



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Las tesis de Belgrano

Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración

La influencia de las redes sociales en la
satisfacción de los clientes de las empresas de
servicios del siglo XXI

N° 836

María Victoria Ferragut

Tutor: Gastón Bendetto

Departamento de Investigaciones
Fecha defensa de tesina: 30 de julio de 2015

Universidad de Belgrano
Zabala 1837 (C1426DQ6)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533
e-mail: invest@ub.edu.ar
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO 1: TEMA SELECCIONADO	7
1.1 Planeamiento de la pregunta de investigación.....	7
1.2 Fundamentación del tema seleccionado.....	7
1.3 Contexto y estructuración del trabajo.....	7
1.4 Hipótesis.....	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Satisfacción al cliente.....	9
2.2 Internet.....	9
2.2.1 Internet 1.0 y 1.5.....	11
2.2.2 Internet 2.0.....	11
2.3 Redes sociales.....	12
2.3.1 Facebook.....	13
2.3.2 Twitter.....	13
2.4 Definición de Términos.....	14
CAPÍTULO 3 – DESARROLLO.....	16
3.1 Uso de las Redes Sociales.....	16
3.1.1 El uso que le dan las empresas.....	16
3.1.2 El uso que le dan los clientes.....	17
3.2 Satisfacción al cliente.....	21
CAPÍTULO 4 – CASO MOVISTAR.....	23
4.1 Introducción.....	23
4.2 Desarrollo.....	24
4.2.1 Casos Movistar en Twitter.....	24
4.2.2 Casos Movistar en Facebook.....	27
4.3 Conclusiones del caso Movistar.....	30
CAPÍTULO 5 – CASO FIBERTEL.....	31
5.1 Introducción.....	31
5.2 Desarrollo.....	32
5.2.1 Casos Fibertel en Twitter.....	32
5.2.2 Casos Fibertel en Facebook.....	34
5.3 Conclusiones del caso Fibertel.....	36
CAPÍTULO 6 – CASO SISTEMAS BEJERMAN.....	37
6.1 Introducción.....	37
6.2 Desarrollo.....	38
6.2.1 Casos Sistemas Bejerman en Twitter.....	38
6.2.2 Casos Sistemas Bejerman en Facebook.....	38
6.3 Conclusiones del caso Sistemas Bejerman.....	41
CAPÍTULO 7 – NIVEL DE SATISFACCIÓN.....	42
7.1 Resultados de encuestas del Grupo A.....	42
7.2 Resultados de encuestas del Grupo B.....	43
7.3 Resultados de encuestas del Grupo C.....	44
CAPÍTULO 9 – CONCLUSIONES FINALES.....	45
ANEXOS.....	46
Anexo 1 - Carta de Autorización de los Autores y Declaración Jurada.....	46
Anexo 2 – Formato de la Encuesta.....	48

Anexo 3 - Encuestas	50
Encuesta n° 1	50
Encuesta n° 2	51
Encuesta n° 3	52
Encuesta n° 4	53
Encuesta n° 5	54
Encuesta n° 6	55
Encuesta n° 7	56
Encuesta n° 8	58
Encuesta n° 9	59
Encuesta n° 10	60
Encuesta n° 11	61
Encuesta n° 12	62
Encuesta n° 13	63
Encuesta n° 14	65
Encuesta n° 15	66
Encuesta n° 16	67
Encuesta n° 17	68
Encuesta n° 18	69
Encuesta n° 19	70
Encuesta n° 20	72
Encuesta n° 21	73
Encuesta n° 22	74
Encuesta n° 23	75
Encuesta n° 24	76
Encuesta n° 25	77
Encuesta n° 26	79
Encuesta n° 27	80
Encuesta n° 28	81
Encuesta n° 29	82
Encuesta n° 30	83
 BIBLIOGRAFÍA.....	 85

INTRODUCCION

Hoy en día nos encontramos inmersos en un mundo en el cual los avances tecnológicos varían año a año. Con una frecuencia no mayor a dos meses sale al mercado un nuevo celular, iphone, smartphone, ipod, ipad, tablet, smart-tv, notebook, netbook, etc. Estas nuevas tecnologías traen aparejado el uso de internet, y a su vez de las redes sociales, a través de ellas.

No cabe duda de que hubo un antes y un después luego de la creación de internet, lo cual generó formidables cambios en la comunicación diaria de las personas. Gracias a internet podemos enterarnos de lo que sucede en cualquier parte del mundo con solo un "click". A su vez esto se ve potenciado ya que gozamos de una conexión 24x7 (las 24 horas del día, los 7 días de la semana), esto no solo implica que podemos saber lo que está sucediendo en otra parte del mundo, sino que podemos saberlo en cualquier momento.

Dentro de lo que es internet, esta tesina se centrará en el uso de las redes sociales como herramienta de las empresas para lograr estar dónde y cuándo los clientes lo necesiten, alcanzando de esta manera la satisfacción de sus consumidores.

Como todos bien sabemos las redes sociales son el "boom" del momento, la mayoría de las personas tiene un usuario en Facebook, Twitter, LinkedIn, Google +, Instagram y/o Youtube, y los que todavía no poseen una cuenta en alguno de estos sitios deberían de tenerla. Aquellos que son usuarios pasan varias horas al día utilizando dichas redes sociales y esto se debe también a que existen cada vez más dispositivos con conectividad que los mantienen permanentemente informados de lo que sucede tanto en su entorno cercano (ya sean amigos, familia y/o colegas de trabajo), como en el resto del mundo.

Ignorar éstos avances implicaría quedarse fuera de la realidad, desperdiciando una vía de contacto directo con los actuales y/o potenciales clientes, es decir quedarse fuera del mercado.

Las empresas quieren y deben estar donde están sus consumidores, y para ello es necesario que entiendan a la perfección cuales son las nuevas tendencias sociales mundiales que las afectan; en este caso las Redes Sociales. Para luego con un uso adecuado ellas lograr romper con las barreras de tiempo y espacio entre vendedor y consumidor.

El siguiente estudio se enfocará principalmente en cómo las empresas, a través del uso de las redes sociales anteriormente mencionadas, pueden crear un medio adicional más eficiente para satisfacer las necesidades de los clientes, brindando una rápida solución a posibles inconvenientes y/o inquietudes que surjan por la adquisición y/o uso de los productos y/o servicios brindados por las empresas. Finalmente se buscará conseguir, a través de la satisfacción de los clientes, la retención de los mismos y a su vez la posibilidad de crecer con su recomendación.

Para realizar un análisis profundo sobre el tema seleccionado, se dedicaron 3 capítulos de esta tesina al análisis de 3 casos prácticos. Las empresas estudiadas serán del rubro de servicios. Los casos analizados son de las siguientes empresas: Movistar Argentina S.A. Importante empresa de telecomunicación, Fibertel empresa líder de conectividad a internet, Sistemas Bejerman S.A. empresa importante del rubro de software de gestión y contabilidad que brinda un servicio posventa específico a sus clientes.

Lo que se buscará en el desarrollo de estos 3 capítulos es analizar los métodos que utilizan las empresas a la hora de brindar respuesta a las inquietudes/reclamos de los clientes a través de Facebook y Twitter. Y a su vez se examinará el tiempo de demora que manejan estas 3 empresas para contestar las consultas/inquietudes de sus clientes y cómo proceden.

Por último, en este trabajo final de carrera se realizará una encuesta a un grupo de personas de diferentes edades con el fin de conocer si los clientes elijen las redes sociales como medio de contacto con las empresas y a su vez si, en el caso de que las elijan como medio de contacto, cual es el nivel de satisfacción que obtienen los clientes una vez que reciben la respuesta por parte de la empresa (si es que las empresas responden las consultas/reclamos realizados a través de las redes sociales).

CAPÍTULO 1: TEMA SELECCIONADO

1.1 Planeamiento de la pregunta de investigación

La temática de la investigación a realizar es: La influencia del uso de las redes sociales, como herramienta de las empresas, para la retención y satisfacción de sus clientes.

Por lo tanto la pregunta de investigación que se intentará resolver mediante el presente análisis será: ¿Es importante el uso de las redes sociales a la hora de hablar de “satisfacción de los clientes”?

Para ello se estudiará el comportamiento de las empresas seleccionadas, ante las inquietudes/reclamos de sus clientes, y el resultado final.

El objeto de estudio serán medianas y grandes empresas, entre ellas Movistar Argentina, Fibertel y Sistemas Bejerman; basándose la investigación en casos prácticos en los cuales se observará y analizará como aplican estas empresas el uso de las redes sociales para satisfacer a sus clientes, si es que usan las redes sociales para estos temas.

Las redes sociales que se analizarán en este trabajo serán Facebook y Twitter, ya que son las más usadas por las personas y empresas. Otras redes muy populares hoy en día son Instagram y Youtube, pero aún no hay muchas empresas que las usen, o sino aquellas que las usan son con fines meramente publicitarios.

1.2 Fundamentación del tema seleccionado

El punto que se intenta resaltar en esta tesina es el cómo con un uso adecuado de las redes sociales, las empresas pueden facilitar la satisfacción de sus clientes, consiguiendo de esta manera retenerlos y a su vez la posibilidad de ser recomendados por ellos.

Cuando el cliente tiene un inconveniente o inquietud desea obtener una solución, o por lo menos una respuesta, por parte de la empresa de manera inmediata, y gracias a las redes sociales las empresas pueden estar a disposición de sus clientes en cualquier lugar y momento que ellos lo deseen. Las redes sociales permiten romper con las barreras de tiempo y espacio existentes entre clientes y empresas, y resultan muy útiles a la hora de resolver los inconvenientes que los clientes les plantean.

De todas formas las redes sociales son un “arma de doble filo”, ya que así como los clientes pueden plantearles sus problemas a las empresas para que les den una solución, si las empresas no brindan soluciones a todas las inquietudes que demandan sus clientes, ellos podrán manifestar su disconformidad a través de este medio masivo de comunicación generando de esta manera una mala publicidad para la empresa. Por esta razón es sumamente importante que las empresas se comprometan a darles una respuesta a todos sus clientes en el menor tiempo posible.

La idea de implementar el uso de las redes sociales en las empresas, viene aparejada no solo al hecho de estar disponibles para sus clientes las 24 horas del día y en el lugar que sea, sino que también implica la posibilidad de captar nuevos clientes, o mejor aún conseguir que los actuales clientes, una vez ya satisfechos por el servicio brindado, los recomienden.

Una vez que se haya logrado satisfacer a los actuales clientes, las empresas también podrán utilizar las redes sociales como un medio por el cual podrán generar un contacto directo con el cliente, a través del cual podrán hacerle llegar promociones, información sobre nuevos productos y/o servicios, beneficios, etc. Para de esta manera captar su atención e inclusive generar nuevas oportunidades de ventas.

1.3 Contexto y estructuración del trabajo

El siguiente trabajo de investigación se desarrollará en un contexto de empresas ubicadas en Argentina, todas empresas de servicios, la mayoría de ellas de gran conocimiento público.

En cuanto al espacio temporal de la investigación estará dirigido a la actualidad.

Posee como objetivo general, dar a conocer si el uso de las redes sociales influye en la satisfacción de los consumidores.

Los objetivos específicos de este trabajo son:

- Analizar los mejores métodos para que las empresas den respuesta a las inquietudes de sus clientes.
- Examinar que demora manejan las empresas para contestar las consultas de sus clientes y cómo proceden.
- Analizar por medio de encuestas si las personas elijen las redes sociales como medio para contactarse con las empresas.
- Analizar, por medio de encuestas, que nivel de satisfacción tiene el cliente luego de recibir la respuesta brindada por las empresas (si es que las empresas responden las consultas).

1.4 Hipótesis

Se genera la siguiente hipótesis como respuesta a la pregunta de investigación planteada:

“La implementación del uso de redes sociales en las empresas es sumamente importante para satisfacer de manera más eficiente las necesidades de sus clientes, logrando de esta manera retenerlos y a la vez les permite crecer con su recomendación.”

Será tarea de esta investigación, a través del estudio de casos prácticos en distintas empresas, validar o refutar esta hipótesis.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se describirán de manera detallada aquellas variables que se ven contempladas en el tema seleccionado, haciendo mención a aquellos elementos conceptuales o de referencia que se emplearán en este trabajo.

También se definirán aquellos términos que serán utilizados en el desarrollo de esta tesina; con el objeto de lograr un mayor entendimiento tanto del desarrollo como del resultado que se obtendrá de la problemática central.

2.1 Satisfacción al cliente

Se puede definir al cliente como aquella persona que adquiere, por medio de la compra, un determinado producto o servicio que ofrece el vendedor.

La **RAE** define al cliente como la *“persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa”*¹.

Por otro lado la satisfacción, es el punto en el cual la necesidad que tenía una persona deja de ser necesidad. Es decir, si por ejemplo, una persona tiene sed su necesidad estará satisfecha no cuando compre una botella de agua, sino cuando al beber el agua llegue a un cierto punto en el cuál no querrá beber más cantidad, es decir hasta que esté satisfecho y su necesidad de beber agua haya cesado.

La **RAE** define la satisfacción como la *“acción y efecto de satisfacer o satisfacerse”*² y define a su vez “satisfacer” como *“Saciar un apetito, una pasión, etc.”*³. Otra definición útil es la que nos brinda **WordReference** que define la satisfacción como el *“cumplimiento de una necesidad, deseo, pasión, etc.”*⁴.

Podría decirse entonces que la “satisfacción al cliente” es el nivel en el cual la persona se siente conforme con el producto o servicio que compró.

Según **Philip Kotler**, la satisfacción del cliente es *“el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”*⁵.

Como conclusión se puede decir que cuanto más satisfecho se encuentre el cliente con el producto/servicio adquirido, mayor será la posibilidad de que vuelva a comprarlo.

2.2 Internet

Según la **RAE**, internet es una *“red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”*⁶.

Otra definición que nos brinda **WordReference** para internet es la siguiente: *“Red informática de comunicación internacional que permite el intercambio de todo tipo de información entre sus usuarios. El nombre proviene del acrónimo de las palabras inglesas INTERNationalNETwork (red internacional)”*⁷.

Las personas hoy en día utilizan internet con finalidades muy distintas, la mayoría de ellas se relacionan con la información, la comunicación, la interacción, la diversión y la comodidad (por ejemplo a la hora de hacer un pedido online, o de ver una película/serie desde la comodidad de la casa y sin gastar dinero).

¹ **RAE**, <http://lema.rae.es/drae/?val=cliente>.

² **RAE**, <http://lema.rae.es/drae/?val=satisfaccion>.

³ **RAE**, <http://lema.rae.es/drae/?val=satisfacer>.

⁴ **WordReference**, <http://www.wordreference.com/definicion/satisfacci%C3%B3n>.

⁵ **Philip Kotler**; *“Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control”*; Octava Edición; Editorial Pearson Educación; (2001).

⁶ **RAE**, <http://lema.rae.es/drae/?val=internet>.

⁷ **WordReference**, <http://www.wordreference.com/definicion/internet>.

A su vez, gran parte de las personas que se conectan a internet consideran la “internet” como un espacio al que entran a través de sus dispositivos con internet y en el cual pueden navegar y hasta interactuar. Un sitio que es real y que a pesar de que no es visible a los ojos de las personas, ellas saben que está ahí. Es aquí donde se crea el concepto del ciberespacio, un lugar virtual que existe del otro lado del dispositivo conectado a internet y que se experimenta como real aunque se trate sencillamente de un concepto mental proyectado y compartido por la mayoría de los usuarios de internet.

El escritor **William Gibson**, en su novela *Neuromancer*, se refiere al concepto de ciberespacio de la siguiente manera “*Todo el mundo que conozco y que trabaja asiduamente con ordenadores, cree firmemente que tras la pantalla existe un mundo invisible a nuestros ojos*”⁸.

La metáfora de Gibson, sobre el ciberespacio, “*se alimenta con la idea de que el ciberespacio es como un océano por donde se navega, un lugar misterioso, desconocido y proceloso, que llama a las personas para ser explorado. Un lugar a medio camino entre fluido y tierra, entre el espacio real y virtual, entre el tiempo actual y la velocidad acelerada de las redes*”.

Benedikt M., define el ciberespacio como “*una red global soportada por ordenador, a la que se accede por ordenador y generada por ordenador, multidimensional, artificial o realidad virtual*” y como “*un nuevo universo, creado y sostenido por el mundo de las computadoras y las redes de comunicación. Un mundo de nómadas en contacto. Los medios, la informática y la realidad virtual conducen a una sociedad post-letrada, post-simbólica. En esta era ya no se precisa que las narraciones limitadas por el lenguaje y los juegos semánticos comuniquen opiniones, el acontecer y la información, sino que, será la experiencia virtual, interactiva, la que predomine*”⁹.

Barnes, por otro lado lo describe como “un territorio de información digital” y “un reino hiperdimensional en el que se entra por la tecnología”¹⁰.

A modo informativo, puede apreciarse a continuación un cuadro histórico con la cantidad de usuarios de internet de la Argentina.

Argentina	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Usuarios (en millones)	3,7	4,1	5,7	7,6	10,0	13,0	16,0	20,0	23,0	26,5	28,8	30,5	31,9

Cantidad de usuarios de Internet en Argentina, fuente <http://www.cristiandelgado.com/informe-comercio-electronico-argentina/>

Otro Autor que opina sobre el mundo digital de internet es **Phillip Kotler**, quien decía que “*con la creación de Internet y de los navegadores en la década de los noventa, Internet pasó de ser una simple herramienta de comunicación a constituir una tecnología revolucionaria.*” También hace mención al incremento masivo de uso que hubo de Internet (que se puede apreciar en la tabla que figura anteriormente); Kotler manifestaba que “*este aumento explosivo del acceso a Internet conforma el núcleo de la llamada Nueva Economía. Internet se ha convertido en la tecnología revolucionaria del nuevo milenio, bendiciendo tanto a los consumidores como a las empresas con el don de la conectividad. De todos los avances tecnológicos de la Nueva Economía que surgieron a lo largo de la época pasada, Internet ha jugado un papel si no primordial, por lo menos decisivo. Internet permite que las empresas y los consumidores accedan a cantidades inmensas de información y la compartan, y todo con solo unos clicks de ratón*”¹¹.

Cuando Kotler hace mención de “la Nueva Economía”, en éste párrafo de su libro, se refiere a que todos los avances tecnológicos de hoy en día son cada vez más vertiginosos, tienen ciclos de evolución más cortos y están acompañados por otras herramientas con mayor capacidad tecnológica. Al juntarse la evolución de internet con la evolución de la tecnología que tenemos hoy en día, se crea una herramien-

⁸ **William Gibson**; “*Neuromancer*”; Editorial Minotauro; (1997) New York.

⁹ **Benedikt M.**; “*Cyberspace: firststeps*”; Editorial The MIT Press; (1991) Cambridge.

¹⁰ **Barnes S.**, “*Communication and cyberspace*”; Editado por L. Strate, R. Jacobson y S. Gibson; Hampton Press; (1996) Creskill, Nueva Jersey.

¹¹ **Philip Kotler**, “*Marketing*”; Decima Edición; Editorial Pearson Educación; (2004); Pág. 78.

ta, tanto para los consumidores como para las empresas, capaz de permitirnos acceder a información ilimitada y ponernos en contacto con cualquier persona en cualquier momento y lugar del mundo. Esta "Nueva Economía" que menciona Kotler, es un mundo abierto de oportunidades para las empresas para lograr un contacto directo con sus consumidores y que no deben desaprovechar.

A continuación se describirá brevemente la evolución que fue teniendo internet a través de los años. Al principio se hablaba de una web 1.0 y actualmente internet evoluciona a lo que se conoce como web 2.0, es por ello que cuando se hace referencia al mundo 2.0 se habla de la sociedad que vive en permanente conexión las 24 horas del día.

2.2.1 Internet 1.0 y 1.5

La internet 1.0, o también conocida como web 1.0, se caracterizaba por sus páginas web estáticas, unidireccionales y que no ofrecían al lector la posibilidad de poder cambiar su formato. Estas páginas eran desarrolladas para dar un mensaje al usuario sin que este pudiera responder o interactuar más allá de algún contacto básico como enviar un email.

Luego le siguió la web 1.5 que se caracterizaba por aquellos sitios que mostraban una mayor dinámica, en los cuales los sistemas de gestión contenidos servían páginas HTML creadas desde una base de datos. La estética comenzó a tomar mayor importancia, y conseguir un buen número de visitas era el factor que más pesaba.

2.2.2 Internet 2.0

Más adelante aún se comenzó a plantear una etapa donde la web era más dinámica y multidireccional, donde se permitía a los usuarios proponer y generar contenidos, los formatos son abiertos y se pueden transformar según cada navegante. Además estos sitios web de la era 2.0 se caracterizan por su uso más amigable, intuitivo y fácil para la mayor parte de los usuarios.

El Consultor SEO y SEM, **Carlos Cano Fernández** (Social Media Marketing y Analítica Web - con varios años de experiencia en la gestión de campañas de posicionamiento web personal) dice que no podemos hablar de una definición oficial de web 2.0, consensuada entre los expertos, *"se habla más bien de una tendencia, una evolución en la cual las páginas webs ya no son contenidos estáticos (lo que se conocía como web 1.0) sin posibilidad para el internauta de interactuar con ellos, sino que ahora se posibilita la creación y publicación de contenido en internet, cuya principal característica podríamos decir que se basa en una comunicación abierta, dando la posibilidad de compartir, modificar y crear dicho contenido por todos. Hoy en día prácticamente todo el mundo usa este concepto de web 2.0 por eso se puede decir que se ha convertido en una tendencia del concepto que teníamos anteriormente de las páginas webs. Gracias al ingenio de algunos en la creación de empresas tales como Facebook, Twitter, wordpress, blogger, amazon, ebay, google, etc. Los usuarios pasamos de ser espectadores a ser protagonistas donde podemos plasmar nuestros pensamientos, inquietudes, necesidades etc."*¹².

¹² Página web de **Carlos Cano Fernández** (consultor SEO y SEM, Social Media Marketing y Analítica Web). <http://comenzandocero.com/definicion-de-web-2-0/>

Carlos Cano Fernández define la web 2.0 gráficamente de la siguiente manera:



2.3 Redes sociales

Las redes sociales son plataformas web que permiten que las personas se conecten con sus conocidos, ya sean amigos, pareja y/o familiares, y también permite que conozcan otras personas. El motivo por el cual existen las redes sociales es para que estas personas que se conectan entre sí puedan interactuar y compartir momentos, fotografías, artículos, intereses, juegos, relaciones, etc.

En un primer momento las redes sociales eran usadas en su mayoría por individuos para que se conecten e interactúen entre ellos, pero a medida que algunas de ellas como Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, y otras, se fueron haciendo más populares, las empresas empezaron a verse atraídas por ellas ya que tendrían un nuevo medio para llegar a sus actuales y potenciales clientes.

Como menciona **Damián Sztarkman**, gracias a la aparición de las redes sociales, y al impacto que éstas tuvieron en la sociedad, se le abre las empresas la posibilidad de *“la creación y distribución de contenidos en la red a muy bajo costo incluso a costo nulo. Y como es lógico asumir, un espacio que es adoptado por una amplia audiencia, brinda excelentes oportunidades para explorar nuevos horizontes para el marketing”*¹³.

Sztarkman también menciona, en el manual de marketing directo e interactivo de AMDIA, que *“el marketing en redes sociales tiene como desafío principal para el anunciante el de participar, proponer y esperar ser adoptado por la red, es decir, dejando fuera los espacios tradicionales de publicidad en la red social (mediante avisos en forma de banners o text links), las organizaciones tienen la posibilidad de proponer iniciativas que luego los miembros de la red pueden adoptar como propias. Es un cambio radical en el modelo de comunicación unidireccional que conocemos en los medios masivos como la radio, la televisión o la gráfica.”*¹⁴

En resumen, las redes sociales son aquellos sitios web a los que las personas/empresas ingresan y se conectan con otras personas con las que comparten algunos intereses comunes, gustos y preferencias.

¹³ **Damián Sztarkman**, “Manual de marketing directo e interactivo” AMDIA; Segunda Edición; (2008) Buenos Aires; Pág. 283.

¹⁴ **Damián Sztarkman**, “Manual de marketing directo e interactivo” AMDIA; Segunda Edición; (2008) Buenos Aires; Pág. 284.

Existe una gran variedad de redes sociales, pero en ésta tesina nos centraremos en las siguientes:

2.3.1 Facebook

Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg y fundada con sus colaboradores Chris Hughes, Eduardo Saverin y Dustin Moskovitz.

Todo comenzó en el año 2003 cuando Mark Zuckerberg, alumno de Harvard y genio de la programación, creó el sitio web FaceMash luego de que su novia diera por finalizada la relación. El fin de este sitio era que sus compañeros pudieran calificar el atractivo de sus compañeras de universidad. Con sus conocimientos informáticos Mark consiguió extraer nombres y fotografías de alumnas desde las bases de datos (usando un algoritmo que le había proporcionado su amigo Eduardo Saverin). Finalmente Mark fue suspendido por 6 meses cuando el tráfico de su sitio estropeó a red de Harvard.

Sin embargo, la popularidad de FaceMash y el hecho de que fue creado en una noche (mientras Mark estaba ebrio), llamó la atención de los gemelos Winklevoss, miembros del equipo de remo de Harvard, y de su compañero de negocios Divya Narendra. Ellos se contactaron con Mark y le comentaron que estaban buscando un programador que llevara a cabo su idea de un nuevo sitio web “Harvard Connection”.

Poco tiempo después, Mark acudió a su amigo Eduardo en busca de ayuda. Le explicó que tenía una idea de lo que él llamaba “Thefacebook”, una herramienta de conexiones sociales en línea, exclusiva para los estudiantes de Harvard. Su idea era que los estudiantes pudieran compartir cierta información, sin que invadieran su privacidad. Eduardo decidió ayudarlo, y le financió mil dólares para que pudiera comenzar el proyecto.

Finalmente en Febrero de 2004 Mark creó Facebook. A los pocos días Facebook creció tanto que alcanzaba a todas las universidades de Ivy League. Luego con el transcurso de los años se fue expandiendo por Estados Unidos, Canadá y Reino Unido; hasta que entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español, alemán y francés, traducido por voluntarios, para luego expandirse por el resto del mundo.

En Octubre de 2014 Facebook alcanzó los 1350 millones de usuarios.

Facebook, en su página oficial se definen como una red social que *“desarrolla tecnologías que facilitan el intercambio de información a través del grafico social, el mapa digital de las conexiones que existen entre las personas en el mundo real. Cualquier persona puede registrarse en Facebook e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza. Facebook forma parte de la vida de millones de personas en todo el mundo. Su misión es hacer que las personas puedan compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado”*¹⁵.

2.3.2 Twitter

La página oficial de **Twitter** se autodefine como *“una red de información en el tiempo real que te conecta con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias sobre lo que encuentras interesante. Simplemente localiza las cuentas que te resulten más atractivas y sigue sus conversaciones.*

En el corazón de Twitter hay pequeñas explosiones de información llamadas Tweets. Cada Tweet tiene 140 caracteres de longitud, pero no te dejes engañar por su pequeño tamaño— puedes descubrir un montón en poco espacio. Puedes ver fotos, videos y conversaciones directamente en Tweets para conocer toda una historia de un vistazo, y todo en un único lugar. Miralo en acción:

<https://www.youtube.com/watch?v=0qqDy5BmYKE&feature=youtu.be>

¹⁵ **Facebook**. Descripción extraída de la página oficial de Facebook.
https://www.facebook.com/enespanol/info?tab=page_info

Twitter conecta a empresas con clientes en tiempo real—y las empresas utilizan Twitter para compartir rápidamente información con personas interesadas en sus productos y servicios, para reunir inteligencia empresarial y retroalimentación en tiempo real, y para construir relaciones con clientes, socios y personas influyentes. Desde el reconocimiento de marca al CRM o a las ventas directas, Twitter ofrece a las empresas una forma sencilla de llegar a un público comprometido. Visita Twitter 101 para empresas para obtener más información:

<https://business.twitter.com/>

Con un solo Tweet, millones de personas conocen o muestran su apoyo a iniciativas positivas que podrían haber pasado desapercibidas de otra forma. Programas como Anuncios de Twitter para el Bien ofrecen una manera de que las organizaciones sin ánimo de lucro puedan promocionar sus esfuerzos de la misma forma que puede el resto de empresas. A medida que más organizaciones centradas en la comunidad se unen a la plataforma, los ciudadanos tomarán parte cada vez más en los esfuerzos que tienen lugar para hacer avanzar a su comunidad

Nuestra misión: Proporcionar a todos los usuarios la capacidad de crear y compartir ideas e información al instante, sin ningún tipo de obstáculos¹⁶.

En cuanto a la historia de Twitter, “existe algo de controversia acerca de cómo se gestó la idea que dio origen a Twitter. Según algunas fuentes, la idea original surgió dentro de la compañía Odeo, mientras se estaba desarrollando un servicio de radio on-line (“podcasting”) que no tuvo éxito debido al lanzamiento casi simultáneo de un producto similar por parte de iTunes.

El primer prototipo fue usado internamente entre los empleados de Odeo. Sus creadores habrían sido los ex-trabajadores de Google, Evan Williams y Biz Stone con la colaboración de Jack Dorsey, EvanHenshaw-Plath y fundamentalmente de Noah Glass. Glass, que al poco tiempo fue despedido de la compañía, ha manifestado que Twitter nació en su propia máquina. Y Henshaw-Plath vendió su parte en el proyecto por 7000 dólares, con lo que se compró un viejo VW para salir a recorrer el país.

Una vez iniciado el proyecto probaron varios nombres, alguno de los cuáles fue “Status” (Stat.us), twitch (tic) por el ruido del vibrador de los teléfonos, pero finalmente dieron con “twittr”, inspiración de Glass en alusión a “Flickr”. La versión definitiva se lanzó el 15 de julio de 2006, que según palabras de Dorseyera, su definición era “una corta ráfaga de información intrascendente”, el “pio de un pájaro”, que en inglés es twitt. En octubre de ese año, Stone, Williams, Dorsey y otros formaron Obvious Corporation, adquiriendo los derechos sobre Odeo, luego de que los inversores originales perdieran su interés ante el fracaso inicial del proyecto. Desde esa fecha, Twitter ha ido ganando adeptos rápidamente. En marzo de 2007, ganó el premio South bey Southwest Web Award en la categoría de blog. Y en abril, la nueva compañía Twitter Inc. se independizó de su gestora¹⁷.

En resumen Twitter es una red social a través de la cual, las personas pueden crear y/o compartir ideas en el instante. En lo que nos centraremos en esta tesina es en la posibilidad que Twitter le brinda a la personas para que hagan consultas o reclamos a las empresas a través de este sitio, en busca de una respuesta concisa y a corto plazo; y en como las empresas se desenvuelven en este tipo de situaciones.

2.4 Definición de Términos

- Perfil: tanto como para facebook y twitter, el perfil de un usuario (ya sea persona o empresa) es el lugar donde aparece la información de la persona, sus últimas publicaciones y una foto que la representa.
- Muro: “el muro (wall en inglés) es un espacio en cada perfil de usuario de facebook, que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Solo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación¹⁸.”

¹⁶ Twitter, sitio web oficial. <https://about.twitter.com/>

¹⁷ Ebook “Facebook y otras redes sociales”; Editorial Kreactiva; Pág. 70-72.

¹⁸ Ebook “Facebook y otras redes sociales”; Editorial Kreactiva; Pág. 3.

- El muro es la página principal del perfil de cada usuario de facebook. El muro brinda un espacio donde los amigos de cada usuario podrán dejar mensajes. Además de introducir texto, el muro tiene enlaces para ver desde fotos hasta páginas que te gusta.
- Tweet: los tweets son las publicaciones de Twitter que realiza cada usuario. Cada Tweet tiene como máximo 140 caracteres de longitud.
- Twitrear: es la acción de escribir y publicar un tweet.
- Like: el concepto de like, o como se dice en la jerga popular "likear", corresponde a la acción de indicar que "te gusta" una foto/publicación/video/etc. Publicado por otra persona.
- Posteo: acción de publicar un contenido en tu muro. Ya sean fotos, un texto, un video un enlace, etc.
- Seguidor: en facebook existe la posibilidad de seguir a una persona o empresa con el fin de poder ver sus publicaciones diarias y mantenerse al día de las novedades.

CAPITULO 3 – DESARROLLO

3.1 Uso de las Redes Sociales

Las redes sociales tienen como usuarios no solo a personas, sino también a empresas, bandas de música, lugares, etc., cada cual le da un uso diferente dependiendo del fin que tengan.

En cuanto a los modos de uso, o mejor dicho la forma en la que se puede acceder a estas redes sociales, las principales son a través de la computadora (ya sea PC, notebook o netbook) o bien, a través de cualquier Smartphone.

A continuación nos centraremos en el uso que le dan las empresas y los clientes a las redes sociales para luego poder comprender de qué manera esto influye a la hora de hablar de satisfacción al cliente.

3.1.1 El uso que le dan las empresas

Hoy en día las redes sociales se han posicionado como un nuevo modelo de referencia en las relaciones entre las personas, es ello lo que atrae a las empresas a acercarse de una manera inteligente para aprovechar el contacto directo con sus clientes.

La empresa Manpower (líder en la industria mundial de los servicios de empleo) sugirió, en una de sus conferencias sobre el impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo, que *“si cada persona u organización no se encarga de construir y mantener una identidad dentro de las redes sociales, otros se encargaran de hacerlo, pero como a ellos les parezca”*¹⁹. Este punto es clave ya que las empresas no solo se ven atraídas por las redes sociales gracias al contacto bidireccional que le brinda con sus clientes, sino que también, en caso de no entrar al mundo de las redes sociales, corren el riesgo de que se les hurte o difame su perfil.

Una vez que ya sean usuarios de las redes sociales tendrán la posibilidad de proyectar los mensajes que quieren brindarle a sus consumidores y al mundo. Por este motivo es de suma importancia que las empresas piensen en cómo construir su perfil, dependiendo de lo que quieran mostrar, y que participen activamente en él.

Por otro lado **Damián Starkman** destaca que *“el marketing en redes sociales tiene como desafío principal para el anunciante el de participar, proponer y esperar ser adoptado por la red. Es decir, dejando fuera los espacios tradicionales de publicidad en la red social (mediante avisos en forma de banners o text links), las organizaciones tienen la posibilidad de proponer iniciativas que luego los miembros de la red pueden adoptar como propias. Es un cambio radical en el modelo de comunicación unidireccional que conocemos en los medios masivos como la radio, la televisión o la gráfica.*

*Una de las tácticas más utilizadas es la creación de un perfil en una red, como es el caso de Facebook, donde una organización puede contar novedades, lanzamientos, promociones y eventos especiales, y al que la audiencia que se encuentra en la red puede suscribirse o agregarse como contacto o fan. De esta manera, puede estar al día con todo lo referente a dicha organización incluso pudiendo brindarle feedback sobre las actividades que realiza. Así, el anunciante puede llegar a una gran cantidad de contactos de forma casi inmediata, sin realizar una inversión en medios para lograrlo”*²⁰.

Santiago Zuccherino (Lic. En Administración de la Universidad de Buenos Aires y Máster en marketing en la Universidad de San Andrés; entre otras profesiones es director de cursos relacionados con la gestión de las Redes Sociales) en el libro *“Marketing nuevos caminos”* resalta algunos puntos clave que deben tener en cuenta las empresas a la hora de participar de las redes sociales. Los puntos son los que se detallan a continuación:

¹⁹ Conferencia “Impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo”; Empresa Manpower. www.manpower.com.mx Sala de Prensa / Estudios e Investigaciones

²⁰ **Damián Starkman** *“Manual de marketing directo e interactivo”*; Editorial AMDIA; Segunda Edición; Bs. As. 2008; Pág. 284.

- **“Ser transparentes**, si las empresas no pueden cumplir con sus promesas o reconocer sus errores, mejor no participar del mundo social. Ser transparente les ayudará a construir relaciones en el largo plazo con sus clientes.
- **Escuchar antes de hablar**, en el mundo social las empresas deben escuchar atentamente para que su mensaje posterior no pierda fuerza y se ajuste a lo que sus clientes realmente estén buscando.
- **No censurar**, la cultura web se basa en la libre expresión. La censura es un recurso de quien no tiene herramientas para contestar.
- **Responder siempre**, es tan importante la calidad de la respuesta como la velocidad de la misma. No hay que tener miedo al responder las famosas preguntas incómodas o inclusive pedir disculpas si es que hay que hacerlo. En cada interacción se construye confianza. Es muy importante que la conversación fluya.
- **Si no tiene valor, ¡es SPAM!**, hay gente que considera que enviando una cantidad enorme de mensajes logrará tener algunas respuestas por efecto de decantación. La experiencia nos ha demostrado que nada mejor que un mensaje relevante para nuestra audiencia. Es importante recordar el dicho que dice: si lo que vamos a decir no es mejor que el silencio, mejor quedarnos callados.
- **Gratis es mejor**, si intento vender en primera instancia, lo más probable es que nuestros potenciales clientes no quieran si quiera escucharnos. Debemos aprender que para poder cosechar, primero debemos sembrar. Si pruebo algo y es bueno, voy a estar seguramente dispuesto en mayor medida a pagar por una versión mejorada del que fue dado a modo de muestra”²¹.

Todos estos puntos que resalta Zuccherino son sumamente importantes, para las empresas que tienen perfiles en redes sociales, a la hora de publicar un contenido o simplemente brindarles una respuesta a sus clientes. Hay que recordar que cada contacto que una compañía tiene con su cliente es extremadamente valioso, ya que es una oportunidad para fortalecer las relaciones e incrementar los ingresos a futuro.

En resumen las redes sociales les brindarán a las compañías la posibilidad de escuchar a sus clientes, ofrecerles lo que buscan atendiendo sus necesidades, dar respuesta a sus preguntas y aceptar las críticas que les hagan, lo que ayudará al posicionamiento de la marca.

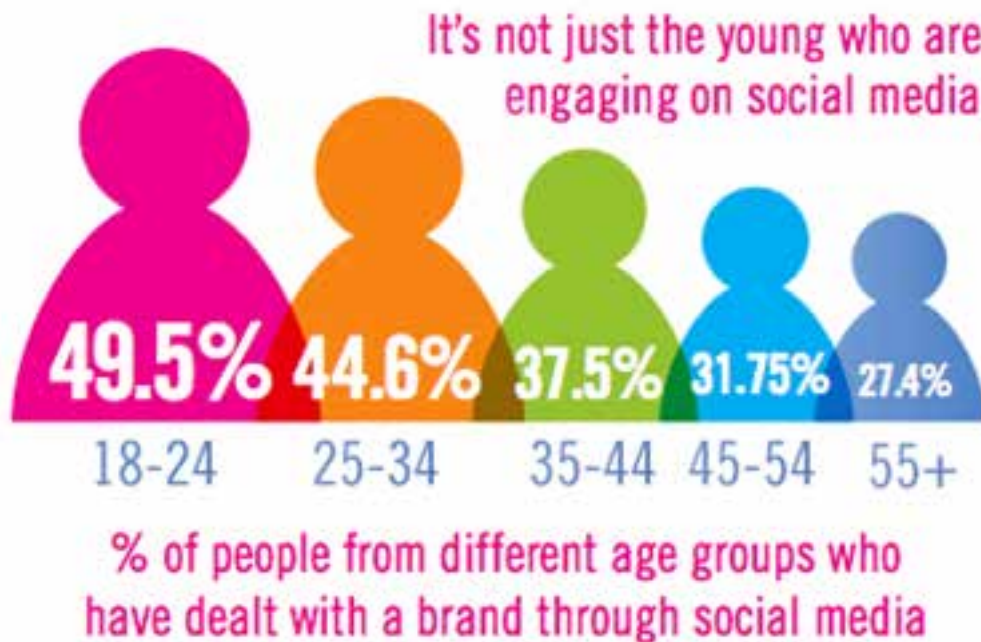
3.1.2 El uso que le dan los clientes

Los clientes le dan un uso variado a las redes sociales. Principalmente es para, en el caso de Facebook conectarse con amigos, comunicarse, compartir fotos e ideas. Por otro lado en el caso de Twitter el uso que le da la gente es más bien para expresarse, comunicar ideas, informarse, etc.

Ahora cuando se trata de ponerse en contacto con una empresa, las redes sociales más elegidas a la hora de que los consumidores realicen sus consultas y/o reclamos son Facebook y Twitter.

²¹ Santiago Zuccherino “Marketing nuevos caminos”, Ed. Gárgola; Bs. As. 2011; Pág. 169-170.

La imagen a continuación representa, según los rangos de edad indicados, en qué porcentaje se contactan las personas con las empresas a través de las redes sociales:



Las principales razones por las cuales las personas deciden usar las redes sociales como medio de contacto con las empresas son las siguientes:

- Ahorrarse tiempo.
- Se puede realizar la consulta o reclamo en cualquier momento del día.
- Se aseguran de tener alguna respuesta (ya que en caso de que las empresas no brinden una respuesta a sus clientes, correrán el riesgo de que se genere "publicidad negativa y el word of mouse - boca en boca digital - hará que se difunda electrónicamente en cuestión de segundos"²²).
- Se puede hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengan conexión a internet).
- Evitan lidiar con problemas de tráfico o largas colas de espera en sucursales.

A continuación se pueden observar un gráfico que representa en porcentajes la cantidad de usuarios por edad en Facebook:

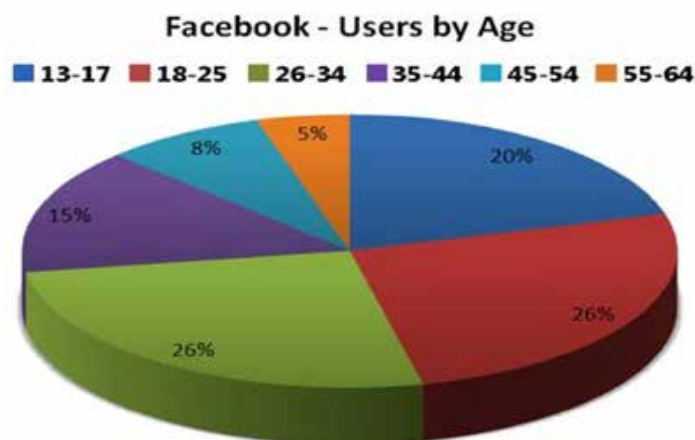


Gráfico de usuarios por edades²³

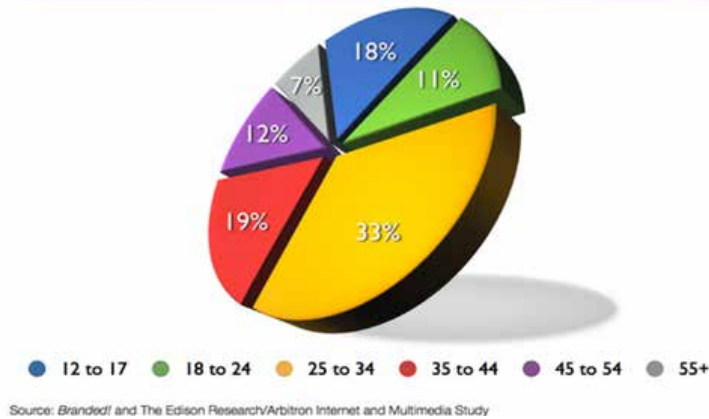
²² Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; "Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales"; 1ª ed. 1ª reimpr.; Editorial Granica; Bs. As. (2013); Pág. 64.

²³ Ebook "Facebook y otras redes sociales"; Editorial Kreactiva; Pág. 7.

<https://books.google.com.ar/books?id=OTItBgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

A continuación se pueden observar un gráfico que representa en porcentajes la cantidad de usuarios por edad en Twitter:

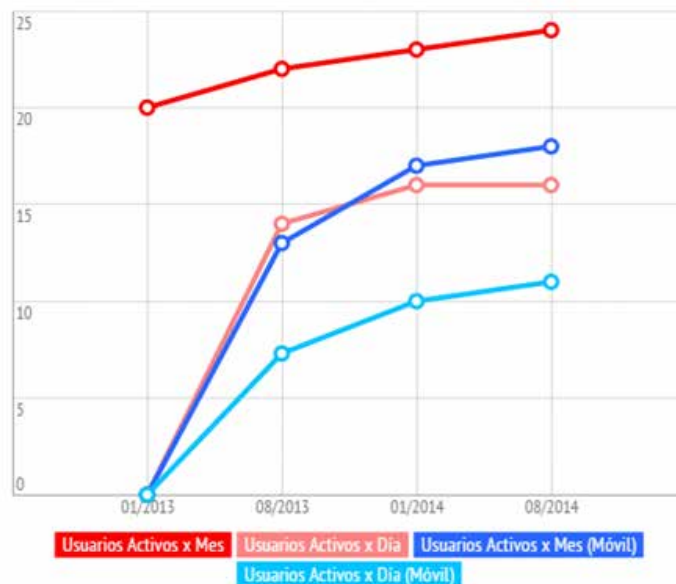
Twitter Use by Age Group



Según una nota del **Diario la Nación** publicada en Agosto de 2014, "en la Argentina hay 24 millones de usuarios activos que ingresan por mes a Facebook. Asimismo, la red social recibe de forma diaria a 16 millones de usuarios activos.

Por otro lado, el segmento móvil mantuvo su crecimiento con 18 millones de usuarios mensuales activos que acceden desde un teléfono smartphone o tablet, y 11 millones lo hacen de forma diaria²⁴.

Usuarios de Facebook en la Argentina



En millones de usuarios. Observación: en enero de 2013 Facebook sólo reportó los usuarios activos por mes.²⁵

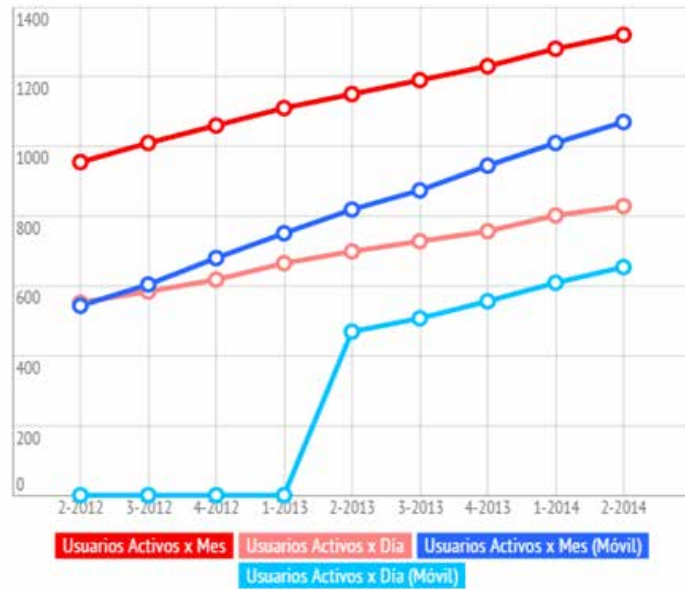
"A nivel Mundial, Facebook ya cuenta con 1320 millones de usuarios activos mensuales, de los cuales 829 millones ingresan de forma diaria. Respecto a los accesos desde dispositivos móviles, la red social registró 1,07 millones de usuarios por mes y 654 millones de forma diaria²⁶.

²⁴ **Diario la Nación**; "Hay 24 millones de usuarios de Facebook en la Argentina"; Viernes 22 de Agosto de 2014; Bs. As. Argentina.

²⁵ **Diario la Nación**; "Hay 24 millones de usuarios de Facebook en la Argentina"; Viernes 22 de Agosto de 2014; Bs. As. Argentina.

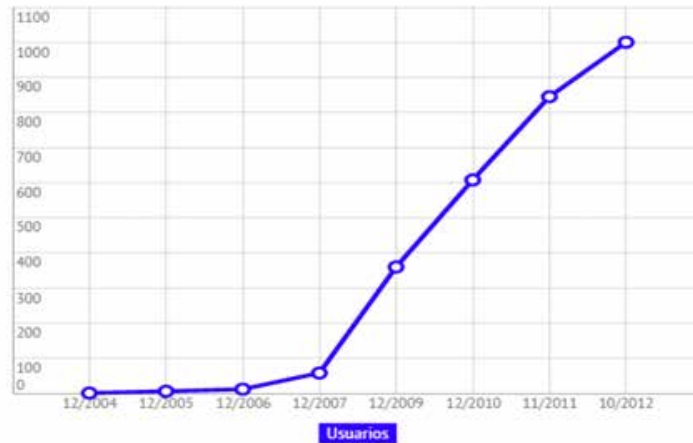
²⁶ **Diario la Nación**; "Hay 24 millones de usuarios de Facebook en la Argentina"; Viernes 22 de Agosto de 2014; Bs. As. Argentina.

Usuarios de Facebook en todo el mundo



En millones de usuarios, dividido por trimestre/año. Observación: del trimestre 2 de 2012 al trimestre 1 del 2013 Facebook no reportó los usuarios móviles activos por día.²⁷

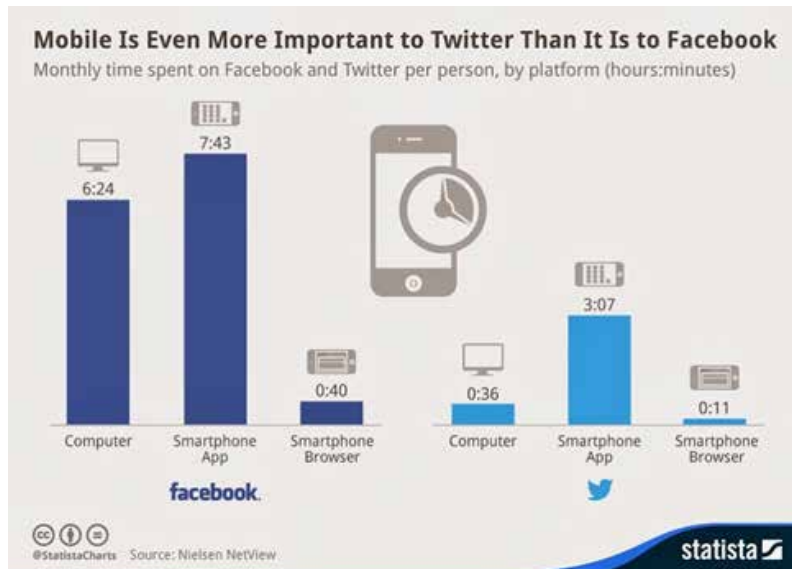
Evolución histórica de Facebook



En millones de usuarios, desde diciembre de 2004.²⁸

²⁷ **Diario la Nación**; "Hay 24 millones de usuarios de Facebook en la Argentina"; Viernes 22 de Agosto de 2014; Bs. As. Argentina.

²⁸ **Diario la Nación**; Nota: "Hay 24 millones de usuarios de Facebook en la Argentina"; Viernes 22 de Agosto de 2014; Bs. As. Argentina.



Infografía - tiempo que pasan las personas en las redes sociales.²⁹

3.2 Satisfacción al cliente

De acuerdo con lo definido en el marco teórico, la satisfacción al cliente es *“el nivel del estado de ánimo de una persona, que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”*³⁰.

Será trascendental que las empresas hagan todo lo necesario para cumplir con las expectativas del cliente proporcionándoles lo que ellos necesiten. Ya sea a través de correos electrónicos, sitio web de la compañía o redes sociales, las empresas pueden obtener información valiosa acerca de la experiencia de los clientes.

Por su puesto, existen muchas maneras de cumplir las expectativas de los clientes, pero el estudio de esta tesina se centra en el uso de las redes sociales como recurso para alcanzarlas.

Un cliente satisfecho será un gran beneficio para la compañía ya que se puede decir que cuanto más satisfecho se encuentre el cliente con el producto/servicio adquirido, mayor será la posibilidad de que vuelva a comprarlo. También se animará a probar/adquirir otros productos/servicios de la misma empresa; y no solo eso, sino que es probable que le cuente de sus experiencias positivas a su entorno y recomiende a la compañía, lo cual atraerá nuevos clientes. Es aquí donde las redes sociales empiezan a jugar un papel importante a la hora de hablar de *“satisfacción al cliente”*.

“Blake Chandlee (Director de Facebook) sostiene: “las marcas progresivas ven en las redes sociales una oportunidad de conectarse con los clientes como nunca antes tuvieron. Cuando usted conoce una marca gracias a un amigo en vez de gracias a una corporación, la marca adquiere un nivel de credibilidad totalmente diferente” (The Times, 2009).

*Los comerciantes siempre sostuvieron que el boca en boca es la forma de promoción más eficaz, y ahora ella ha tomado la forma de word of mouse o boca a boca digital en las redes sociales”*³¹.

²⁹ Blog Ahediaz; Nota: *“Uso de Facebook vs. Twitter en diversas plataformas”*; 13 de Febrero de 2014.

³⁰ Philip Kotler; *“Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control”*; Octava Edición; Editorial Pearson Educación; (2001).

³¹ Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; *“Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales”*; 1ª ed. 1ª reimp.; Editorial Granica; Bs. As. (2013); Pág. 64.

Algunos puntos que señala el libro de Neil Richardson, a la hora de utilizar las redes sociales para atraer clientes, son los siguientes:

- *“Una vez que un posible cliente ingresa a su sitio, es necesario captar su atención por haber causado en él una buena impresión.*
- *La siguiente etapa es pasar de tener clientes que compran una sola vez a clientes que vuelvan a comprar. Es mucho más económico vender más productos a los clientes actuales que adquirir nuevos.*
- *Una buena reacción ante un error dice mucho más de su empresa que cuando todo sale bien”³².*

El uso de las redes sociales permitirá a las empresas “entablar nuevas relaciones con los clientes, comunicándose con ellos (en vez de simplemente comunicarles algo a ellos). Su objetivo es que estén conformes y luego invitarlos a integrar comunidades de clientes. No podrá controlar todos los aspectos del proceso comunicativo, sin embargo, los beneficios están a la vista. El hecho de que quieran formar parte de su comunidad cambia toda la dinámica. El dialogo fluye en ambas direcciones, con los clientes y entre los clientes, para beneficio mutuo. Las redes sociales como Facebook y Twitter son los foros perfectos para este tipo de dialogo. Atender y ayudar a los clientes durante su tiempo de vida es algo criterioso ya que los actuales clientes son en promedio entre 5 y 10 veces más rentables”³³.

Algunos de los clientes satisfechos con los productos/servicios adquiridos, se convierten en lo que se podría llamar “defensores de la empresa”. Cuando un cliente defiende a una empresa es “cuando el empieza a ‘vender’ los beneficios de su empresa a los amigos, familiares y colegas.

Los defensores promocionan sus bienes y servicios sin obtener ninguna ganancia por ello. ¡Simplemente quieren compartir el amor que sienten por sus productos! ¿Usted les ocultaría a sus amigos algo bueno? Cuando alguien que uno respeta y/o quiere pondera las virtudes de un producto, uno le presta más atención que si quien dijera lo mismo fuera el fabricante.

Es un concepto similar al de los líderes de opinión; pero los defensores tienen aun más peso, ya que han adquirido los productos con dinero de su propio bolsillo – en otras palabras: se han arriesgado. Además entablan relaciones con personas de su comunidad. Las redes sociales son el perfecto caldo de cultivo para los defensores y el boca en boca tiene una influencia descomunal. Los defensores impulsan sus ventas y sus ganancias mientras ayudan a atraer y retener clientes, sin mencionar que mejoran el ánimo de los empleados”³⁴.

³² Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; “Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales”, 1ª ed. 1ª reimp.; Editorial Granica; Bs. As. (2013); Pág. 68-69.

³³ Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; “Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales”, 1ª ed. 1ª reimp.; Editorial Granica; Bs. As. (2013); Pág. 71.

³⁴ Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; “Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales”, 1ª ed. 1ª reimp.; Editorial Granica; Bs. As. (2013); Pág. 75.

CAPÍTULO 4 – CASO MOVISTAR

4.1 Introducción

En este capítulo se analizará el caso práctico de la empresa Movistar Argentina S.A.

Movistar Argentina S.A. *“es la operadora de telefonía celular del grupo Telefónica en el mercado argentino, con más de 16.7 millones de clientes. Es la compañía líder de telefonía móvil en Argentina”*³⁵.

Movistar Argentina S.A. es un ejemplo claro de las grandes compañías que se adaptaron al cambio de la era 2.0. En los años 2009 y 2010 se unieron al mundo de las redes sociales creando su cuenta tanto en Twitter como en Facebook respectivamente.

En sus comienzos puede decirse que el uso que le daban a las redes sociales apuntaba más al marketing de sus productos y servicios. Pero al menos en los últimos 3 años creció considerablemente la presencia del servicio al cliente (para contestar inquietudes y resolver problemas) a través de las redes sociales antes mencionadas.

Como se puede apreciar en las dos imágenes que figuran a continuación, el perfil de la empresa tanto en Facebook como en Twitter es muy similar, y en ambos casos las personas tienen un acceso directo para realizar su consulta/reclamo (ya sea en la sección llamada “publicación” para el caso de Facebook; o bien en la sección “twitrear a” en Twitter).

Facebook:



<https://www.facebook.com/comunidadmovistarargentina>

³⁵ Sección “Información” en la página oficial de Movistar en Facebook.
https://www.facebook.com/comunidadmovistarargentina/info?tab=page_info

Twitter:



<https://twitter.com/movistararg>

4.2 Desarrollo

Se analizará a continuación casos específicos donde los clientes manifiestan sus reclamos y/o inquietudes a Movistar Argentina S.A. por medio de Facebook y Twitter; y el tiempo de demora por parte de la compañía a la hora de brindar una respuesta.

4.2.1 Casos Movistar en Twitter

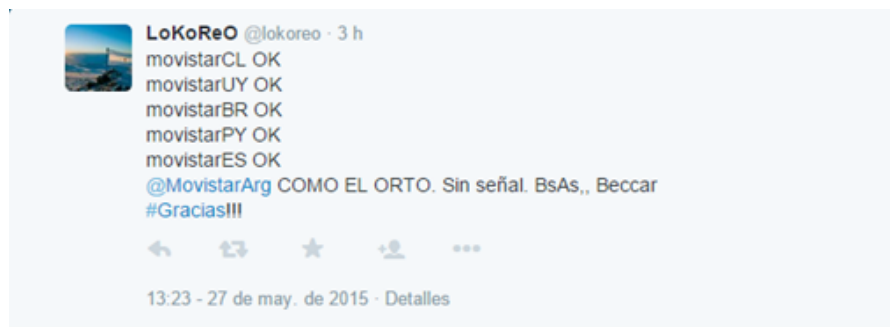
A modo de ejemplo se ilustran a continuación algunos casos de Twitter.

Ejemplo n° 1:



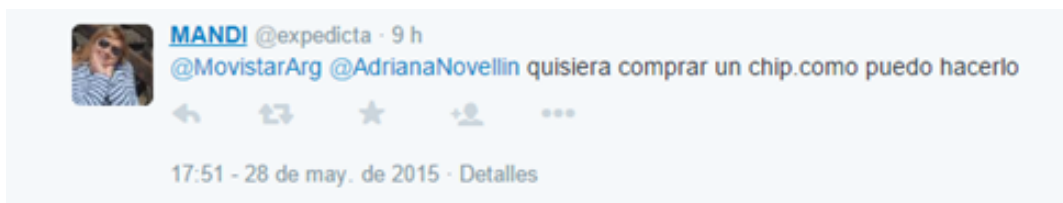
Demora en la respuesta: 7 minutos.

Ejemplo n° 2:



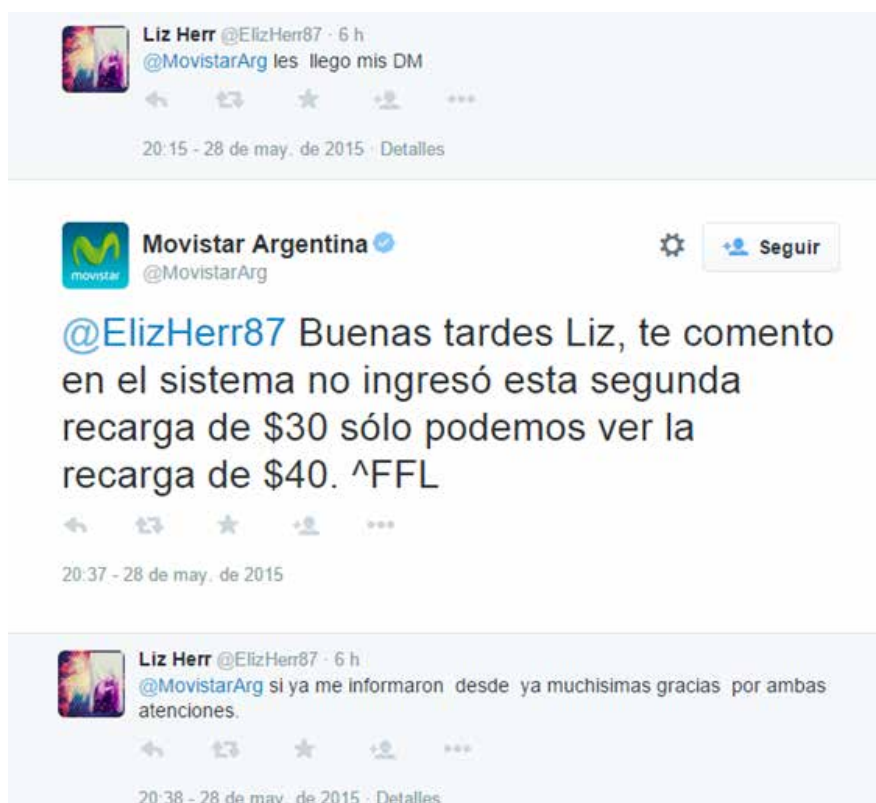
Demora en la respuesta: 2 minutos.

Ejemplo n° 3:



Demora en la respuesta: 19 minutos.

Ejemplo n° 4:



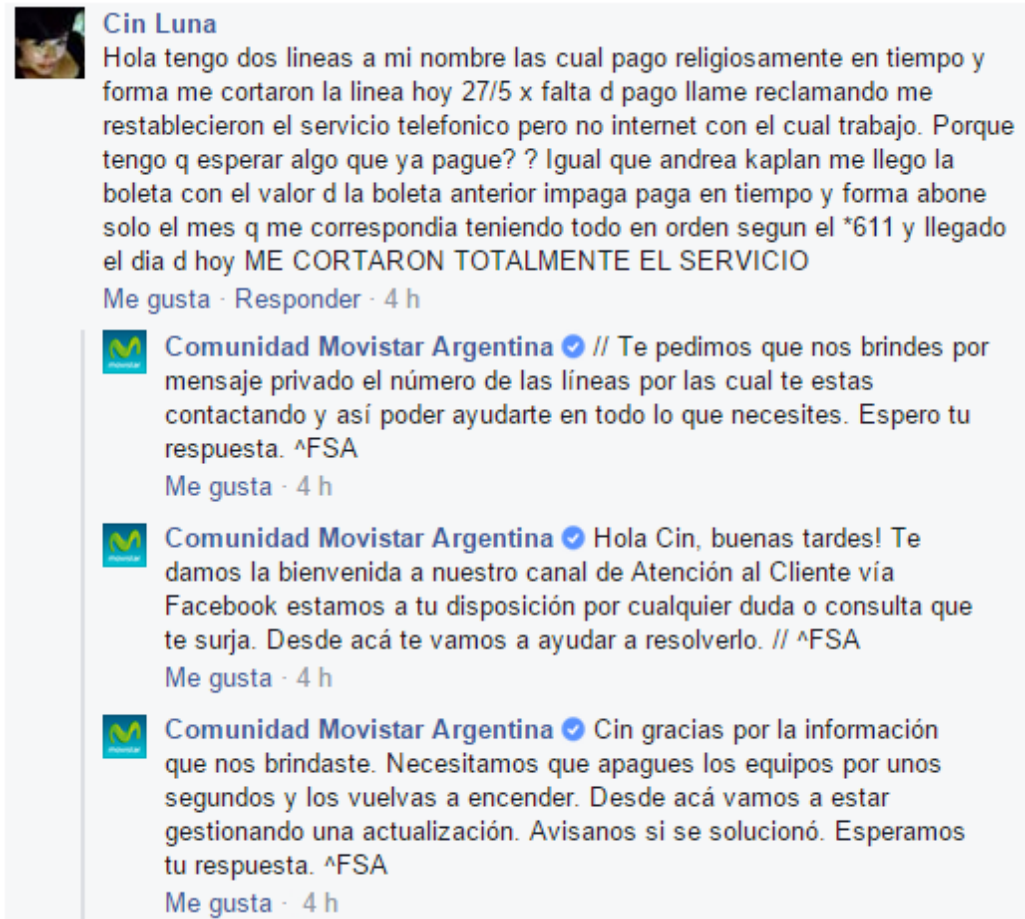
Demora en la respuesta: 22 minutos. (Se debe tener en cuenta que es horario nocturno).

Tras analizar una gran cantidad de casos, y observando los casos a modo de ejemplo ilustrados anteriormente, se puede confirmar que la empresa Movistar Argentina S.A., por medio de la red social Twitter, se encarga de dar respuesta a todas las consultas/reclamos que realizan sus clientes y a su vez manejan un tiempo de demora menor a 1 hora.

4.2.2 Casos Movistar en Facebook

A modo de ejemplo se ilustran a continuación algunos casos de Facebook.

Ejemplo n° 1:



Cin Luna
Hola tengo dos líneas a mi nombre las cual pago religiosamente en tiempo y forma me cortaron la línea hoy 27/5 x falta d pago llame reclamando me restablecieron el servicio telefonico pero no internet con el cual trabajo. Porque tengo q esperar algo que ya pague? ? Igual que andrea kaplan me llevo la boleta con el valor d la boleta anterior impaga paga en tiempo y forma abone solo el mes q me correspondia teniendo todo en orden segun el *611 y llegado el dia d hoy ME CORTARON TOTALMENTE EL SERVICIO
Me gusta · Responder · 4 h

Comunidad Movistar Argentina // Te pedimos que nos brindes por mensaje privado el número de las líneas por las cual te estas contactando y así poder ayudarte en todo lo que necesites. Espero tu respuesta. ^FSA
Me gusta · 4 h

Comunidad Movistar Argentina Hola Cin, buenas tardes! Te damos la bienvenida a nuestro canal de Atención al Cliente vía Facebook estamos a tu disposición por cualquier duda o consulta que te surja. Desde acá te vamos a ayudar a resolverlo. // ^FSA
Me gusta · 4 h

Comunidad Movistar Argentina Cin gracias por la información que nos brindaste. Necesitamos que apagues los equipos por unos segundos y los vuelvas a encender. Desde acá vamos a estar gestionando una actualización. Avisanos si se solucionó. Esperamos tu respuesta. ^FSA
Me gusta · 4 h

Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Ejemplo n° 2:



Diego Nakazato que me recomendas que haga para que no me llegue el mensaje de internet por día?
Me gusta · 1 h

Comunidad Movistar Argentina Hola Diego! Para que no te llegue el servicio de Internet por día, podés desactivar la opción de datos móviles de tu equipo, indicanos marca y modelo de equipo que tenés para poder ayudarte, tené en cuenta que no vas a poder navegar con la red de Movistar. Quedamos a tu disposición. ^AMF
Me gusta · 1 h

Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Ejemplo n° 3:

Comunidad Movistar Argentina
19 de mayo a las 15:00 · Editado · 🌐

Movistar tiene la red 4G LTE más grande de la Argentina. 12 provincias, 100 localidades y más del 80% de C.A.B.A. ya pueden compartir lo que está pasando en tiempo real.


¡Descargá la app!
Seguí el despliegue en tu ciudad.
WWW.MOVISTAR.COM.AR


Me gusta · Comentar · Compartir · Traducir


👍 A 566 personas les gusta esto. Lo más relevante ▾


 **Viviana Angela Baca** Yo lo fui a buscar en movistar y nunca hay señal. Soy de fció Varela
Me gusta · Responder · 👍 4 · 19 de mayo a las 15:44
^ Ocultar 23 respuestas


 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ Hola Viviana Angela Baca. Lamentamos las molestias ocasionadas. Para que podamos ayudarte, te pedimos que nos informes el número de cliente y la finalización de la línea o el número que figura impreso en el chip con el que tenés inconvenientes. ¡Muchas gracias! ^ AsistenteVirtual
Me gusta · 19 de mayo a las 15:51


 **Viviana Angela Baca** 8954078100732273052 este es el chips y terminación es 0807
Me gusta · 19 de mayo a las 16:02


 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ Viviana te pido que me informes por favor el numero de la línea completo y el IMEI del equipo que estas utilizando que lo vas a poder ver presionando *#06# o bien en algunos modelos abajo de la batería o bien en la factura de compra o caja del mismo. Gracias! ^GD
Me gusta · 19 de mayo a las 16:24


 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ Viviana en el caso que utilices un mail te pido que me informes la dirección de la cuenta. Gracias! ^GD
Me gusta · 19 de mayo a las 16:24


 **Viviana Angela Baca** Vivianabaca45@gmail.com
Me gusta · 19 de mayo a las 17:03


 **Viviana Angela Baca** 354301064384765/01
Me gusta · 19 de mayo a las 17:06


 **Viviana Angela Baca** 1122470807
Me gusta · 19 de mayo a las 17:06


 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ De acuerdo a lo que verifico la línea se encuentra habilitada correctamente al igual que el equipo que esta habilitado. Te pido que me informes que señal te aparece en pantalla y si te da algún error cuando intentas hacer una llamada o solo se corta. Gracias! ^GD
Me gusta · 19 de mayo a las 17:18

 **Viviana Angela Baca** A veces aparece la H+ y se queda sin señal a cada rato
Me gusta · 19 de mayo a las 17:27

 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ Viviana te pido que me informes por favor si te pasa en este momento que se te queda sin señal, donde te encontras, ^GD
Me gusta · 19 de mayo a las 20:08

 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ y que equipo estas utilizando(marca y modelo del mismo) de esta forma podemos verificar la configuración del equipo. Gracias! ^GD
Me gusta · 19 de mayo a las 20:10

 **Comunidad Movistar Argentina** ✓ Bien Viviana te brindamos una configuración del equipo para que la verifiques <http://bit.ly/1GVeg4G> y sigas el paso a paso. Luego indicanos como te va por favor y si puedes usar el servicio al reiniciar el celular. ^LS



Samsung Galaxy Ace 4 LTE - Cómo configurar tu celular para navegar...

SOPORTEEQUIPOS.MOVISTAR.COM.AR

Me gusta · 19 de mayo a las 20:51

Demora en la respuesta: 20 minutos (promedio).

Ejemplo n° 4:



Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Tras analizar una gran cantidad de casos en Facebook de la empresa Movistar Argentina S.A., y observando los casos a modo de ejemplo ilustrados anteriormente, se puede confirmar que la empresa Movistar Argentina S.A., se encarga (al igual que con Twitter) de dar respuesta a todas las consultas/reclamos que realizan sus clientes y a su vez manejan un tiempo de demora menor a 1 hora.

4.3 Conclusiones del caso Movistar

Es de suma importancia que las empresas le den respuesta a sus clientes y que no demoren mucho en brindarles la misma.

En todos los casos analizados de la empresa Movistar Argentina S.A., tanto en Twitter como en Facebook, y tal como se puede observar en los casos a modo de ejemplo ilustrados anteriormente, se puede concluir que la empresa le da gran importancia a las consultas y reclamos que cargan los clientes a través de las redes sociales, ya que no solo se encargan de responder todas las consultas/reclamos, sino que también manejan un tiempo de demora de respuesta de no más de 1 hora.

El hecho de que la compañía se tome el trabajo de darle respuesta a todas las consultas/reclamos que cargan sus clientes (que son una cantidad de más de 500 por día) y que adicionalmente se esfuercen por no demorar más de 1 hora en responderles, es una manera de demostrarle al cliente que es importante, que no importa si pagan el abono más barato o caro, todos reciben su respuesta, todos son importantes. Esto indirectamente hace que el cliente se sienta valorado, que quiera seguir contratando los servicios de la empresa y a la hora de hablar con amigos/familiares/colegas podría llegar a recomendar a la empresa por la buena experiencia del pasado.

CAPÍTULO 5 – CASO FIBERTEL

5.1 Introducción

En este capítulo se analizará el caso práctico de Fibertel, marca registrada de Cablevisión S.A.

“Fibertel brinda acceso a Internet de alta velocidad a más de 1.300.000 de clientes residenciales. Tiene operaciones en más de 65 ciudades del interior del país, 10 provincias (Buenos Aires, Salta, Córdoba, Santa Fé, Entre Ríos, Corrientes, Chaco, Neuquén, Formosa, Misiones) y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Fibertel inició sus operaciones en 1997, convirtiéndose en la primera empresa del país en ofrecer de forma masiva la tecnología Cable módem para conectarse a internet de alta velocidad sin usar el teléfono”³⁶.

A través de las redes sociales Fibertel brinda atención a sus clientes las 24hs del día. A continuación se puede observar los perfiles de Fibertel tanto en Facebook como en Twitter, en ambos casos las personas tienen un acceso directo para realizar su consulta/reclamo (ya sea en la sección llamada “publicación” para el caso de Facebook; o bien en la sección “twittear a” en Twitter).

Facebook:



<https://www.facebook.com/cablevisionfibertel>

³⁶ Sección “Información” en la página oficial de Fibertel en Facebook.
https://www.facebook.com/cablevisionfibertel/info?tab=page_info

Twitter:



<https://twitter.com/fibertel>

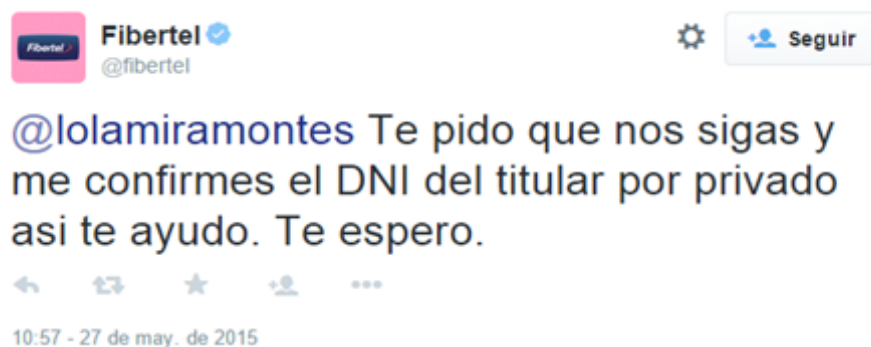
5.2 Desarrollo

Se analizará a continuación casos específicos donde los clientes manifiestan sus reclamos y/o inquietudes a Movistar Argentina S.A. por medio de Facebook y Twitter; y el tiempo de demora por parte de la compañía a la hora de brindar una respuesta.

5.2.1 Casos Fibertel en Twitter

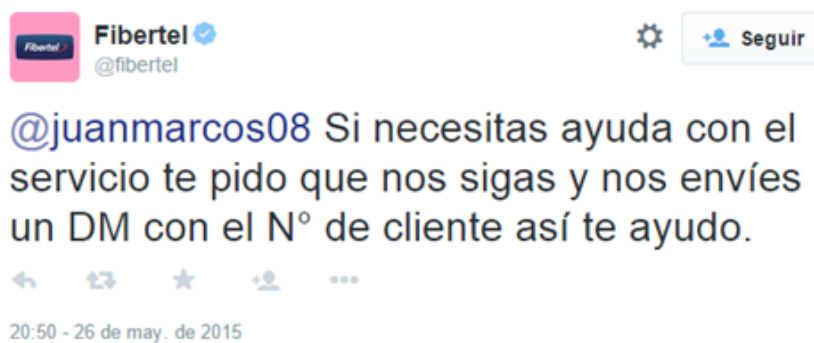
A modo de ejemplo se ilustran a continuación algunos casos de Twitter.

Ejemplo n° 1:



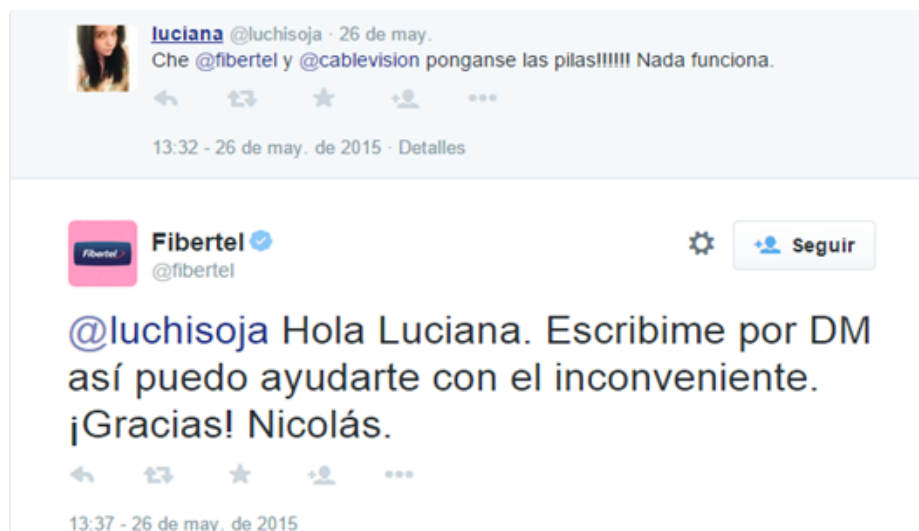
Demora en la respuesta: 3 minutos.

Ejemplo n° 2:



Demora en la respuesta: 11 minutos.

Ejemplo n° 3:



Demora en la respuesta: 5 minutos.

Ejemplo n° 4:



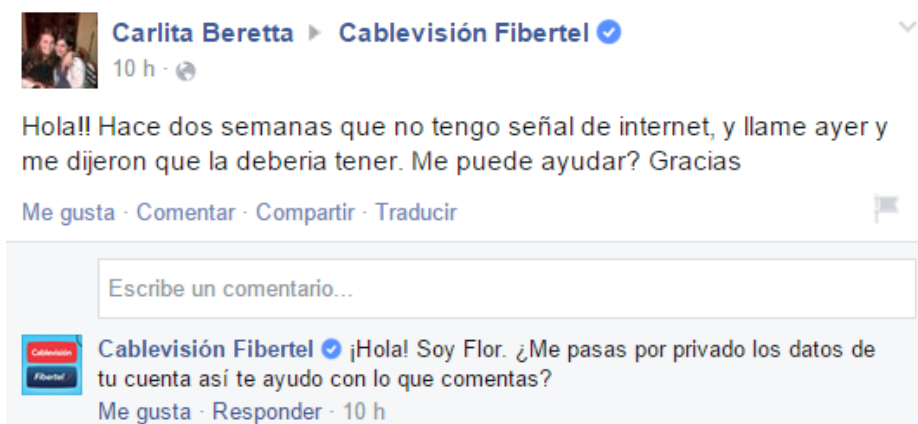
Demora en la respuesta: 21 minutos.

Estos son algunos de los casos que se analizaron de la empresa Fibertel en la red social Twitter, pero luego de realizar el análisis completo, se puede decir que el tiempo de demora en la respuesta es en promedio menor a 1 hora al igual que la empresa Movistar S.A.

5.2.2 Casos Fibertel en Facebook

A modo de ejemplo se ilustran a continuación algunos casos de Facebook.

Ejemplo n° 1:



Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Ejemplo n° 2:

Gonzalo Velazquez ▶ **Cablevisión Fibertel** ✓
2 h · 🌐

PESIMOS!!! EL PEOR SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE!!!! Acabo de pedir la baja de todo el servicio con uds....

Me gusta · Comentar · Compartir · Traducir

Lo más relevante ▾

Escribe un comentario...

Cablevisión Fibertel ✓ Gonzalo, te pido que nos contactes por mensaje privado para poder ayudarte.
Me gusta · Responder · 2 h

Cablevisión Fibertel ✓ Hola Gonzalo, soy Ricardo, te pido me contactes por mensaje privado con número de cliente para poder ayudarte.
Me gusta · Responder · 2 h

Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Ejemplo n° 3:

Jonathan Arboleas ▶ **Cablevisión Fibertel** ✓
6 h · 🌐

Hola, internet anda pesimo, nunca anda a la velocidad de 12 MB que tengo... llame reclamando y por los chats tambien y no me ofrecen ninguna solución... quiero que internet ande!!! Me recomendaron Evolution pero es mas dinero y me dijeron que tiene limite de descarga mensual...

Me gusta · Comentar · Compartir · Traducir

Lo más relevante ▾

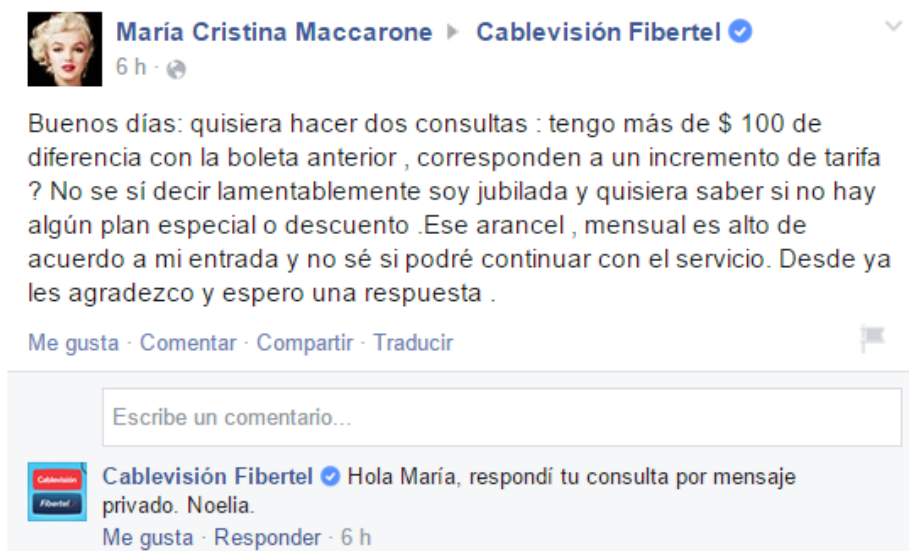
Escribe un comentario...

Cablevisión Fibertel ✓ Jonathan, ya te respondimos por mensaje privado. Saludos.
Me gusta · Responder · 6 h

Cablevisión Fibertel ✓ Hola Jonathan, soy Ricardo, te pido me pases tu número de cliente por mensaje privado para así poder ayudarte.
Me gusta · Responder · 6 h

Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

Ejemplo n° 4:



Demora en la respuesta: menos de 1 hora.

En el caso de la red social Facebook, y tras analizar una gran cantidad de casos de la empresa Fibertel, se puede confirmar que al igual que lo hace con Twitter, se encarga de dar respuesta a todas las consultas/reclamos que realizan sus clientes y a su vez manejan un tiempo de demora menor a 1 hora (esto se puede observar a simple vista en los casos que se ilustraron a modo de ejemplo anteriormente).

5.3 Conclusiones del caso Fibertel

A la hora de hablar de “satisfacción al cliente” uno de los puntos más importantes que las empresas deben tener en cuenta, es de siempre darle respuesta a sus clientes y en lo posible no demorar mucho en brindarles la misma.

En todos los casos analizados de la empresa Fibertel, tanto en Twitter como en Facebook, y tal como se puede observar en los casos a modo de ejemplo ilustrados anteriormente, se puede confirmar que la empresa le da gran importancia a las consultas y reclamos que cargan los clientes a través de las redes sociales, ya que no solo se encargan de responder todas las consultas/reclamos, sino que también manejan un tiempo de demora de respuesta de no más de 1 hora.

El hecho de que la compañía se tome el trabajo de darle respuesta a todas las consultas/reclamos que cargan sus clientes (al igual que los casos de Movistar, son una cantidad de más de 500 por día) y que adicionalmente se esfuercen por no demorar más de 1 hora en responderles, es una manera de demostrarle al cliente que es importante, que no importa si pagan el plan de internet con más o menos megas, más barato o más caro, todos reciben su respuesta y todos son importantes. Esto indirectamente hace que el cliente se sienta valorado, que quiera seguir contratando los servicios de la empresa y a la hora de hablar con amigos/familiares/colegas podría llegar a recomendar a la empresa por la buena experiencia del pasado.

CAPITULO 6 – CASO SISTEMAS BEJERMAN

6.1 Introducción

En este capítulo se analizará el caso práctico de Sistemas Bejerman S.A.

Sistemas Bejerman S.A. es una empresa que orienta sus “productos y servicios a dos sectores principales: el empresario y el de estudios contables; brindan soluciones específicas a las necesidades de software de cada segmento.

La misión de Sistemas Bejerman es la de proveer a sus Clientes soluciones informáticas prácticas, sencillas y confiables para la gestión y administración, orientadas a facilitar, hacer más eficiente y aumentar la productividad de su trabajo, acompañándolos en su crecimiento”.

Para llevarla a cabo se desarrollan productos de alta calidad respaldados por una importante inversión tecnológica y una gama de servicios que satisface cada uno de los requerimientos de atención, capacitación y asistencia técnica de los distintos sectores”³⁷.

Sistemas Bejerman al igual que las empresas analizadas en los capítulos anteriores, se ha adaptado a la era 2.0 y han incorporado el uso de las redes sociales en su actividad diaria.

A continuación se puede observar los perfiles de Sistemas Bejerman tanto en Facebook como en Twitter, en ambos casos las personas tienen un acceso directo para realizar su consulta/reclamo (ya sea en la sección llamada “publicación” para el caso de Facebook; o bien en la sección “twittear a” en Twitter).

Facebook:



<https://www.facebook.com/SistemasBejerman>

³⁷ Información extraída del sitio web oficial de Sistemas Bejerman S.A.
<http://www.bejerman.com/Bejerman2008/empresa/empresa.asp>

Twitter:



<https://twitter.com/SBejerman>

6.2 Desarrollo

Se analizará a continuación casos específicos donde los clientes manifiestan sus reclamos y/o inquietudes a Sistemas Bejerman S.A. por medio de Facebook y Twitter; y el tiempo de demora por parte de la compañía a la hora de brindar una respuesta.

6.2.1 Casos Sistemas Bejerman en Twitter

Si bien la empresa usa a diario esta red social, luego de una búsqueda intensa el resultado obtenido fue que los clientes no elijen Twitter como medio para comunicarse con la empresa.

Caso contrario es el de Facebook, donde los clientes casi de manera diaria realizan consultas y/o reclamos.

6.2.2 Casos Sistemas Bejerman en Facebook

A modo de ejemplo se ilustran a continuación algunos casos de Facebook.

Ejemplo n° 1:



Demora en la respuesta: 4 horas 45 minutos.

Ejemplo n° 2:



SISTEMAS BEJERMAN **Sistemas Bejerman**
1 de abril · 🌐

En este momento, accedé a nuestro seminario virtual y conocé todo sobre #FacturaElectrónica con Humberto Bertazza. Ingresá ahora!
<http://thomson-2015-04-01.smedia.com/>

FACTURA ELECTRÓNICA
EVENTO ONLINE SIN CARGO

FACTURAR ES MÁS FÁCIL

Expositores:
HUMBERTO J. BERTAZZA,
ADALBERTO R. DALMASIO
Y LEANDRO D. PAIS

📅 1 de abril ⌚ 9:00 hs. 📺 Transmisión *online* en vivo

Noe Rizzuto Ya me inscribí para la transmisión online, pero como accedo?
Me gusta · Responder · 👍 1 · 31 de marzo a las 16:14


Sistemas Bejerman Hola Noe Rizzuto, debes recibir un mail con los accesos. Saludos
Me gusta · 👍 1 · 1 de abril a las 9:03


Elizabeth Sanchez Hola! es el mismo que se va a hacer en forma presencial?
Me gusta · Responder · 31 de marzo a las 20:26


Sistemas Bejerman Hola Elizabeth Sanchez por el momento es online. Saludos
Me gusta · 👍 1 · 1 de abril a las 9:03

Demora en la respuesta: 17/13 horas respectivamente (vale aclarar que era un día feriado y respondieron a primera hora del siguiente día hábil).

Ejemplo n° 3:


 **María Marcela Jaet Oyuela**
Les comento que desde aproximadamente el día 23 de julio estoy reclamando debitos erroneos que hicieron en mi tarjeta de credito visa, cuando existe un mail de respaldo que la baja fue solicitada en febrero de 2013, en mi resumen del mes de Julio2014 sin autorizacion alguna debitan de mi tarjeta la modica suma de \$ 1580, al hacer el reclamo me piden el nro de CBU donde supuestamente depositarian el importe que yo pague el 1 de agosto.
25 de septiembre de 2014 a las 12:37 · Me gusta


 **María Marcela Jaet Oyuela**
Luego de haber hecho el reclamo me dijeron que el tramite tardaria mas de 30 dias habiles para que realizaran la transferencia. No suficiente con esto, en varias oportunidades no contestaron mis correos. Acabo de recibir mi resumen de tarjeta visa de Sep 2014 y una vez mas me debitan \$ 779,73. (el importe anterior aun no fue transferido!!!! Vulevo a llamar a Bejerman y a Visa, y en Visa me informan que en el proximo resumen o sea a pagar el 1 de noviembre, una vez mas debitaron \$ 779,73.- O sea que SIN AUTORIZACION ALGUNA Sistemas Bejerman lleva debitado de mi tarjeta la modica suma de \$ 3118.92.- Al día de la fecha la Srta Rocio Bustamante no ha podido solucionar mi inconveniente, por lo tanto solicito que algun Gerente de Atencion al Cliente o quien les resulte mas comodo se ocupe de mi tema, que no es menor, TRES MIL CIENTO DIECIOCHO CON 92/100.-, considero que es demasiado dinero, para que sigan evitando su devolucion.
25 de septiembre de 2014 a las 12:47 · Me gusta



 **Sistemas Bejerman** Hola María Marcela Jaet Oyuela Ante todo te pedimos disculpas por estos inconvenientes que nos mencionas. Al respecto te estamos solicitando tus datos por mensaje privado para poder verificar tu caso y comunicarnos con vos a la mayor brevedad posible. Saludos
25 de septiembre de 2014 a las 14:29 · Me gusta


Demora en la respuesta: 1 hora 52 minutos.

Ejemplo n° 4:

 **Carlos Alonso** Muy malo.....malisimo el servicio posventa....no te atienden y te cobran un abono sin estar funcionando el sistema....ademas te venden el producto con una capacitacion telefonica que no sirve para nada.....
10 de mayo de 2014 a las 14:50 · Me gusta

 **Sistemas Bejerman** Buen día Carlos, nos gustaría poder conocer en detalle el inconveniente que tuviste para poder solucionarlo a la brevedad. Quedamos a la espera de tu respuesta.
Saludos
12 de mayo de 2014 a las 10:04 · Me gusta

 **Maxi Bisurgi** A mí me pasa lo mismo, estoy con un problema en el modulo confección de balances, que no anda y no me lo han solucionado aún y ya casi va un año. Espero una respuesta o que alguien se comunique conmigo. Ademas hace poco me debitaron montos de mi cuenta bancaria y no tengo detalle de nada de lo que son esos débitos.
16 de mayo de 2014 a las 18:38 · Me gusta ·  1

 **Sistemas Bejerman** Hola Maxi Bisurgi, por favor envianos tu numero de cliente por mensaje privado para que un representante de atención al cliente se comunique a la brevedad, saludos.
19 de mayo de 2014 a las 9:41 · Me gusta

Demora en la respuesta: 2/3 días.

Tras analizar una gran cantidad de casos, y observando los casos a modo de ejemplo ilustrados anteriormente, se puede decir que la empresa Sistemas Bejerman S.A., por medio de la red social Facebook, se encarga de dar respuesta a todas las consultas/reclamos que realizan sus clientes. Pero, a diferencia de las empresas analizadas en los capítulos 4 y 5, Sistemas Bejerman S.A. maneja un tiempo de demora bastante mayor, se estaría hablando de una demora promedio de 24hs.

Sistemas Bejerman es una empresa que brinda un servicio totalmente diferente al servicio que brindan Movistar y Fibertel. Pero de todas formas mantiene un nivel de respuesta aceptable para los reclamos/consultas de sus clientes.

6.3 Conclusiones del caso Sistemas Bejerman

Tal como se ha mencionado en capítulos anteriores, unos de los puntos más relevantes de la satisfacción al cliente, consiste en demostrarles que son importantes para la empresa.

Si bien en el caso de Sistemas Bejerman los clientes no elijen Twitter como medio de contacto, luego de analizar unos cuantos casos en Facebook, se puede concluir que la empresa se encarga de dar respuesta a todas las consultas/reclamos que realizan sus clientes.

A diferencia de Movistar y Fibertel, Sistemas Bejerman S.A. maneja una demora de entre 24 y 48 horas para responder las consultas de sus clientes que se puede decir que estarían dentro del tiempo estándar de respuesta esperado por parte del cliente.

El hecho de que la compañía se tome el trabajo de darle respuesta a todas las consultas/reclamos que cargan sus clientes y que adicionalmente se esfuercen por no demorar más del tiempo aceptado en responderles (24/48 horas), es una manera de demostrarle al cliente que es importante, que no importa si pagan el servicio de abono web o de abono full, más barato o más caro, todos reciben su respuesta y todos son importantes. Esto indirectamente hace que el cliente se sienta valorado, que quiera seguir contratando los servicios de la empresa y a la hora de hablar con amigos/familiares/colegas podría llegar a recomendar a la empresa por la buena experiencia del pasado.

CAPÍTULO 7 – NIVEL DE SATISFACCIÓN

Por último en este trabajo de estudio, se realizó una encuesta (ver Anexo 2). Con el objetivo de obtener resultados reales, se tomó una muestra de 30 personas en total, la misma se dividió en 3 grupos:

- Grupo A: 10 personas entre 18 y 25 años de edad,
- Grupo B: 10 personas entre 26 y 33 años,
- y por último, Grupo C: 10 personas entre 34 y 55 años edad.

Las encuestas se encuentran en el Anexo 3. El objetivo de estas encuestas es darle una aplicación práctica a todo lo visto en los capítulos anteriores.

Se utilizó la siguiente fórmula para medir el nivel de satisfacción de los clientes a la hora de usar las redes sociales de las empresas como medio para realizar consultas y reclamos.

$$\text{Rendimiento Percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de Satisfacción}$$

Para aplicar esta fórmula se buscó obtener a través de las encuestas el rendimiento percibido por el cliente una vez que las empresas le contestaron y las expectativas que tenían de la empresa a la hora de si recibirían o no una respuesta.

Luego se le asignaron los siguientes valores a los resultados obtenidos:

Rendimiento percibido

- Excelente (10 puntos)
- Muy Bueno (8 puntos)
- Bueno (6 puntos)
- Regular (4 puntos)
- Malo (2 puntos)

Expectativas de los clientes

- Expectativas Elevadas (3 puntos)
- Expectativas Moderadas (2 puntos)
- Expectativas Bajas (1 punto)

Nivel de satisfacción

- Complacido (7 a 10 puntos)
- Satisfecho (4 a 6 puntos)
- Insatisfecho (Igual o menor a 3 puntos)

Finalmente se aplicó la fórmula en cada encuesta realizada. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

7.1 Resultados de encuestas del Grupo A

A continuación se detallarán resultados obtenidos de las encuestas realizadas al Grupo A.

- Personas encuestadas: 10
- Personas que realizaron reclamos a empresas a través de Twitter/Facebook: 10/10
- Personas que obtuvieron respuesta por parte de la empresa: 10/10

	Número de encuesta	Respuesta pregunta n° 6	Respuesta pregunta n° 7	Fórmula aplicada	Nivel de satisfacción
1	Encuesta 1	Muy buena (8)	Moderada (2)	$8 - 2 = 6$	Satisfecho
2	Encuesta 2	Buena (6)	Baja (1)	$6 - 1 = 5$	Satisfecho
3	Encuesta 3	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
4	Encuesta 4	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
5	Encuesta 5	Excelente (10)	Moderada (2)	$10 - 2 = 8$	Complacido
6	Encuesta 6	Muy buena (8)	Moderada (2)	$8 - 2 = 6$	Satisfecho
7	Encuesta 7	Buena (6)	Baja (1)	$6 - 1 = 5$	Satisfecho
8	Encuesta 8	Excelente (10)	Moderada (2)	$10 - 2 = 8$	Complacido
9	Encuesta 9	Muy buena (8)	Moderada (2)	$8 - 2 = 6$	Satisfecho
10	Encuesta 10	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido

Una vez realizadas las encuestas al “Grupo A” se rescataron los siguientes puntos como importantes del análisis:

- En primer lugar destacar que las personas del Grupo A, con edades entre 18 y 25 años, en todos los casos habían realizado consultas/reclamos a empresas a través de las redes sociales. Esto por supuesto tiene que ver con que son el grupo que más familiarizado está con el uso de las redes sociales.
- Otro punto a destacar es que en ningún caso el nivel de satisfacción dio como resultado “insatisfecho”.
- El 50% de los encuestados de este grupo se sintió complacido con la experiencia de realizar consultas a través de las redes sociales.

7.2 Resultados de encuestas del Grupo B

A continuación se detallarán resultados obtenidos de las encuestas realizadas al Grupo B.

- Personas encuestadas: 10
- Personas que realizaron reclamos a empresas a través de Twitter/Facebook: 8/10
- Personas que obtuvieron respuesta por parte de la empresa: 8/8

	Número de encuesta	Respuesta pregunta n° 6	Respuesta pregunta n° 7	Fórmula aplicada	Nivel de satisfacción
1	Encuesta 11	Buena (6)	Moderada (2)	$6 - 2 = 4$	Satisfecho
2	Encuesta 12	Buena (6)	Baja (1)	$6 - 1 = 5$	Satisfecho
3	Encuesta 13	Buena (6)	Baja (1)	$6 - 1 = 5$	Satisfecho
4	Encuesta 14	Muy buena (8)	Elevada (3)	$8 - 3 = 5$	Satisfecho
5	Encuesta 15	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
6	Encuesta 16	Buena (6)	Baja (1)	$6 - 1 = 5$	Satisfecho
7	Encuesta 17	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
8	Encuesta 18	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
9	Encuesta 19	-	-	-	-
10	Encuesta 20	-	-	-	-

Una vez realizadas las encuestas al “Grupo B” se rescataron los siguientes puntos como importantes del análisis:

- A diferencia del Grupo A, del total de los encuestados del Grupo B (edades entre 26 y 33 años) el 80% había realizado consultas/reclamos a empresas a través de las redes sociales.
- Otro punto a destacar, al igual que en el grupo A, es que en ningún caso el nivel de satisfacción dio como resultado “insatisfecho”.
- El 30% de los encuestados de este grupo se sintió complacido con la experiencia de realizar consultas a través de las redes sociales.

7.3 Resultados de encuestas del Grupo C

A continuación se detallarán resultados obtenidos de las encuestas realizadas al Grupo C.

- Personas encuestadas: 10
- Personas que realizaron reclamos a empresas a través de Twitter/Facebook: 5/10
- Personas que obtuvieron respuesta por parte de la empresa: 5/5

	Número de encuesta	Respuesta pregunta n° 6	Respuesta pregunta n° 7	Fórmula aplicada	Nivel de satisfacción
1	Encuesta 21	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
2	Encuesta 22	Excelente (10)	Moderada (2)	$10 - 2 = 8$	Complacido
3	Encuesta 23	Excelente (10)	Baja (1)	$10 - 1 = 9$	Complacido
4	Encuesta 24	Muy buena (8)	Baja (1)	$8 - 1 = 7$	Complacido
5	Encuesta 25	Excelente (10)	Baja (1)	$10 - 1 = 9$	Complacido
6	Encuesta 26	-	-	-	-
7	Encuesta 27	-	-	-	-
8	Encuesta 28	-	-	-	-
9	Encuesta 29	-	-	-	-
10	Encuesta 30	-	-	-	-

Una vez realizadas las encuestas al “Grupo C” se rescataron los siguientes puntos como importantes del análisis:

- En primer lugar destacar que las personas del Grupo C, con edades entre 34 y 55 años, únicamente el 50% de ellos habían realizado consultas/reclamos a empresas a través de las redes sociales. Esto tiene que ver con que son el grupo (de los 3 analizados) que menos familiarizado está con el uso de las redes sociales. Aunque como vimos en capítulos anteriores, poco a poco se van familiarizando más con estas nuevas tendencias.
- Otro punto a destacar es que, al igual que en los casos del Grupo A y B en ningún caso el nivel de satisfacción dio como resultado “insatisfecho”.
- El 100% de los encuestados de este grupo se sintió complacido con la experiencia de realizar consultas a través de las redes sociales. Esto está directamente relacionado a que las mayoría de las personas de este grupo, al no estar tan familiarizados aún con el uso de redes sociales no tenían grandes expectativas a la hora de recibir una respuesta por parte de las empresas por estos medios de comunicación.

CAPÍTULO 9 – CONCLUSIONES FINALES

Finalmente, luego de haber realizado el trabajo de investigación de esta tesina con respecto al uso de las redes sociales para la satisfacción al cliente, se lograron alcanzar las siguientes conclusiones.

En primer lugar, resaltar que tras los casos y encuestas realizadas se logró validar la hipótesis planteada en el capítulo 1:

“La implementación del uso de redes sociales en las empresas es sumamente importante para satisfacer de manera más eficiente las necesidades de sus clientes, logrando de esta manera retenerlos y a la vez les permite creer con su recomendación.”

Que daba respuesta a la pregunta de investigación: “¿Es importante el uso de las redes sociales a la hora de hablar de “satisfacción de los clientes?”.

¿Por qué digo que se pudo validar esta hipótesis? Porque tras las encuestas realizadas se logró detectar que, en su mayoría (el 76% de los encuestados), los clientes elijen las redes sociales como medio de contacto con las empresas. Las elijen por una cuestión de no perder tiempo, evitar problemas de tránsito y colas de espera, porque lo pueden hacer en cualquier momento del día, lo pueden hacer desde cualquier lugar y lo más importante y comprobado también tras el análisis de los casos, se aseguran de obtener una respuesta.

Tal como se mencionó en el desarrollo de esta tesina, las redes sociales son un arma de doble filo, ya que así como los clientes pueden plantearles sus problemas/inquietudes a las empresas para que les den una solución, si las empresas no brindan soluciones a todas las inquietudes que demandan sus clientes, ellos podrán manifestar su disconformidad a través de este medio masivo de comunicación generando de esta manera una mala publicidad para la empresa. Y luego de realizar el análisis de los casos Movistar Argentina S.A., Fibertel y Sistemas Bejerman, se pudo dejar al descubierto que en el 100% de los casos, las empresas se encargaron de brindar la respuesta al cliente en tiempos admirables para los casos de Movistar y Fibertel, y en tiempos de demora aceptables para el caso de Sistemas Bejerman. Se puede concluir que las empresas estudiadas se mantienen actualizadas con las nuevas tendencias sociales mundiales de la comunicación a través de las redes sociales y demuestran su compromiso dándoles respuesta a todos sus clientes en el menor tiempo posible.

Por último, el punto que se quiso resaltar en este trabajo de estudio, era el cómo con un uso adecuado de las redes sociales, las empresas pueden facilitar la satisfacción de sus clientes y considero que se demostró en absoluto tras el análisis de casos y encuestas realizadas. Una vez que las empresas dan respuesta a los clientes generan en ellos un nivel de satisfacción que consecuentemente les permitirá retenerlos, hacer que los sigan eligiendo y a su vez generan la posibilidad de que los recomienden.

ANEXOS

Anexo 1 - Carta de Autorización de los Autores y Declaración Jurada


Medio Siglo
UNIVERSIDAD DE
Belgrano
BUENOS AIRES - ARGENTINA

ANEXO 1

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 26 de JUNIO de 2015

Autorización de los Autores

Autorizo a la Universidad de Belgrano -en forma gratuita no exclusiva- a difundir el trabajo de mi autoría mencionando precedentemente, bajo las siguientes condiciones:

- Publicar el texto del trabajo citado, exclusivamente en medio digital, en el sitio web de la Universidad, por internet y a título de divulgación gratuita.
- La Biblioteca podrá difundir este material y establecer los formatos de sus publicaciones en la web para cada caso, sin alterar el contenido de los trabajos.

DATOS PERSONALES DEL AUTOR

Apellido y nombre:	María Victoria Ferragut
Carrera:	303- Lic. en Administración
Título del trabajo presentado:	LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CUENTES DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DEL SIGLO XXI
Tipo y Nro. de documento:	DNI: 35.989.252.
Teléfono:	4775-9033
Email:	muferragut@hotmail.com
Dirección postal:	Av. Luis María Campos 3053 - Pab 33 "D" (CP. 3426)


FIRMA

MARÍA VICTORIA Ferragut
ACLARACIÓN DE FIRMA

ANEXO 1

FORMULARIO DE DECLARACIÓN JURADA (Resolución N° 63/99, art.13)

PARA SER ENTREGADO AL ALUMNO BAJO RECIBO POR EL PROFESOR TUTOR

Por la presente, MARIA Victoria Ferragut (D.N.I. N° 35.969.252)
hago constar con carácter de declaración jurada, que la tesina titulada: LA INFLUENCIA DE LAS
redes sociales en la satisfacción de los clientes de las empresas de
servicios del siglo XXI que acompaño a
la presente, y que entrego en la fecha a la oficina de Homologaciones y Obligaciones Académicas (suscribiéndola en el mismo acto de su presentación), fue realizada en forma auténtica y original por mi persona conforme a lo dispuesto por resolución N° 63/99, art. 13 (*).

Asimismo, con respecto a esta tesina, dejo expresa constancia que asumiré en forma personal y exclusiva, todas las responsabilidades legales (civiles y penales) que pudieren corresponder frente a eventuales reclamos de terceros. A dicho efecto, me obligo a mantener indemne a la Fundación Universidad de Belgrano «Dr. Avelino Porto», responsabilizándome por los eventuales daños y perjuicios, y/o desprestigio que pudiere ocasionarle a la Institución la detección de un plagio en el contenido (textos, cuadros, dibujos, imágenes, tablas, gráficos, ilustraciones, etc.) del trabajo de tesina que aquí entrego.

En virtud de lo ante expuesto, me comprometo a hacerme cargo y a costear en forma exclusiva, la defensa de cualquier eventual reclamo, judicial o extrajudicial, contra la Fundación Universidad de Belgrano «Dr. Avelino Porto» (y/o contra sus autoridades y docentes), basado en la pretensión de que el texto contenido en el trabajo de tesina acompañado o parte de él, infringe el derecho de propiedad intelectual o significa un atentado contra los derechos de autor ajenos o de otra parte.

De igual modo, también hago constar que me obligo a asumir a mi exclusivo cargo todos los gastos, costos y costas, en caso de que una sentencia judicial haga lugar a una imputación o demanda de responsabilidad contra la Fundación Universidad de Belgrano «Dr. Avelino Porto» (y/o contra sus autoridades y docentes), por violación a los derechos de propiedad intelectual de un tercero, con relación al referido trabajo.

Buenos Aires 26/06/15
LUGAR Y FECHA


FIRMA DEL ALUMNO

María Victoria Ferragut
ACLARACIÓN FIRMA DEL ALUMNO

303-30403

CARRERA Y MATRÍCULA

Ing. Martín Ormart - Jefe Oficina de Homologaciones y Trámites de las Obligaciones Académicas Específicas

(*) Resol. N° 63/99, art. 13: «EL ESTUDIANTE PRESENTARÁ AL DIRECTOR DE CARRERA 4 (CUATRO) EJEMPLARES DE SU TRABAJO FINAL Y ACOMPAÑARÁ, AL MISMO TIEMPO, UNA DECLARACIÓN JURADA SOBRE LA AUTENTICIDAD Y ORIGINALIDAD DEL MISMO. DE COMPROBARSE QUE DICHO TRABAJO ES UNA COPIA, PLAGIO O FRAUDE, EL ESTUDIANTE SERÁ SANCIONADO CON LA EXPULSIÓN DE LA UNIVERSIDAD, CAYENDO SUS DERECHOS PARA PRESENTARSE A LA EVALUACIÓN DE SU TRABAJO FINAL...».

Anexo 2 – Formato de la Encuesta

A continuación se puede observar el formato de la encuesta:

ENCUESTA SOBRE USO DE REDES SOCIALES

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. _
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
 - Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. _
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. _
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
 - Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. _

Anexo 3 - Encuestas

A continuación las encuestas realizadas:

Encuesta n° 1

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
 - Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
 - Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. X
- Expectativas bajas. _

Encuesta n° 2

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _

- Muy buena. _
- Buena. X
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. X

Encuesta n° 3

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. X
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 4

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 5

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. X
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. X
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 6

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? *(Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).*
- Ahorras tiempo. X
 - Lo puedes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. X
 - Lo puedes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través de Twitter y/o Facebook? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. X
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 7

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. _
- Buena. X
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. X

Encuesta n° 8

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
 - Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
 - Excelente. X
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. X
- Expectativas bajas. _

Encuesta n° 9

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. X
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. X
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 10

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 11

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. X
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. X
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 12

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. _
- Lo puedes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo puedes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través de Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. _
- Buena. X
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. X

Encuesta n° 13

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. X
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 14

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. _
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. X
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. X
- Buena. _
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. X
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 15

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 16

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. X
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 17

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 18

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? *(Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).*
- Ahorras tiempo. X
 - Lo puedes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo puedes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 19

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? *(Marcá con una "X" una sola opción).*
- Sí. X
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. X

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. _
- Buena. _
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. _

Encuesta n° 20

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. X
 - No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
 - Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. _
 - No. X

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
 - Sí. _
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
 - Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. _

Encuesta n° 21

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. X
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 22

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. X
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. X
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 23

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. X
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 24

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. X
- Lo puedes hacer en cualquier momento del día. X
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo puedes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). X
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través de Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. X
- Buena. _
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. X

Encuesta nº 25

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. X
- No. _

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. X
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. X

Encuesta n° 26

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. X

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. X
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. _
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. X

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. _
- Buena. _
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 27

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. X
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. _

6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?

- Excelente. _
- Muy buena. _
- Buena. _
- Regular. _
- Mala. _

7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?

- Expectativas elevadas. _
- Expectativas moderadas. _
- Expectativas bajas. _

Encuesta n° 28

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. X

2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).

- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. X
- Te da vergüenza. _
- No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
- Te da fiaca. _
- No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
- Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).

- Ahorras tiempo. _
- Lo podes hacer en cualquier momento del día. _
- Te aseguras de tener una respuesta. _
- Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
- Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).

- Sí. _
- No. X

5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 29

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. X
 - No. _
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. _
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____
3. En caso de que la respuesta a la pregunta n° 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. X
 - Lo podes hacer en cualquier momento del día. X
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo podes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. X

4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. X
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. _

Encuesta n° 30

1. ¿Usarías Facebook y/o Twitter en tu vida cotidiana como medio de contacto con alguna de las empresas, de las cuales sos cliente habitual, para realizar alguna consulta y/o reclamo? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. X
2. En caso de que la respuesta anterior haya sido "No", ¿cuál es el motivo por el que no acudirías a las redes sociales? (Marcá con una "X" una sola opción).
- No sabes cómo usar Facebook/Twitter. _
 - Te da vergüenza. _
 - No crees que tu consulta/reclamo sea relevante para la compañía. X
 - Te da fiaca. _
 - No sós usuario de ninguna de las 2 redes sociales antes mencionadas. _
 - Otro: _ _____

3. En caso de que la respuesta a la pregunta nº 1 haya sido "Sí", ¿cuáles consideras que son las ventajas de usar las redes sociales en estas situaciones? (Marcá con una "X" todas las opciones que creas correctas).
- Ahorras tiempo. _
 - Lo puedes hacer en cualquier momento del día. _
 - Te aseguras de tener una respuesta. _
 - Lo puedes hacer desde cualquier lugar (siempre y cuando tengas conexión a internet). _
 - Evitas lidiar con problemas de tráfico y colas de espera. _
4. ¿Alguna vez hiciste un reclamo y/o consulta a través de Twitter y/o Facebook? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. X
5. ¿Tuviste respuesta por parte de la empresa? (Marcá con una "X" una sola opción).
- Sí. _
 - No. _
6. En caso de que la respuesta anterior haya sido "Sí", y realizando un promedio entre el tiempo que demoraron en responderte y el resultado final obtenido (es decir si contestaron o no tu inquietud / si resolvieron o no el problema) ¿qué calificación le pondrías a la respuesta brindada por la empresa?
- Excelente. _
 - Muy buena. _
 - Buena. _
 - Regular. _
 - Mala. _
7. Por último, ¿Qué nivel de expectativas tenías en cuanto a la respuesta que te brindaría o no la empresa?
- Expectativas elevadas. _
 - Expectativas moderadas. _
 - Expectativas bajas. _

BIBLIOGRAFÍA

A continuación se listarán los libros y sitios web que fueron utilizados para el desarrollo de esta tesina:

- Libro: *"Fundamentos de Marketing"*, de Kotler y Armstrong, 8va Edición, Ed. Pearson.
- Libro: *"Redes Sociales y Empresas: Menos enredo, más conexión"* Flavia Tomaello y Natalia Gitelman – 1ra edición – Buenos Aires – Errepar – 2012
- Libro: *"Marketing y clientes"* Mario Ascher – 4ta edición – Buenos Aires – Gárgola Ediciones – 2012
- Libro: *"Manual de marketing directo e interactivo"*; AMDIA; Segunda Edición; Buenos Aires (2008).
- Libro: *"Marketing"*; Philip Kotler ; Decima Edición; Editorial Pearson Educación (2004).
- Libro: *"Marketing nuevos caminos"* Mario Ascher, Nicolás Ojeda, Betina Azugna, Alberto Pierpaoli, Facundo Gil, Silvina Guerra, Santiago Zuccherino, José Podestá, Daniel Coli y Mariano Merlo - 1ra edición – Buenos Aires – Gárgola Ediciones – 2011
- Libro: *"Neuromancer"*; William Gibson; Editorial Minotauro (1997) New York.
- Libro: *"Cyberspace: first steps"*; Benedikt M.; Editorial The MIT Press (1991); Cambridge.
- Libro: *"Communication and cyberspace"*; Barnes S.; Editado por L. Strate, R. Jacobson y S. Gibson; Hampton Press (1996); Creskill, Nueva Jersey.
- Libro: *"Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control"*; Philip Kotler; Octava Edición; Editorial Pearson Educación (2001).
- Ebook: "Facebook y otras redes sociales"; Editorial Kreactiva;
<https://books.google.com.ar/books?id=OTtBgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.
- Nota del diario La Nación: *"Hay 24 millones de Usuarios de Facebook en la Argentina"*. Fecha de publicación: Viernes 22 de agosto de 2014 (11:38 am),
<http://www.lanacion.com.ar/1720530-hay-24-millones-de-usuarios-de-facebook-en-la-argentina>
- Libro: *"Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales"*; Neil Richardson, Ruth M. Gosnay y Angela Carrol; 1ª ed. 1ª reimp.; Editorial Granica; Bs. As. (2013);
- Sitios Web visitados:
 - o WordReference, diccionario online <http://www.wordreference.com>
 - o <http://www.cristiandelgado.com/informe-comercio-electronico-argentina>
 - o <http://unesr-grupo4-internet-extranet.blogspot.com.ar/2011/01/definicion-de-internet-y-intranet.html>
 - o RAE, diccionario online de la Real Academia Española (institución cultural con sede en Madrid, España. Junto con otras 21 academias de habla español, conforman la Asociación de Academias de la Lengua Española) <http://www.rae.es/>.
 - o <http://www.infoamerica.org/teoria/benedikt1.htm>