proceso

La evaluación de riesgos en el proceso de Gestión de Clientes incluye:

- Requisitos no Claros: Falta de comprensión o comunicación de las necesidades del cliente.
- Respuestas Lentamente: Demoras en la atención a quejas o solicitudes.
- Falta de Herramientas Adecuadas: Limitaciones tecnológicas para el monitoreo y seguimiento.

## 6.- Análisis y evaluación de oportunidades del proceso

- **Automatización del CRM:** Implementación de software para gestionar la relación con clientes.

- **Encuestas Digitales:** Uso de plataformas digitales para recolectar datos de satisfacción en tiempo real.
- **Capacitación en Atención al Cliente:** Mejora de habilidades del equipo de atención para resolver problemas de manera efectiva.
- **Programas de Fidelización:** Desarrollar estrategias para recompensar y retener a clientes leales.

## 7.- Documentación de Referencia

- Contratos con clientes.
- Informes de encuestas de satisfacción.
- Registros de atención de quejas y sugerencias.
- Programas de fidelización y comunicación.

## 8.- Historial de Versiones

Versión	Fecha	Asiento	Aprueba
000	01.12.2024	Original	CEO