

RRHH FORMACIÓN LICITACIÓN CONTENIDOS EMPLEO FACILITY MANAGEMENT

# Informe de “Mystery Shopper” en EE.SS

21 de Enero de 2014

**INDICE**

<b>INDICE .....</b>	<b>2</b>
<b>1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2 ANTECEDENTES.....</b>	<b>4</b>
<b>3 OBJETIVO.....</b>	<b>5</b>
<b>4 METODOLOGÍA.....</b>	<b>6</b>
<b>5 RESULTADOS .....</b>	<b>10</b>
5.1 Estación de servicio 1 .....	10
5.2 Estación de servicio 2.....	11
5.3 Estación de servicio 3.....	12
5.4 RESULTADOS COMPARATIVOS.....	14
<b>6 CONCLUSIONES .....</b>	<b>19</b>

## **1 INTRODUCCIÓN**

En un mercado tan competitivo, la excelencia de productos y servicios juega una importancia decisiva. Conocer lo que día a día sucede en nuestros establecimientos, con nuestros clientes, es de gran trascendencia.

Ponerse en la piel de los usuarios finales de nuestro producto y servicio, es vital para comprender más y mejor de qué manera perciben estos cada uno de los componentes que forman el total.

La inteligencia competitiva da respuestas concretas mediante técnicas como el Mystery Shopping: aporta ventajas prácticas con una excelente relación inversión / beneficio:

- Conocer de primera mano las impresiones de su cliente.
- Reducir quejas y reclamaciones.
- Fortalecer la fidelización de su empresa.
- Identificar oportunidades de marketing.
- Medir planes de formación personal.
- Controlar la normativa interna de la empresa.
- Seguimiento de campañas y promociones.
- Comprobar la evolución en el cumplimiento de los criterios de calidad a través del tiempo.

Las técnicas de Mystery Shopping permiten controlar cada uno de los parámetros esenciales de la actividad de cada negocio y avanzar en los posibles ejes.

## **2 ANTECEDENTES**

Desde marzo del 2009 EESS realiza para el mantenimiento y mejora del sistema de gestión implantado seguimientos mensuales. .

Durante los análisis realizados se ha comprobado una bajada en la evaluación de la satisfacción del PROVEEDOR PRINCIPAL, y de nuestros clientes. A parte de las evaluaciones realizadas, se han desarrollado durante el año 2013 varias auditorias internas para la valoración de los requisitos legales y del PROVEEDOR PRINCIPAL en las tres estaciones de servicios.

Las conclusiones de dichas auditorias nos han llevado a proponer la realización del presente análisis e informe de "Mystery Shopper" para evaluar la evolución de la prestación del servicio.

En base a presente informe se plantearan medidas a tomar para corregir las desviaciones detectadas.

### 3 OBJETIVO

La utilización de estas técnicas tiene como objetivo general:

**LA MEJORA CONSTANTE DE LA CALIDAD Y EL COMPROMISO PLENO  
CON LA SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES**

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE EE.SS

Entre los objetivos específicos del estudio, se encuentran:

- Conocer aplicabilidad de la formación recibida y las indicaciones de la dirección.
- Conocer la calidad del servicio prestado por las EE. SS

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE MAINJOBS

- Un análisis cualitativo, señalando las impresiones específicas de nuestro personal durante todo el desarrollo de la visita.
- Un análisis cuantitativo con información referente a los atributos de la Calidad del Servicio (Modelo Servqual de Parasuraman).

#### 4 METODOLOGÍA

Para la elaboración del presente informe se ha optado por integrar el modelo proporcionado por la empresa **EE.SS.** donde se recogen los principales puntos de interés para evaluar la calidad del servicio, al modelo SERVQUAL.

El proyecto se desarrolla en diferentes fases que se explican a continuación:

##### FASE I: DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS

En la primera etapa del proyecto establecen los requisitos a evaluar. Para la determinación de las áreas a analizar se hizo un repaso a los atributos que según el Modelo Servqual de Parasuraman, evalúan la calidad de servicio.

- Fiabilidad
- Capacidad de Respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Elementos tangibles

##### Elementos tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, material y personal.

En nuestro caso realizamos la evaluación de estos elementos con los siguientes puntos de control para obtener los datos requeridos:

<b><i>Punto de control</i></b>	<b><i>Criterio efectividad</i></b>
Etiquetaje	Todos los productos tienen los precios marcados
Instalaciones	Existen puntos limpios con carteles identificadores de los distintos tipos de contenedores.
Imagen personal	Empleados con placas identificativas con sus nombres
Imagen personal	Empleados con uniformes característicos de la empresa

### Fiabilidad

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa

En nuestro caso realizamos la evaluación de estos elementos con los siguientes puntos de control para obtener los datos requeridos:

<b><i>Punto de control</i></b>	<b><i>Criterio efectividad</i></b>
Servicio de identificación de pago	Se solicita DNI en pagos con tarjeta
Servicio complementario	Piden / Ofrecen Tarjeta Club
Servicio de pago	Devuelven la tarjeta en mano

### Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.

En nuestro caso realizamos la evaluación de estos elementos con los siguientes puntos de control para obtener los datos requeridos:

<b><i>Punto de control</i></b>	<b><i>Criterio efectividad</i></b>
Realización del servicio	Minutos de espera para ponerse en el surtidor
Realización del servicio	Minutos de espera pago en caja
Realización del servicio	Minutos de espera durante la atención
Realización del servicio	Minutos de espera durante la devolución

- Se valorará como negativo tiempos de espera al ponerse en surtidor superiores a 3 minutos
- Se valorará como negativo tiempos de espera para pagar en caja superiores a 3 minutos
- Se valorará como negativo tiempos de espera durante la atención superior a 1 minuto
- Se valorará como negativo tiempos de espera durante la devolución superior a 1 minuto

**Seguridad**

Conocimientos y atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

En nuestro caso realizamos la evaluación de estos elementos con los siguientes puntos de control para obtener los datos requeridos:

<i>Punto de control</i>	<i>Criterio efectividad</i>
Actividad del personal	Actividad de las personas
Aportación de información	Resolución de dudas

Para la evaluación de la actividad de las personas, se establece que:

- En cada estación de servicios hay dos personas encargadas de la atención al cliente. La primera, para atención en caja y la segunda, atención al cliente fuera de caja y mantenimiento de instalaciones.
- Se considera como negativo la realización, de forma prioritaria u obstructiva al servicio principal, de cualquier otra actividad que no sea la descrita en el punto anterior.

## Empatía

Atención personalizada que se ofrece a los clientes.

En nuestro caso realizamos la evaluación de estos elementos con los siguientes puntos de control para obtener los datos requeridos:

<b><i>Punto de control</i></b>	<b><i>Criterio efectividad</i></b>
Contacto no verbal	Mira al cliente cuando habla
Contacto verbal	Saluda
Contacto no verbal	Sonríe
Contacto verbal	Despedida
Contacto verbal	Da las gracias

## FASE II: REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Se realizaron las visitas del cliente misterioso con una duración media de 10 – 15 minutos por cada EE.SS, tiempo que se estima como media de permanencia de cada cliente en dichos establecimientos, el día 21 de Enero de 2014 en horario de mañana considerado como "hora punta" en movimientos de tráfico y, por tanto, de máxima frecuencia prevista de asistencia de clientes.

## 5 RESULTADOS

### 5.1 Estación de servicio 1

#### Elementos tangibles

- Existencia de precios indicados en los productos: NO. Faltan en los snaks pequeños
- Existencia de puntos limpios: SI
- Placas identificativas de los empleados: SI
- Uniformidad: SI

#### Fiabilidad

- Solicitan el DNI cuando se efectúan pagos con tarjeta: NO
- Piden / ofrecen Tarjeta Club: NO
- Devuelven la tarjeta en mano: NO

#### Capacidad de respuesta

- Minutos de espera para ponerse en el surtidor: <1
- Minutos de espera para el pago en caja: 1
- Minutos de espera durante la atención: 1
- Minutos de espera durante la devolución: <1

La persona en caja no presta atención al cliente, da prioridad a la conversación con otra persona "no cliente".

#### Seguridad

- Actividad de las personas:

Persona nº1: Atención al público fuera de caja

Persona nº2: Atención en caja, mientras habla con otra persona.

- Resolución de alguna duda: SI. Resolución de dudas sobre precios

#### Empatía

- Mira al cliente cuando habla: NO
- Saluda: NO
- Sonríe: NO
- Despedida: NO
- Da las gracias: NO

## **5.2 Estación de servicio 2**

### **Elementos tangibles**

- Existencia de precios indicados en los productos: SI
- Existencia de puntos limpios: SI
- Placas identificativas de los empleados: SI
- Uniformidad: SI

### **Fiabilidad**

- Solicitan el DNI cuando se efectúan pagos con tarjeta: SI
- Piden / ofrecen Tarjeta Club: NO
- Devuelven la tarjeta en mano: NO

### **Capacidad de respuesta**

- Minutos de espera para ponerse en el surtidor: <1
- Minutos de espera para el pago en caja: <1
- Minutos de espera durante la atención: 1
- Minutos de espera durante la devolución: <1

### **Seguridad**

- Actividad de las personas:
  - Persona nº1: Atención al público fuera de caja
  - Persona nº2: Atención en caja
- Resolución de alguna duda: SI. Resolución de dudas sobre precios

### **Empatía**

- Mira al cliente cuando habla: SI
- Saluda: SI
- Sonríe: NO
- Despedida: SI
- Da las gracias: SI

### **5.3 Estación de servicio 3**

#### **Elementos tangibles**

- Existencia de precios indicados en los productos: NO
- Existencia de puntos limpios: SI
- Placas identificativas de los empleados: NO
- Uniformidad: SI

Los productos carentes de precios mostrados al público son: una parte del material para vehículos, snacks y bollería.

#### **Fiabilidad**

- Solicitan el DNI cuando se efectúan pagos con tarjeta: NO
- Piden / ofrecen Tarjeta Club: NO
- Devuelven la tarjeta en mano: NO

### **Capacidad de respuesta**

- Minutos de espera para ponerse en el surtidor: 2
- Minutos de espera para el pago en caja: 2
- Minutos de espera durante la atención: <1
- Minutos de espera durante la devolución: <1

### **Seguridad**

- Actividad de las personas:
  - Persona nº1: Atención al público fuera de caja
  - Persona nº2: Atención en caja
- Resolución de alguna duda: NO

### **Empatía**

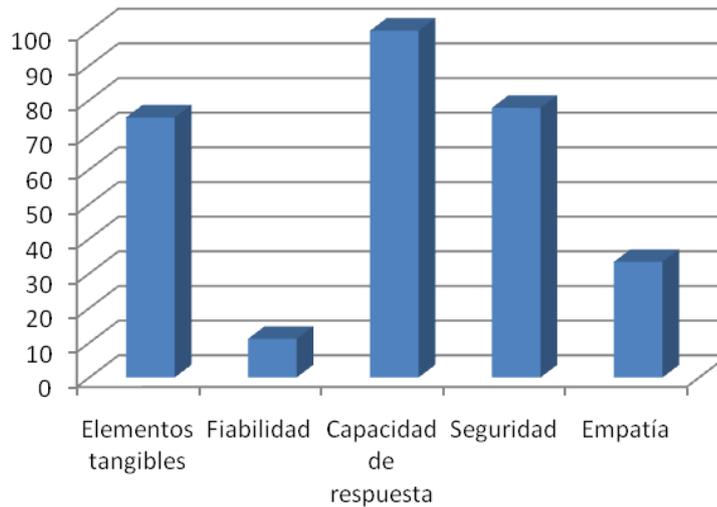
- Mira al cliente cuando habla: NO
- Saluda: NO
- Sonríe: NO
- Despedida: SI
- Da las gracias: NO

#### 5.4 RESULTADOS COMPARATIVOS

El conjunto de datos extraído de los puntos anteriores se expone en la siguiente tabla:

	EE.SS 1		EE.SS 2		EE.SS 3		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Elementos tangibles</b>							
Existencia de precios en los productos:							1
Existencia de puntos limpios:							3
Placas identificativas de los empleados:							2
Uniformidad							3
<b>TOTAL TANGIBLES</b>	3	1	2	2	4	0	
<b>Fiabilidad</b>							
Solicitan el DNI cuando se efectúan pagos con tarjeta:							1
Piden / ofrecen Tarjeta Club:							0
Devuelven la tarjeta en mano:							0
<b>TOTAL FIABILIDAD</b>	0	3	0	3	1	2	
<b>Capacidad de respuesta</b>							
Minutos de espera para ponerse en el surtidor:							3
Minutos de espera para el pago en caja:							3
Minutos de espera durante la atención							3
Minutos de espera durante la devolución:							3
<b>TOTAL CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	4	0	4	0	4	0	
<b>Seguridad</b>							
Persona nº1: Atención al público fuera de caja							3
Persona nº2: Atención en caja							2
Resolución de alguna duda							2
<b>TOTAL SEGURIDAD</b>	2	1	2	1	3	0	
<b>Empatía</b>							
Mira al cliente cuando habla							1
Saluda							1
Sonríe							0
Despedida							2
Da las gracias							1
<b>TOTAL EMPATIA</b>	0	5	1	4	4	1	
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>34</b>

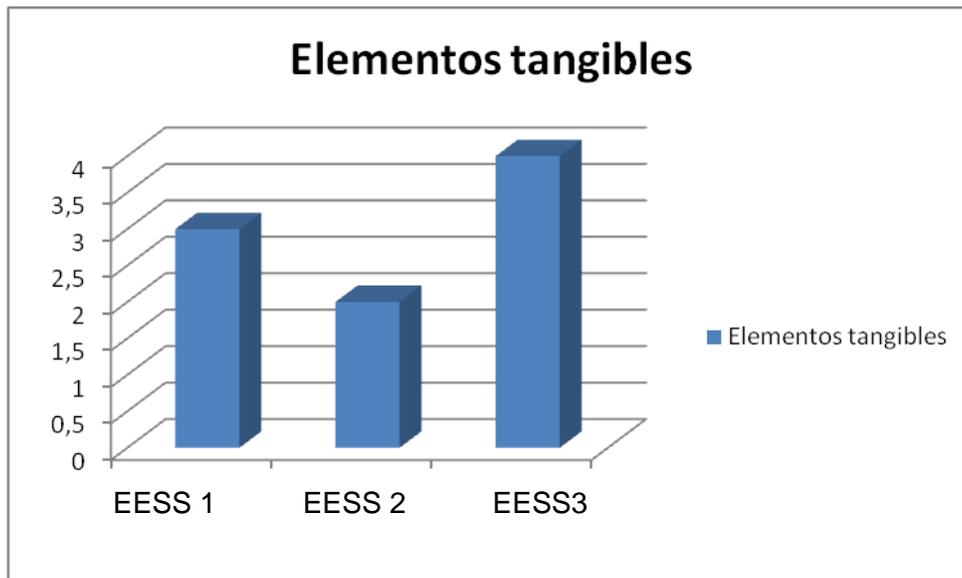
De esta información se extraen los siguientes datos con los que evaluamos de forma general el servicio ofrecido por las EE. SS de Carburantes Clavero.



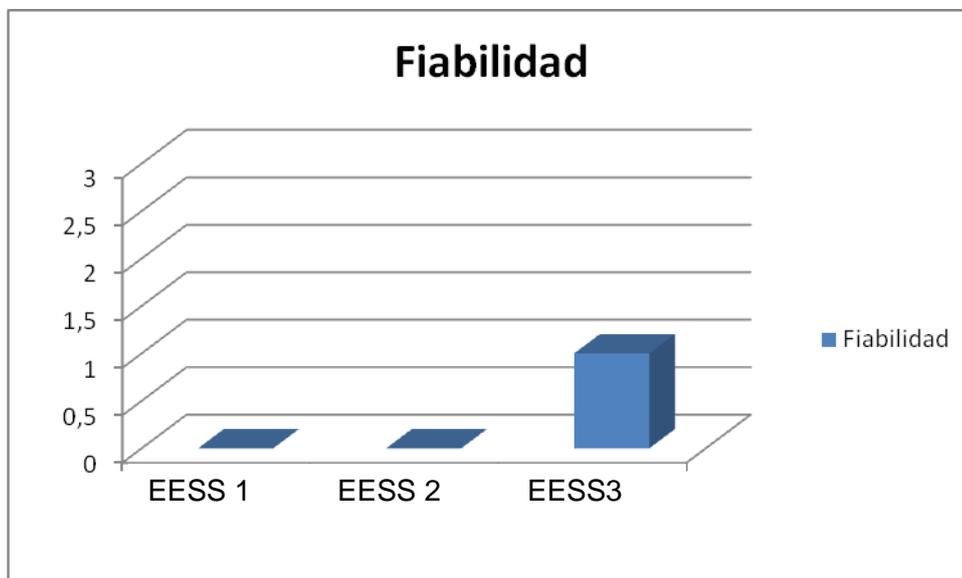
La presente gráfica representa la valoración de los distintos parámetros establecidos para el análisis, con una máxima puntuación de 100.

Como se observa, existen grandes diferencias en la calidad del servicio aplicado a los diferentes aspectos evaluados. Es de destacar como positivo la capacidad de respuesta, que no ofrece error alguno, en contraposición de la deficiencia destacable en el servicio atendiendo a la fiabilidad.

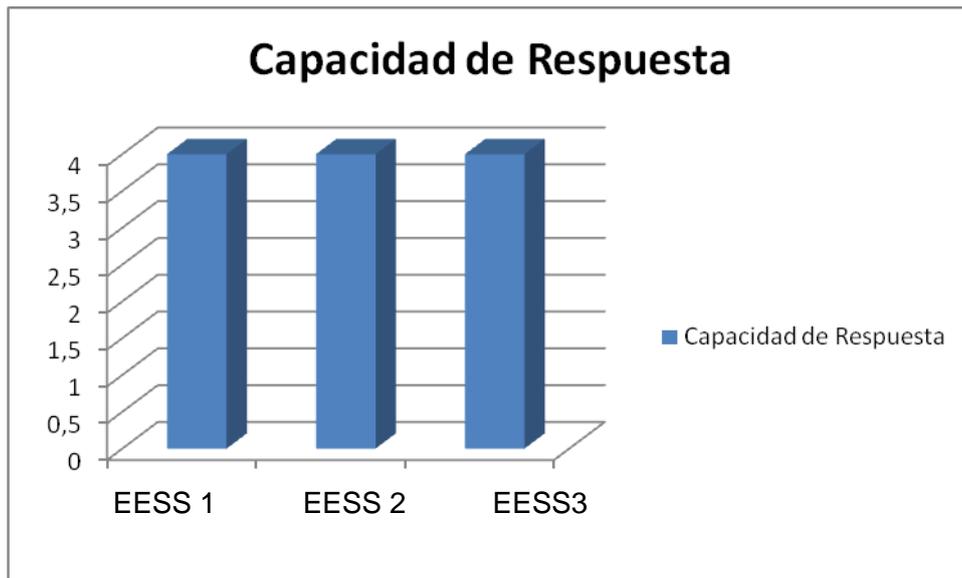
Sin embargo, aunque tenemos esta valoración global, a continuación analizamos cada uno de estos puntos de forma individualizada por Estación de Servicio, puesto que encontramos diferencias notables en la calidad ofrecida por los diferentes establecimientos.



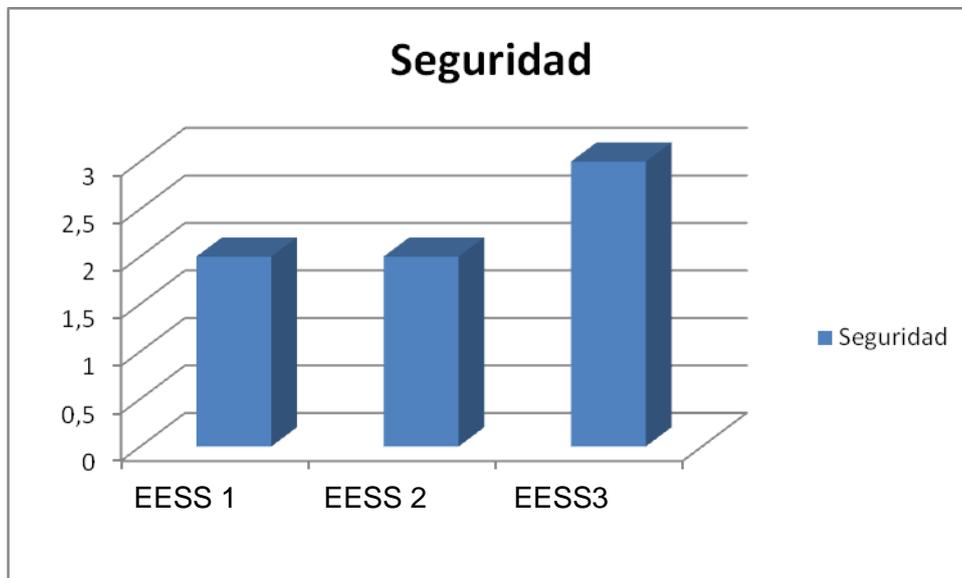
Sobre un máximo de 4 puntos, destaca la EE.SS 3, encontrando a 2, con 2 puntos, en una situación susceptible de ser mejorada sustancialmente en sus aspectos tangibles.



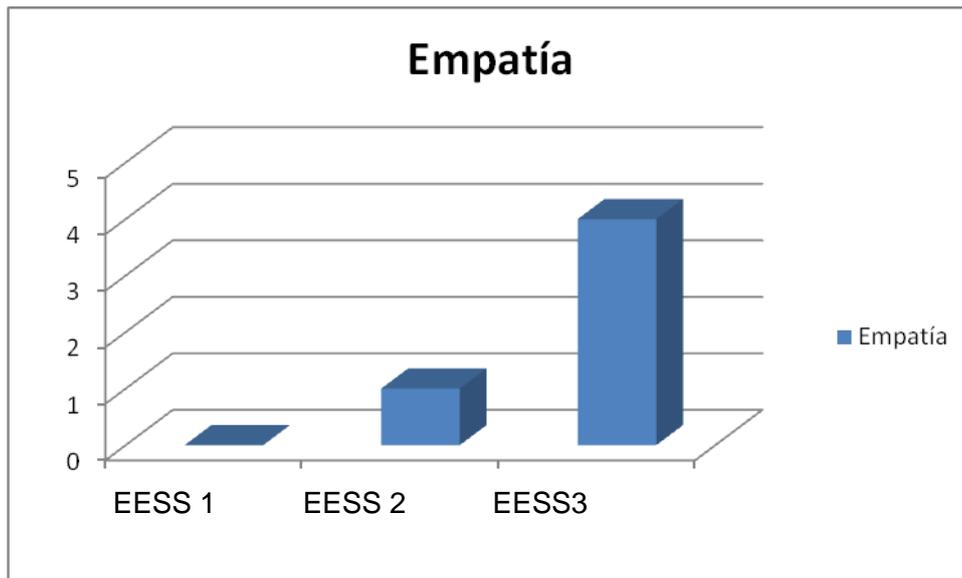
De forma general, sobre un máximo de 3 puntos, podemos decir que las tres EE. SS se encuentran en una situación deficiente en cuanto a la fiabilidad, destacando la EE. SS. 1 y 2, donde en ningún momento se actúa conforme a lo que se espera con respecto a las pautas establecidas en cobros con tarjeta, con la explícita solicitud del DNI al cliente, o con la oferta / petición de la Tarjeta Club.



Al contrario que en el punto anterior, las tres EE. SS ofrecen una capacidad de respuesta excelente en el momento en el que se realizó la visita a los establecimientos, sacando la máxima puntuación posible.



La seguridad se puede definir como buena en las tres estaciones, destacando la de EE.SS 3 donde la actividad del personal se hace destacable. Por otra parte, es importante discutir la relevancia de los errores hallados en las EE. SS 1 y 2, ya que en ambos casos la desatención parcial de sus puestos supuso deficiencias en la atención al cliente, ofreciendo una mala imagen del servicio ofrecido.



Como se puede observar, hay grandes diferencias entre las tres estaciones de servicio sobre la "Empatía". Sobre una puntuación máxima de 5 en nuestra evaluación, la mejor situada es la Estación de Servicio 3, con 4 puntos. Sin embargo, las otras dos estaciones ofrecen una puntuación muy deficitaria, en algunos caso, como en la EE.SS 1, el servicio se ofrece sin ningún tipo de apreciación hacia el cliente, en algunos casos, ni siquiera llegan a pronunciar palabra al cliente.

## **6 CONCLUSIONES**

Planteamos las conclusiones en función al siguiente análisis DAFO:

### **Debilidades:**

Como rasgos comunes a las tres EE. SS. Destacan una escasa empatía con el cliente, llegando al extremo (Estación de Servicio 1) a ignorar por momentos al cliente, así como también las actividades relacionadas con la fiabilidad, donde, en ningún momento solicitan DNI para el pago con tarjeta y tampoco ofrecen o solicitan la Tarjeta Club, con la consiguiente pérdida de eficacia de actividad comercial para con las promociones relacionadas con dicho servicio.

### **Amenazas:**

Los tiempos de servicio son cortos, pero, dada la localización en un municipio turístico, es posible que, en periodo estival, con el aumento exponencial de clientes, aspectos como una empatía deficiente, baja fiabilidad del servicio, pueda dar como resultado un incremento inferior a lo esperado del número de clientes o un aumento de tiempos de espera por errores en la atención al cliente. Se observa una alta concentración de EE.SS en el entorno que, ofreciendo mejor servicio, pueden obtener mejores resultados, siendo más competitivos.

### **Fortalezas**

La seguridad del servicio está garantizada con la atención al público dentro y fuera de caja, siendo un servicio eficiente en la resolución de dudas al cliente. Por otra parte las instalaciones están dotadas de los equipos deseados en correcto estado y bien ubicados.

### **Oportunidades**

Dada la ubicación en una localidad de carácter turístico, que multiplica su población en periodo estival, aumentando la demanda de los servicios ofrecidos en las diversas EE. SS. Nos encontramos en un entorno que favorece la competitividad y debe reforzar la calidad del servicio a los clientes. Aunque desde el punto de vista del equipamiento y la infraestructura, las EESS se encuentran en correcto estado, el servicio de calidad que se espera por parte de la población de carácter vacacional es elevado, por lo que debemos tener en cuenta los aspectos intangibles del servicio como oportunidad de mejora que distinga las instalaciones.