

Entrevista al gerente de la empresa Mario Publicidad

Entrevista al gerente de la empresa Mario Publicidad, Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Cordial saludo,

Gerente de la empresa, Mario Sarta.

Mi nombre es Tatiana Tovar Espitia, soy estudiante del programa de administración de empresas de la universidad del Valle sede Norte del Cauca y actualmente me encuentro desarrollado un trabajo investigativo titulado “Plan de mejoramiento para el servicio al cliente en la empresa Mario Publicidad en el municipio de Santander de Quilichao, Cauca para el año 2026”. Con antelación, agradezco su disposición para el desarrollo de esta entrevista.

El propósito de la presente entrevista es conocer su percepción como gerente de la empresa Mario Publicidad frente a la gestión actual del servicio al cliente, así como identificar las principales fortalezas, dificultades y oportunidades de mejora en los procesos de servicio al cliente de la organización. Los aportes obtenidos a partir de esta conversación resultarán fundamentales para comprender la situación real del servicio al cliente y servirán como insumo clave para la formulación de propuestas orientadas al mejoramiento del servicio, en coherencia con las necesidades de la empresa y el objetivo del presente trabajo de grado.

Política de tratamiento de datos personales

De acuerdo con lo establecido por la ley 1581 de 2012 y el decreto 1377 de 2013, sobre la protección de datos personales, se informa que los datos descritos mediante esta entrevista serán tratados de manera confidencial y exclusivamente con fines académicos y de investigación, en el marco del trabajo de grado titulado: “Plan de mejoramiento para el servicio al cliente en la empresa Mario Publicidad en el municipio de Santander de Quilichao, Cauca para el año 2026”.

El tratamiento de la información se realizará bajo los principios de la buena fe, legalidad, libertad, transparencia y confidencialidad, garantizando que los datos no serán compartidos con terceros ni utilizados para fines comerciales ajenos al propósito de esta investigación.

Al acceder a esta entrevista, usted autoriza de manera voluntaria, expresa e informada el uso de la información suministrada únicamente para el análisis académico dentro del estudio mencionado. En cualquier momento, podrá solicitar la eliminación o corrección de sus datos personales.

¿Cómo definiría usted el enfoque de servicio al cliente que tiene actualmente la empresa?

Actualmente, el enfoque de servicio al cliente que maneja la empresa es bastante atento y personalizado, ya que siempre hemos buscado atender a los clientes de manera directa y servicial, sin embargo este ha sido un servicio que se ha ido construyendo de manera empírica con el crecimiento de la empresa, de manera diaria durante los años de servicio que tiene el negocio.

¿Qué papel considera que ocupa el servicio al cliente dentro de la estrategia general de la empresa?

El servicio al cliente es un pilar fundamental para la empresa, ya que casi todos nuestros clientes llegan por recomendación, este servicio lo hemos ido trabajando consecuente conforme llegan las solicitudes de nuestros clientes.

¿Considera que el servicio al cliente ofrecido actualmente responde adecuadamente al volumen y tipo de solicitudes que se reciben?

En este momento, el volumen de solicitudes que se ha presentado en la empresa en los últimos meses nos ha producido algunas demoras en las respuestas y acumulación de mensajes, por el crecimiento exponencial que ha tenido la empresa.

**¿Con cuántas personas cuenta la empresa para atender a los clientes?
¿considera suficiente a los colaboradores disponibles en esta área?**

Actualmente, solo una persona esta asignada de manera directa al área de servicio al cliente y cuando la carga es muy alta algunos diseñadores apoyan en esta función de forma ocasional, considero que este numero muchas veces no es suficiente teniendo en cuenta la cantidad de solicitudes que hemos atendido en el ultimo tiempo.

¿Qué canales de comunicación son los más utilizados por los clientes y cuáles presentan mayores desafíos en su gestión?

Los canales mas utilizados por nuestros clientes son las redes sociales y la atención presencial que tenemos en nuestra sede, las redes sociales son las que muchas veces nos presentan mayores desafíos, ya que requieren una atención principal en días de altas solicitudes.

¿La empresa realiza seguimiento o medición de satisfacción del cliente? ¿de qué manera?

Actualmente, la empresa no cuenta con un sistema formal de seguimiento o medición de la satisfacción del cliente, el seguimiento se realiza de manera informal, atreves de los comentarios directos de nuestros clientes con el personal encargado.

En su opinión ¿Cuáles son las mayores fortalezas del servicio al cliente ofrecido por la empresa?

Una de las principales fortalezas de la empresa es el trato cercano y servicial, los clientes sienten toda la confianza por que conocen de la empresa y el personal, además, siempre se busca cumplir con todos los requerimientos y necesidades de los clientes.

¿Cuáles son las principales dificultades que ha identificado en el servicio al cliente?

Nuestras principales dificultades están relacionadas muchas veces con los tiempos de respuesta, la falta de organización que genera las altas solicitudes y la ausencia de un proceso claro de seguimiento de estas, que genera la sobre carga del personal del área.

¿Qué mejoras consideras necesarias para optimizar el servicio al cliente de la empresa?

Es necesario implementar algún modelo de servicio al cliente mas estructurado, poder fortalecer el equipo humano que se tiene actualmente encargado de la atención, para poder definir procesos mas claros para la gestión de solicitudes y tiempos de respuesta, también sería importante implementar un sistema de seguimiento.

¿Qué expectativas tendría frente a la implementación de nuevas estrategias para el mejoramiento del servicio al cliente?

Las expectativas son altas, ya que considero que un mejor servicio al cliente permitirá mejorar la experiencia de nuestros clientes, poder llegar a mas usuarios en el mercado y optimizar el trabajo interno, esto nos llevaría a tener una mejor imagen y poder responder al crecimiento que ha tenido la empresa.