

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	1
1.1.1. MISIÓN, OBJETIVOS E HISTORIA DE LA EMPRESA .....	2
1.1.2. SERVICIOS Y PROCESOS DE SERVICIO.....	3
1.1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	5
1.2. CONTEXTO DE MERCADO .....	6
2. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	8
2.1. ÁREA DE LA EMPRESA .....	8
2.2. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD.....	10
2.2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD .....	10
2.2.2. EFECTOS DE LA OPORTUNIDAD .....	14
2.2.3. HIPÓTESIS Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	15
3. OBJETIVOS .....	16
3.1. OBJETIVO GENERAL .....	16
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
4. ALCANCES .....	16
5. RESULTADOS ESPERADOS.....	16
6. MARCO CONCEPTUAL.....	17
6.1. SERVICIOS.....	17
6.2. CALIDAD DE SERVICIO .....	17
6.2.1. MEDICIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO.....	18
6.3. RELACIÓN ENTRE FIDELIZACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO .....	20
6.4. BENEFICIOS DE MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO .....	22
6.5. PLAN DE MEJORAMIENTO .....	23
7. METODOLOGÍA.....	23
8. ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL.....	26
8.1. ACTORES PRESENTES EN LOS PROCESOS.....	26
8.2. CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA.....	28
8.3. PROCESOS.....	31
8.3.1. CAPACITACIÓN .....	31
8.3.2. PROCESO DEL SERVICIO DE COMPRA .....	35
8.3.3. PROCESO DE POST COMPRA.....	38
9. DIAGNÓSTICO .....	39
9.1. ENCUESTA NPS .....	39
9.2. RECLAMOS.....	41
9.2.1. DUDAS CON EL COBRO .....	42
9.2.2. PRODUCTO DIFERENTE, PEDIDO INCOMPLETO Y EN MAL ESTADO ...	43

9.3. EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES .....	47
9.4. FALENCIAS EN LOS PROCESOS.....	49
9.4.1. CAPACITACIÓN.....	49
9.4.2. PROCESO DEL SERVICIO DE COMPRA .....	50
9.4.3. PROCESO DE POST COMPRA.....	52
9.5. PROBLEMAS DETECTADOS Y ANÁLISIS CAUSA-EFECTO.....	52
9.6. ANÁLISIS DE BRECHAS.....	57
9.7. SÍNTESIS: DIAGNÓSTICO FINAL.....	58
10. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	59
11. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	61
11.1. RECOMENDACIONES GENERALES .....	62
11.2. PROCESO DE CAPACITACIÓN .....	64
11.2.1. PROPUESTA DE MEJORA.....	64
11.2.2. INDICADORES.....	67
11.2.3. PLAN DE SEGUIMIENTO .....	70
11.3. PROCESO DE SERVICIO DE COMPRA .....	71
11.3.1. PROPUESTA DE MEJORA.....	72
11.3.2. INDICADORES.....	75
11.3.3. PLAN DE SEGUIMIENTO .....	76
11.4. SÍNTESIS: PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	77
11.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	78
11.6. PROTOTIPO.....	80
11.6.1. VALIDACIÓN CON LA EMPRESA .....	80
11.6.2. RECOMENDACIONES DE IMPLEMENTACIÓN.....	81
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES .....	82
13. BIBLIOGRAFÍA .....	86
14. ANEXOS .....	90
14.1. ANEXO A: Evolución del GMV en Rappi Chile .....	90
14.2. ANEXO B: Ejemplo de protocolo estándar.....	91
14.3. ANEXO C: Cálculo del efecto de la propuesta en el % de clientes.....	92
14.4. ANEXO D: Cálculo del efecto de la propuesta en el costo de compensación....	93