

# ***zDelegaciones***

*Informes para representantes.*

## **CONTENIDO.**

- Incidencias pendientes a nivel empresarial.
- Evolución de carga de incidencias por delegación.
- Comparativa del desempeño de carga de incidencias por delegación. Años 2014 – 2015.
- Relación entre las bajas y altas de clientes por delegación.
- Resultados de la encuesta de satisfacción al cliente 2015.
- Observaciones y reclamos producto de la encuesta de satisfacción al cliente año 2016.

## INCIDENCIAS PENDIENTES A NIVEL EMPRESARIAL.

Evolución de incidencias pendientes de ser finalizadas a nivel empresa y detalladas por delegación.

En la siguiente tabla se visualizan aquellas correspondientes a marzo de 2016 y las que tengan más de 30 y 60 días desde su fecha de creación.

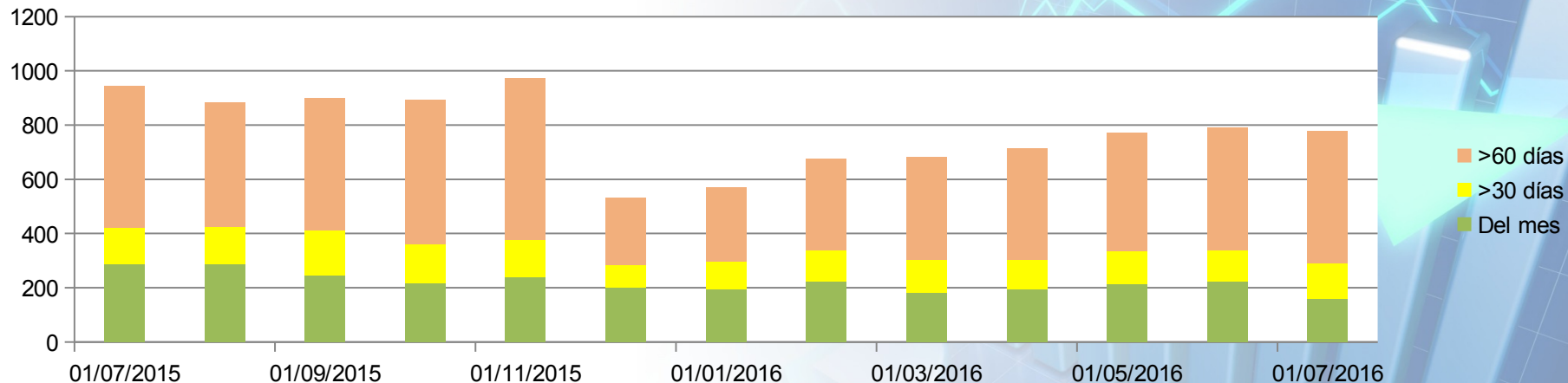
## INCIDENCIAS PENDIENTES A NIVEL EMPRESARIAL.

Tendencia – Visualización en números.

|                                        | 2015     |          |          |          |          |          | 2016     |          |          |          |          |          |          |
|----------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                                        | Al 03/07 | Al 01/08 | Al 02/09 | Al 07/10 | Al 02/11 | Al 01/12 | Al 03/01 | Al 01/02 | Al 01/03 | Al 01/04 | Al 01/05 | Al 01/06 | Al 01/07 |
| <b>Cantidad de incidencias del mes</b> | 289      | 286      | 247      | 215      | 240      | 201      | 196      | 223      | 182      | 195      | 214      | 222      | 159      |
| <b>Incidencias &gt;30 días</b>         | 134      | 141      | 165      | 147      | 136      | 85       | 100      | 116      | 122      | 108      | 121      | 116      | 130      |
| <b>Incidencias &gt;60 días</b>         | 522      | 457      | 487      | 533      | 596      | 246      | 273      | 337      | 379      | 411      | 436      | 453      | 488      |
| <b>Total</b>                           | 945      | 884      | 899      | 895      | 972      | 532      | 569      | 676      | 683      | 714      | 771      | 791      | 777      |

## INCIDENCIAS PENDIENTES A NIVEL EMPRESARIAL.

Tendencia – Visualización gráfica.



## INCIDENCIAS PENDIENTES A NIVEL EMPRESA.

Distribución de las incidencias pendientes entre Soporte Técnico y resto de los departamentos al 01 de julio de 2016, separando aquellas con más de 30 y 60 días de abierta la incidencia.

| Delegación / Departamento      | Pendientes | Soporte Técnico | Otros departamentos | Soporte Técnico > 30 | Soporte Técnico > 60 |
|--------------------------------|------------|-----------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Buenos Aires                   | 272        | 133             | 139                 | 32                   | 65                   |
| Buenos Aires Interior          | 26         | 12              | 14                  | 2                    | 5                    |
| Chaco                          | 9          | 5               | 4                   | 1                    | 2                    |
| Cordoba                        | 9          | 2               | 7                   | 0                    | 0                    |
| Entre Ríos Paraná              | 37         | 34              | 3                   | 0                    | 29                   |
| La Plata                       | 34         | 19              | 15                  | 1                    | 12                   |
| Mar del Plata                  | 107        | 96              | 11                  | 7                    | 79                   |
| Mendoza                        | 68         | 53              | 15                  | 2                    | 48                   |
| Rafaela                        | 54         | 49              | 5                   | 6                    | 40                   |
| Río Negro                      | 60         | 40              | 20                  | 4                    | 29                   |
| San Luis                       | 8          | 3               | 5                   | 0                    | 2                    |
| Santiago del Estero            | 43         | 35              | 8                   | 9                    | 23                   |
| Tierra del Fuego               | 7          | 4               | 3                   | 1                    | 2                    |
| Zetti Auxiliares (usuario web) | 39         | 27              | 12                  | 6                    | 18                   |
| Total                          | 777        | 514             | 263                 |                      |                      |
| Porcentaje                     |            | 66,2%           | 33,8%               |                      |                      |

Fuente: SRI.

## **EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.**

Evolución del trabajo realizado por las delegaciones respecto a la carga de incidencias, producto del contacto con los clientes.

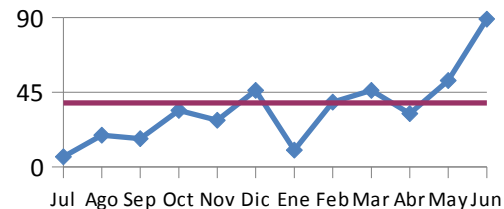
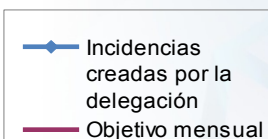
El aspecto que se mide es la relación entre cantidad de clientes atendidos y la cantidad de incidencias de cualquier tipo creadas por el usuario de la delegación durante el periodo actual (julio 2015 – junio 2016).

## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### CÓRDOBA

Objetivo mensual: 38,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 6   | 19  | 17  | 34  | 28  | 46  | 10  | 39  | 46  | 32  | 52  | 89  |

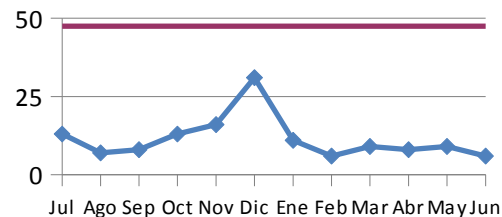
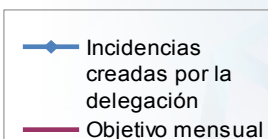


## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### CHACO

Objetivo mensual: 47,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 13  | 7   | 8   | 13  | 16  | 31  | 11  | 6   | 9   | 8   | 9   | 6   |

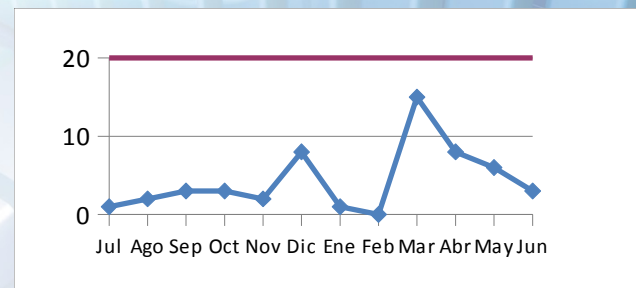
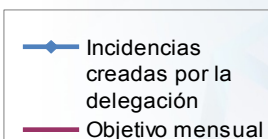


## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### ENTRE RÍOS – PARANÁ

Objetivo mensual: 20

| Meses                                | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|--------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidentes creadas por la delegación | 1   | 2   | 3   | 3   | 2   | 8   | 1   | 0   | 15  | 8   | 6   | 3   |



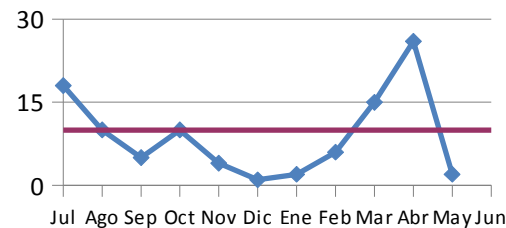
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### LA PLATA

Objetivo mensual: 10

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 18  | 10  | 5   | 10  | 4   | 1   | 2   | 6   | 15  | 26  | 2   | N/A |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



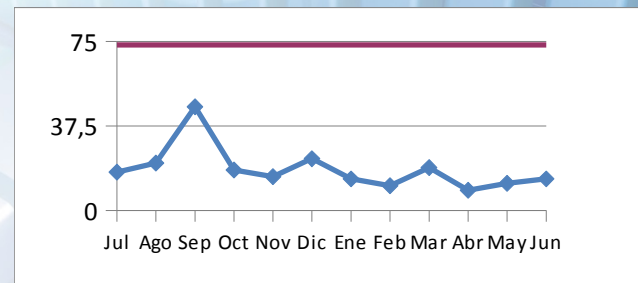
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### MAR DEL PLATA

Objetivo mensual: 73,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 17  | 21  | 46  | 18  | 15  | 23  | 14  | 11  | 19  | 9   | 12  | 14  |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



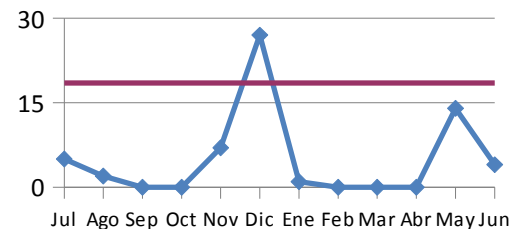
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### MENDOZA

Objetivo mensual: 18,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 5   | 2   | 0   | 0   | 7   | 21  | 1   | 0   | 0   | 0   | 14  | 4   |

◆ Incidencias creadas por la delegación  
— Objetivo mensual



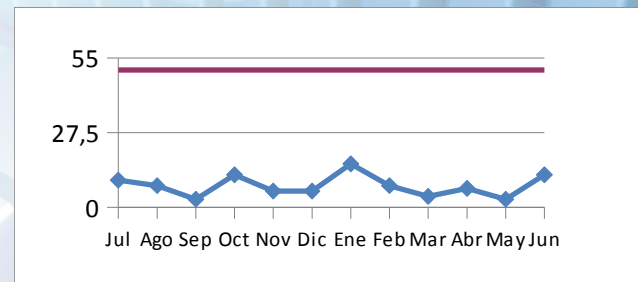
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### RÍO NEGRO

Objetivo mensual: 50,5

| Meses                                | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|--------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidentes creadas por la delegación | 10  | 8   | 3   | 12  | 6   | 6   | 16  | 8   | 4   | 7   | 3   | 12  |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



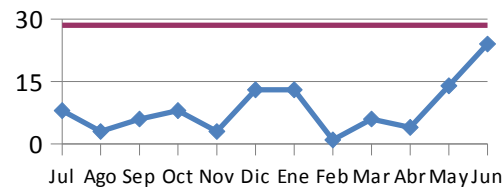
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### SANTIAGO DEL ESTERO

Objetivo mensual: 28,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 8   | 3   | 6   | 8   | 3   | 13  | 13  | 1   | 6   | 4   | 14  | 24  |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



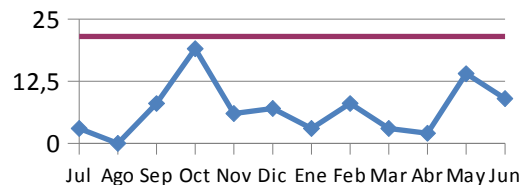
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### SAN LUIS

Objetivo mensual: 21,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 3   | 0   | 8   | 19  | 6   | 7   | 3   | 8   | 3   | 2   | 14  | 9   |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



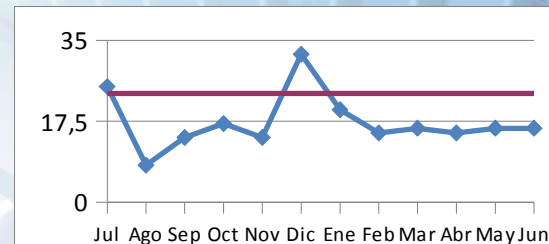
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### SANTA FE – RAFAELA

Objetivo mensual: 23,5

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 25  | 8   | 14  | 17  | 14  | 32  | 20  | 15  | 16  | 15  | 16  | 16  |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



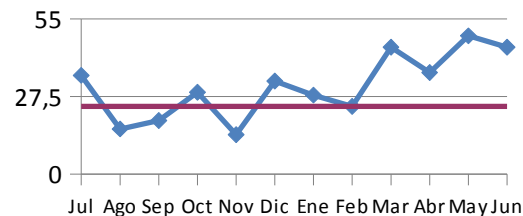
## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### TIERRA DEL FUEGO

Objetivo mensual: 24

| Meses                                 | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Incidencias creadas por la delegación | 35  | 16  | 19  | 29  | 14  | 33  | 28  | 24  | 45  | 36  | 49  | 45  |

 Incidencias creadas por la delegación  
 Objetivo mensual



## EVOLUCIÓN DE CARGA DE INCIDENCIAS.

### TODAS LAS DELEGACIONES – VISUALIZACIÓN GRÁFICA



## **COMPARATIVA DEL DESEMPEÑO DE CARGA DE INCIDENCIAS.**

Evolución del trabajo realizado por las delegaciones respecto a la carga de incidencias, producto de las actividades con los clientes.

El aspecto que se mide es el promedio de incidencias de cualquier tipo creadas por el usuario de la delegación durante el periodo anterior (julio 2014 – junio 2015), comparado con el el promedio de incidencias de cualquier tipo creadas por el usuario de la delegación en el periodo actual (julio 2015 - febrero 2016).

## COMPARATIVA DESEMPEÑO DE CARGA DE INCIDENCIAS - AÑO 2015-2016.

| Delegación | AÑO 2015         |                   |                  |                    | AÑO 2016         |                   |                  |                    |
|------------|------------------|-------------------|------------------|--------------------|------------------|-------------------|------------------|--------------------|
|            | Promedio mensual | Cantidad clientes | Objetivo mensual | Objetivo alcanzado | Promedio mensual | Cantidad clientes | Objetivo mensual | Objetivo alcanzado |
| COR        | 19,45            | 77                | 38,50            | 50,53%             | 34,83            | 77                | 38,5             | 90,48%             |
| CHA        | 23,82            | 97                | 48,50            | 49,11%             | 11,42            | 95                | 47,5             | 24,04%             |
| ERP        | 7,64             | 39                | 19,50            | 39,16%             | 4,33             | 40                | 20               | 21,67%             |
| LP         | 10,55            | 19                | 9,50             | 111,00%            | 9,00             | 20                | 10               | 90,00%             |
| MDP        | 18,09            | 147               | 73,50            | 24,61%             | 18,25            | 147               | 73,5             | 24,83%             |
| MZA        | 5,09             | 38                | 19,00            | 26,79%             | 5,00             | 37                | 18,5             | 27,03%             |
| RNE        | 13,00            | 97                | 48,50            | 26,80%             | 7,92             | 101               | 50,5             | 15,68%             |
| SDE        | 4,91             | 61                | 30,50            | 16,10%             | 8,58             | 57                | 28,5             | 30,12%             |
| SLU        | 8,36             | 47                | 23,50            | 35,59%             | 6,83             | 43                | 21,5             | 31,78%             |
| STF        | 12,18            | 50                | 25,00            | 48,73%             | 17,33            | 47                | 23,5             | 73,76%             |
| TDF        | 21,73            | 41                | 20,50            | 105,99%            | 31,08            | 48                | 24               | 129,51%            |

## RELACIÓN ENTRE LAS BAJAS Y ALTAS DE CLIENTES POR DELEGACIÓN.

Relación entre bajas y altas de clientes tomando como dato inicial la cantidad de clientes por delegación al comienzo del periodo vigente (julio de 2015) observando si el número incrementa o disminuye a medida que avanza el periodo.

## RELACIÓN ENTRE LAS BAJAS Y ALTAS DE CLIENTES POR DELEGACIÓN.

| Delegación | Medición    | Valor base | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | % Índice crecimiento Junio 2016 |
|------------|-------------|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------------------------|
| <b>COR</b> | Bajas/Altas | 77         | 80  | 78  | 78  | 77  | 77  | 76  | 76  | 76  | 75  | 77  | 79  | 80  | 3,90%                           |
| <b>CHA</b> | Bajas/Altas | 97         | 97  | 97  | 97  | 97  | 95  | 94  | 93  | 94  | 93  | 93  | 92  | 92  | -5,15%                          |
| <b>ERP</b> | Bajas/Altas | 39         | 39  | 39  | 39  | 39  | 40  | 40  | 40  | 40  | 39  | 39  | 39  | 39  | 0,00%                           |
| <b>PLA</b> | Bajas/Altas | 19         | 17  | 17  | 17  | 18  | 20  | 20  | 21  | 21  | 21  | 21  | 21  | 20  | 5,26%                           |
| <b>MDP</b> | Bajas/Altas | 147        | 147 | 147 | 147 | 147 | 147 | 147 | 148 | 149 | 149 | 149 | 158 | 158 | 7,48%                           |
| <b>MZA</b> | Bajas/Altas | 38         | 36  | 36  | 36  | 37  | 37  | 37  | 40  | 43  | 43  | 43  | 45  | 47  | 23,68%                          |
| <b>RNE</b> | Bajas/Altas | 97         | 98  | 99  | 99  | 100 | 101 | 100 | 102 | 101 | 100 | 94  | 94  | 94  | -3,09%                          |
| <b>SDE</b> | Bajas/Altas | 61         | 57  | 57  | 57  | 59  | 57  | 56  | 56  | 56  | 57  | 56  | 56  | 55  | -9,84%                          |
| <b>SLU</b> | Bajas/Altas | 47         | 44  | 44  | 44  | 44  | 43  | 43  | 43  | 43  | 43  | 43  | 41  | 42  | -10,64%                         |
| <b>RSF</b> | Bajas/Altas | 50         | 48  | 48  | 48  | 47  | 47  | 46  | 46  | 46  | 45  | 45  | 43  | 43  | -14,00%                         |
| <b>TDF</b> | Bajas/Altas | 41         | 47  | 47  | 47  | 47  | 48  | 47  | 47  | 47  | 47  | 48  | 48  | 48  | 17,07%                          |

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2015.

Resultados obtenidos gracias a la encuesta realizada a nuestros clientes durante abril de 2015.

La muestra representativa de los clientes de Zetti mantuvo la misma relación porcentual entre la localización geográfica de clientes y la localización geográfica de clientes encuestados por zona. (Por ejemplo, si el 5% de los clientes son de Mendoza, se contacta al 5% de los clientes mendocinos).

A la muestra se adicionaron clientes a los que se les instaló el sistema durante el 2015 y otros seleccionados de forma aleatoria, sumando en total 263 encuestados.

## ENCUESTA REALIZADA.

### **Atención del call center**

Los tiempos de espera para ser atendido son...  
Las respuestas dadas por el operador son...  
Los tiempos de resolución de sus problemas son...  
El trato recibido es...  
La devolución de los llamados se cumple en un tiempo...  
El servicio de atención en los celulares de guardia es...  
La calidad de audio de la nueva central telefónica es...

### **Actualización de datos**

La calidad de los datos de obras sociales y prepagas mantenidas por actualizaciones es...  
La variedad de obras sociales y prepagas mantenidas por actualizaciones es...  
La calidad de los datos de productos y presentaciones mantenidas por actualizaciones es...  
La variedad de productos y presentaciones mantenidas por actualizaciones es...  
La confiabilidad del proceso es...  
el tiempo de actualización es...  
La mecanismo de actualización diaria vía web es...

### **Funcionalidades de FarmaTronic**

Las funcionalidades del facturador son...  
La velocidad del facturador es...  
La flexibilidad del facturador es...  
La variedad de estadísticas y reportes es...  
los módulos de compras son...  
La amigabilidad del sistema es...  
En función de la cobertura de sus necesidades FarmaTronic es...

### **Nivel de satisfacción de los sectores**

Soporte técnico  
Modificación y desarrollo de mejoras  
Seguimiento comercial  
Gestión administrativa y de cobranzas  
Mantenimiento de datos (obras sociales y productos)  
Capacitación

### **General**

El resultado general del servicio es...  
El precio del abono es...  
La facturación a trimestre vencido le resulta...

## RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2015.

Porcentaje de respuestas positivas y negativas brindadas por cliente para cada delegación.

| Delegación    | 2015    |         |
|---------------|---------|---------|
|               | % (M+R) | %(B+MB) |
| BAA           | 27,95%  | 72,05%  |
| BAI           | 25,00%  | 75,00%  |
| CHA           | 11,61%  | 88,39%  |
| COR           | 32,91%  | 67,09%  |
| ERP           | 15,00%  | 85,00%  |
| MDP           | 21,20%  | 78,80%  |
| MZA           | 23,81%  | 76,19%  |
| PLA           | 16,67%  | 83,33%  |
| RNE           | 12,43%  | 87,57%  |
| RSF           | 36,36%  | 63,64%  |
| SDE           | 32,54%  | 67,46%  |
| SLU           | 34,21%  | 65,79%  |
| TDF           | 9,30%   | 90,70%  |
| Total general | 24,49%  | 75,51%  |

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2015.

A continuación se presenta el ranking de desempeño de las delegaciones del interior respecto a la atención al cliente, elaborado por Calidad en julio de 2015, basando el puntaje en los resultados de dos preguntas:

1. "La calidad en la solución del soporte técnico".
2. "El tiempo de respuesta del área de Soporte es..."

El puntaje inicial se obtiene multiplicando la cantidad de respuestas Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo por un coeficiente acorde al nivel de la respuesta, es decir que se asigna mayor puntaje a medida que es mayor el nivel de satisfacción del cliente, siendo Muy Bueno el de mayor puntaje. El resultado se refleja en la columna denominada Puntaje Inicial.

Por último, se tuvo en cuenta el índice de farmacias ganadas y perdidas en el período abarcado entre Mayo de 2014 y Abril de 2015 (inclusive) para finalmente determinar el "Puntaje Final".

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2015.

| Del         | Cant. de Fcias. | Encuestas respondidas | M  | R  | B   | MB | N/A | Total respuestas | Puntaje inicial | Suma de coeficientes | % de Fcias. atendidas | Ganancia y Pérdida de Fcias. | Puntaje Final | Puesto |
|-------------|-----------------|-----------------------|----|----|-----|----|-----|------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|------------------------------|---------------|--------|
| PLA         | 19              | 2                     |    |    | 1   | 3  |     | 4                | 366             | 91,5                 | 1,47%                 | -5,26%                       | 88,87         | 1      |
| TDF         | 42              | 4                     |    |    | 5   | 3  |     | 8                | 630             | 78,75                | 3,24%                 | 20,00%                       | 88,75         | 2      |
| CHA         | 95              | 10                    |    | 2  | 6   | 12 |     | 20               | 1662            | 83,1                 | 7,34%                 | 1,03%                        | 83,62         | 3      |
| RNE         | 96              | 19                    | 2  | 1  | 24  | 11 |     | 38               | 2717            | 71,5                 | 7,41%                 | 16,47%                       | 79,74         | 4      |
| ERP         | 36              | 2                     |    |    | 3   | 1  |     | 4                | 298             | 74,5                 | 2,78%                 | 0,00%                        | 74,5          | 5      |
| MDP         | 139             | 18                    | 2  | 11 | 12  | 11 |     | 36               | 2255            | 62,64                | 10,73%                | 4,26%                        | 64,77         | 6      |
| MZA         | 34              | 4                     |    | 1  | 7   |    |     | 8                | 495             | 61,88                | 2,63%                 | -5,26%                       | 59,25         | 7      |
| COR         | 75              | 7                     | 1  | 5  | 7   | 1  |     | 14               | 727             | 51,93                | 5,79%                 | 3,95%                        | 53,9          | 8      |
| BAA         | 540             | 64                    | 19 | 36 | 53  | 13 | 7   | 128              | 5986            | 49,47                | 41,70%                | 1,55%                        | 50,25         | 9      |
| SDE         | 61              | 12                    | 4  | 11 | 5   | 4  |     | 24               | 1093            | 45,54                | 4,71%                 | 9,09%                        | 50,09         | 10     |
| RSF         | 48              | 6                     | 2  | 2  | 8   |    |     | 12               | 594             | 49,5                 | 3,71%                 | -9,43%                       | 44,79         | 11     |
| SLU         | 44              | 4                     |    | 5  | 3   |    |     | 8                | 363             | 45,38                | 3,40%                 | -6,25%                       | 42,25         | 12     |
| BAI         | 66              | 6                     | 5  |    | 7   |    |     | 12               | 462             | 38,5                 | 5,10%                 | -5,56%                       | 35,72         | 13     |
| Total Gral. | 1295            |                       | 35 | 74 | 141 | 59 | 7   | 316              | 15540           | 50,29                | 100,00%               | 1,89%                        | 51,24         |        |

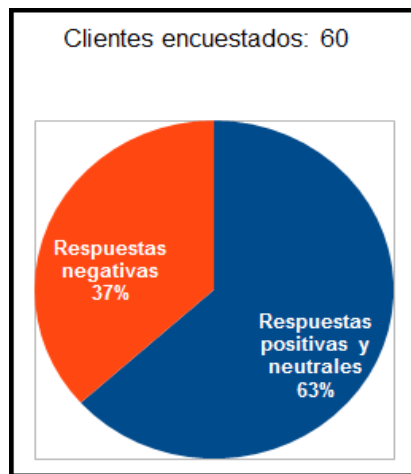
## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

Observaciones y reclamos obtenidos gracias a la encuesta realizada a la totalidad de los clientes del interior y 150 clientes de C.A.B.A.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de CÓRDOBA.



- Dificultad para ponerse en contacto con el representante por falta de respuesta en llamado telefónico, principalmente pasadas las 17hs.
- Reclamos relacionados con la calidad del servicio. Algunos clientes consideran que el costo del servicio es caro en relación a lo que se le brinda.
- Reclamos por lentitud del sistema sin seguimiento.
- El representante solicita al cliente que se contacte con soporte técnico de Buenos Aires para la resolución del problema.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de CHACO.



- Dificultad para ponerse en contacto con el representante.
- Reclamos relacionados con la calidad del servicio.
- Respuestas lentas o inexistentes frente a los problemas.
- Clientes consideran que el costo del servicio es caro en relación a lo que se le brinda.
- Falta de seguimiento ante reclamos de Obras Sociales
- Falta de visita a las Farmacias.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de ENTRE RÍOS.



- Dificultad para ponerse en contacto con el representante.
- Algunos clientes prefieren llamar a Buenos Aires.
- Falta de seguimiento ante reclamos, por lo que algunos clientes terminan solucionando problemas por su cuenta.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de LA PLATA.



- Dificultad para ponerse en contacto con el representante (no responde, si lo hace está ocupado y no devuelve los llamados).
- Falta de seguimiento ante reclamos de perfumería, códigos de barra y productos nuevos.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de MAR DEL PLATA.



- Hay clientes que prefieren llamar a Buenos Aires
- Hay clientes que prefieren llamar a Buenos Aires o arreglarse solos antes de recibir soporte por parte de Pablo.
- Falta de visita a las Farmacias.
- Dificultad para ponerse en contacto con el representante.
- Hay clientes que manifiestan nunca haber recibido capacitaciones.
- Reclamos por lentitud en actualizaciones de precios y errores de precios en productos de perfumería.
- Hay clientes que manifiestan nunca haber recibido capacitaciones.
- Reclamos por lentitud en actualizaciones de precios y errores de precios en productos de perfumería.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de MENDOZA.

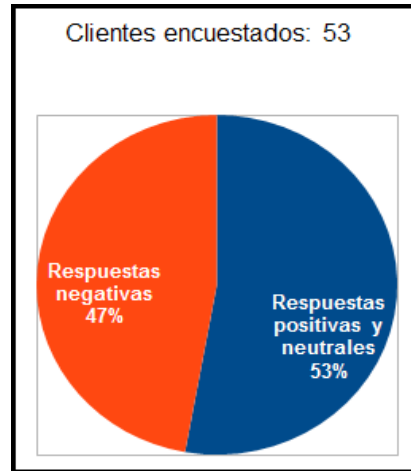


- Dificultad para ponerse en contacto con el representante.
- Hay clientes que prefieren llamar a Buenos Aires.
- Falta de seguimiento ante reclamos de Obras Sociales, trazabilidad y del sistema en general.
- Clientes consideran que el costo del servicio es caro en relación a lo que se le brinda.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de RÍO NEGRO.



- Los clientes no se pueden comunicar con Juan Manuel y varios prefieren llamar a Martín.
- Reclamos por la calidad de las capacitaciones brindadas y por la forma de atención.
- Los tiempos de resolución no son los esperados por el cliente.
- Reclamos por cobros adicionales al cliente.
- Algunos clientes prefieren llamar a Buenos Aires.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

# zDelegaciones

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de SANTIAGO DEL ESTERO.



- Hay clientes que manifiestan nunca haber recibido capacitaciones.
- Los tiempos de resolución no son los esperados por el cliente. Muchas veces los terminan resolviendo por su cuenta.
- Dificultad para ponerse en contacto con el representante y reclamos por atención en horarios limitados.
- Clientes consideran que el costo del servicio es caro en relación a lo que se le brinda.
- Reclamos por lentitud en el proceso de migración de FarmaTronic a Touch&Sale.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2016.

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de SAN LUIS.



- Problemas de comunicación con el representante.
- Falta de concreción de capacitaciones solicitadas.
- Respuestas lentas frente a los problemas.
- Reclamos por limitado horario de atención.
- Falta de visita a las Farmacias.
- Reclamos por cobros adicionales.
- Falta de seguimiento ante reclamos de Obras Sociales y del sistema en general.
- Clientes consideran que el costo del servicio es caro en relación a lo que se le brinda.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de RAFAELA.



- Reclamos por carga de Obras Sociales y precios sin seguimiento.
- Manejo erróneo del mensaje hacia el cliente, perjudicando la imagen de la empresa (prohibición de visita a la Farmacia y Buenos Aires no resuelve los problemas).
- Reclamos por tiempos de resolución de problemas técnicos.
- Reclamos por la calidad de las respuestas frente a problemas de datos.
- El representante manifiesta que siempre los temas deben resolverse desde Buenos Aires.
- Reclamos por falta de devolución del llamado.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.

Reclamos y observaciones proporcionados por clientes de TIERRA DEL FUEGO.



- Dificultad para ponerse en contacto con el representante.
- Reclamos por tiempos de resolución de problemas técnicos.
- Algunos clientes prefieren llamar a Buenos Aires.
- Reclamos por falta de devolución del llamado.
- Los clientes no utilizan las incidencias web.
- Hay clientes que no tienen contacto con el representante.



**ZETTI INGENIERIA EN SISTEMAS SRL**

BERNARDO DE IRIGOYEN 308 PISO 9, CAPITAL FEDERAL  
(C1072AAH) BUENOS AIRES - ARGENTINA  
TEL (5411) 5353-1414 / FAX (5411) 5353-1444

[info@zetti.com.ar](mailto:info@zetti.com.ar)