



**PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA ENTREGA DE SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE POST-VENTA (DPV) DE ROCA CHILE**

**MARÍA ALEJANDRA MENDOZA PINO  
ALFREDO MAXIMILIANO FUENTES GAETE**

**INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN**

La presente investigación tiene por objeto definir y proponer mejoras en el proceso de administración y distribución de entrega de servicios del departamento de postventa (DPV) de Comercial Hispano Chilena, Roca Chile.

Para el logro del objetivo general del estudio se dividió el trabajo en las siguientes etapas:

Marco Teórico: La información fue recolectada a través de una revisión bibliográfica, con apoyo de múltiples libros, tesis y papers acerca de teorías de Calidad Total, Mejoramiento Continuo y Reingeniería que sustentan las actividades analizadas en el estudio. Herramientas del Estudio: Se aplicaron tres cuestionarios para conocer las expectativas de ciertas actividades respecto a un servicio de postventa ideal que pudiera entregar cualquier organización presente en el mercado. Luego se efectuó la Evaluación del desempeño Actual del departamento en estudio, que permitió comparar el nivel de desarrollo presente respecto a las expectativas propias de cada cliente entrevistado; junto con lo que se quiere lograr en el corto / mediano plazo con un rediseño de mejoras al proceso de administración y distribución de entrega de servicios. Finalmente se efectuó una jerarquización de estas actividades, que permitió priorizar las más susceptibles a mejora. Con la información obtenida en los cuestionarios se identificaron las actividades susceptibles a mejora, analizando en cada una de ellas sus posibles propuestas. Análisis de Datos: Recopilada la información a través de los instrumentos de

medición, se tabularon y procesaron por medio de los programas Excell y procesador de textos Windows.

Entrega de Propuestas: Analizados los instrumentos de medición, se llevo a cabo la segunda parte del estudio, que consistió en estructurar las propuestas basadas en los resultados arrojados en la investigación de mercados, y con el fin de que estas fuesen alcanzables para su implementación; dentro de las limitaciones y disponibilidad de recursos que cada organización enfrenta, al poner en marcha un proceso de mejora.