

# EXPERIENCIA Y PROTOCOLOS COVID-19

**Servicio Delivery**

**Agosto 2020**



# EXPERIENCIA DE CLIENTE Y PROTOCOLO COVID-19

*Experiencia con el último servicio delivery solicitado*



La emergencia sanitaria ha modificado algunos comportamientos de compra y la seguridad se ha convertido en una prioridad para los peruanos, para evitar un posible contagio. Es por ello que, el proceso de adquisición de productos y servicios se ha modificado, dando mayor visibilidad al servicio delivery. Sin embargo, este también se está adaptando para brindar un mejor servicio y cumplir con los protocolos de seguridad exigidos.

Como sabemos, toda interacción con un cliente es experiencia y, en la medida que, esta sea memorable permite una percepción positiva de la marca y genera lealtad en los clientes. En este contexto, el servicio delivery cobra relevancia desde que es el proceso que cierra el ciclo comercial de un producto o servicio y es el punto de contacto directo entre el negocio y el cliente.

# FICHA TÉCNICA



## OBJETIVO DEL ESTUDIO

Conocer la experiencia del cliente al solicitar un servicio delivery, incluyendo la evaluación del cumplimiento de los protocolos de seguridad

# 1

Experiencia del cliente con el servicio delivery

# 2

Técnica de observación participante:

- Experiencia del cliente, realizando la compra de productos
- Observación y comprobación de protocolos de seguridad

# 3

Se evaluaron:

- Servicios delivery propios y tercerizados de
  - Restaurantes, comida rápida
  - Tiendas: independientes, departamentos y online
  - Bodegas, tiendas
  - Supermercados

# 4

Se realizaron 54 observaciones:

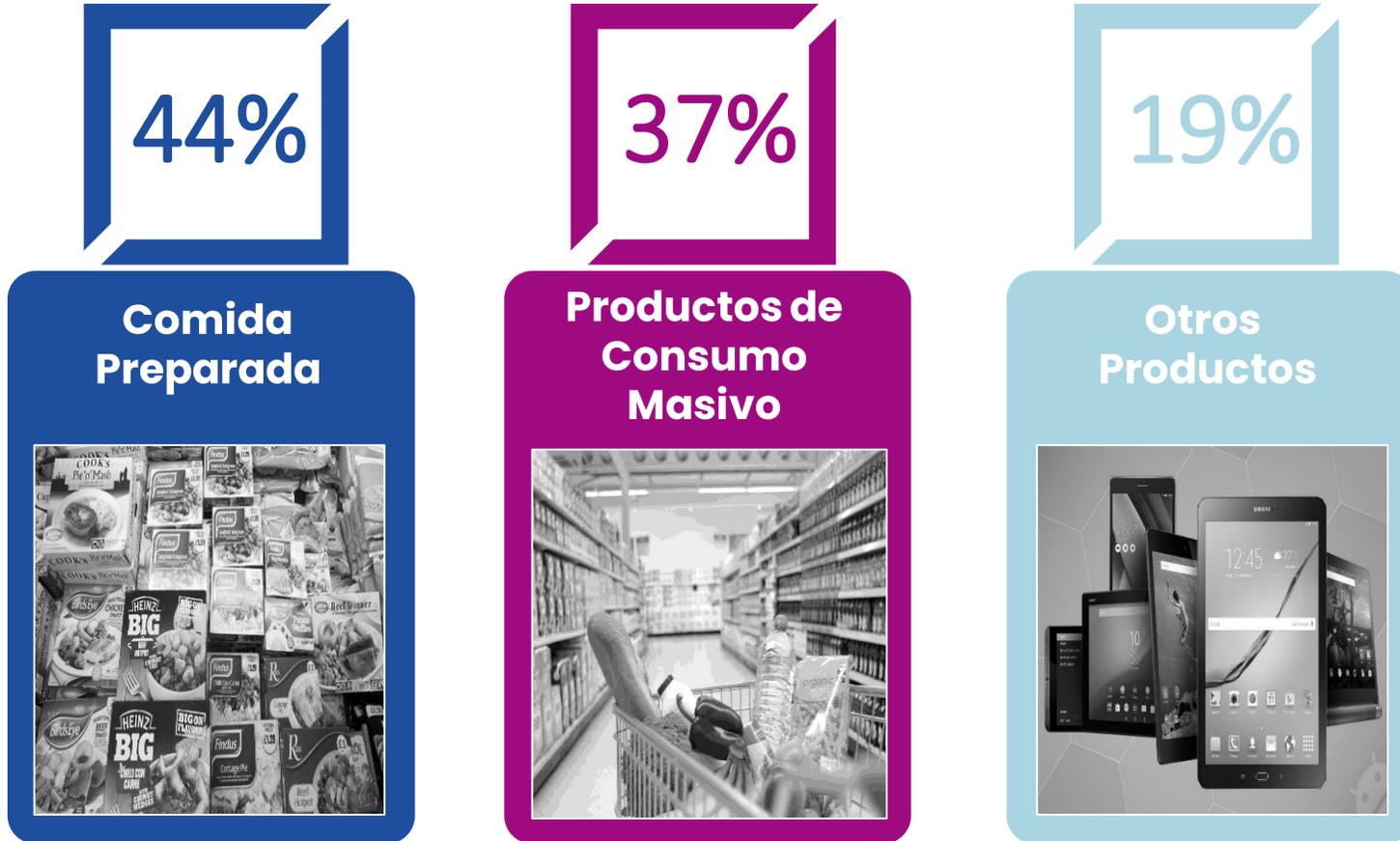
El trabajo de campo se realizó entre el 28 de julio y el 23 de agosto de 2020  
Lima Metropolitana y Callao

# RESULTADOS



# TIPO DE PRODUCTOS

*Tipos de productos adquiridos vía delivery*



\* Otros productos: tecnología, prendas, repuestos, juegos

*El servicio delivery es utilizado principalmente para comprar alimentos. 4 de cada 10 compras que se realizan vía delivery son para adquirir comida preparada. Un porcentaje parecido, ha hecho compras de productos de consumo masivo (alimentos, limpieza personal, bebidas).*

# TIPO DE NEGOCIO

Tipo de negocio donde compró los productos recibidos por delivery

**44%**  
Restaurante/  
Comida rápida



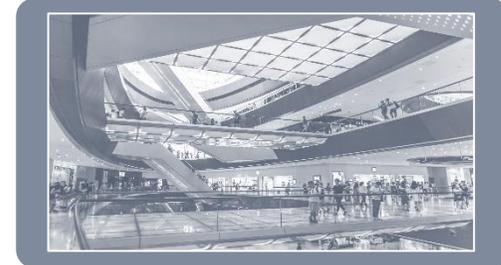
**20%**  
Tiendas  
independientes



**15%**  
Bodega/tienda  
de barrio



**9%**  
Tiendas por  
Departamento



**6%**  
Supermercado/  
Hipermercado



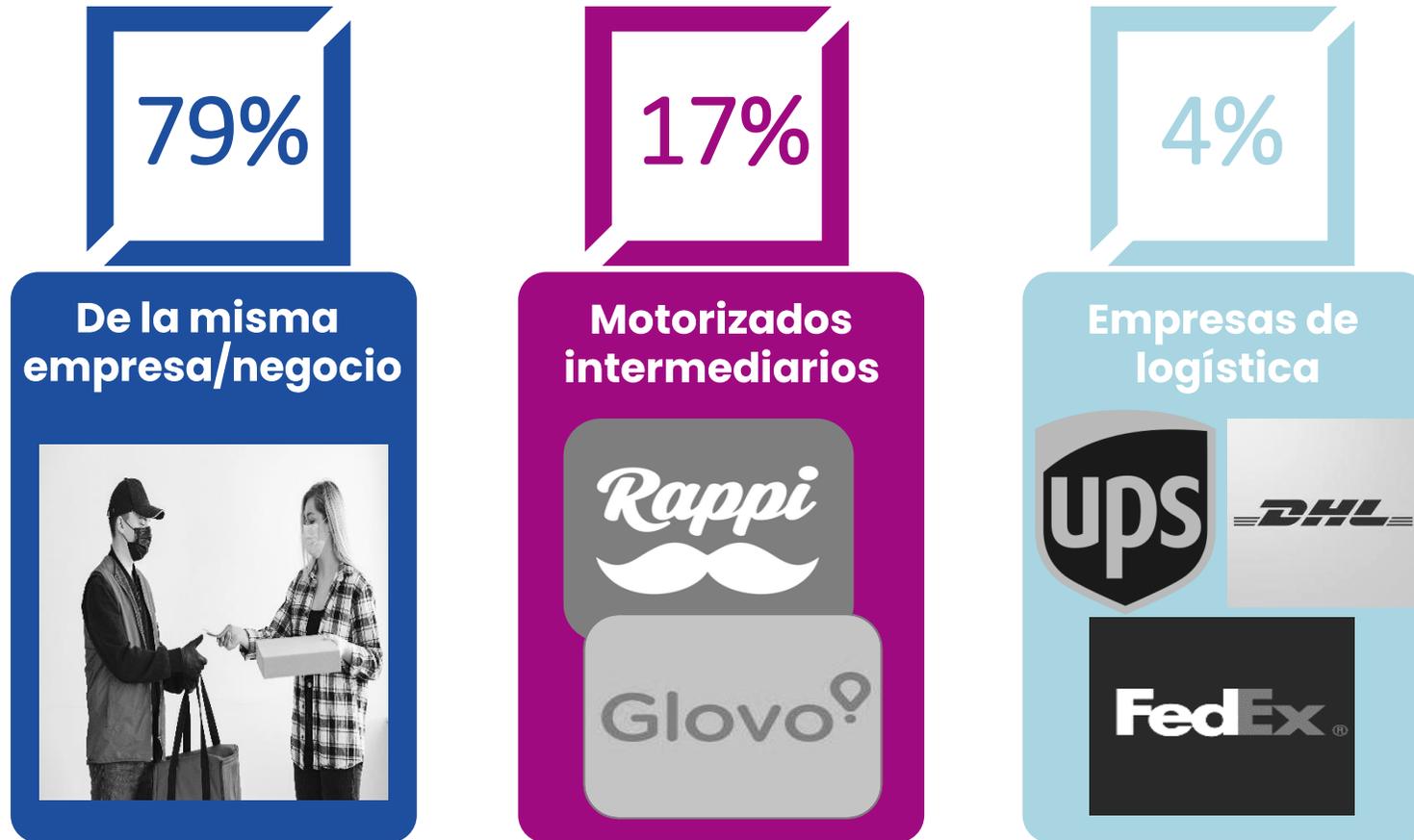
**6%**  
Tiendas  
Online



En concordancia con que la mayor compra de comida preparada, el 44% de los pedidos son a restaurantes y/o locales de comida rápida. Un 20% lo hizo en tiendas independientes y marcas propias, 15% a bodegas y/o tiendas dentro del barrio. Pocos (6%) hicieron compras por tiendas online (Linio, Lumingo, Mercado Libre, Amazon, etc.)

# TIPO DE SERVICIO

¿Qué servicio de delivery le trajo su pedido?



La mayoría de servicios delivery son propios (del mismo negocio). El 21% es a través de terceros (17% por Rappi o Glovo, y 4% con empresas de logística UPS, DHL, FedEx).

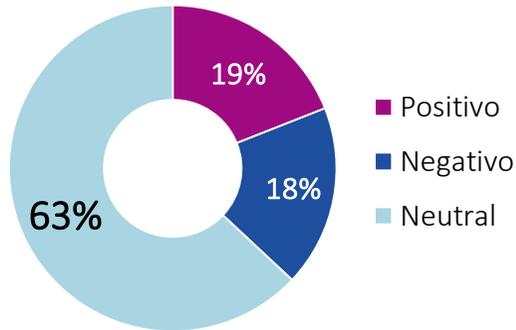
# PRESENCIA EN REDES

Presencia del tema delivery en redes, comentarios

## Indicadores acumulados

**105** Millones de impresiones

**12** Mil menciones



**Adriana Chávez**  
@mmiradaverde

Me parece que no están entendiendo que solo hay que salir de casa para lo NECESARIO eh. Si les provoca algo también pueden pedir delivery y no exponerse ni exponer al resto.

10:33 a. m. · 2 ago. 2020 · [Twitter Web App](#)

**Ana Roque**  
@aroquepadilla

En respuesta a @chifaentiffanys

Hace un par de meses te habría dicho que es mejor pedir delivery, pero uno: Se demoran un monton (en mi caso no llegan hasta mi casa) y dos, que estuve pidiendo delivery de una empresa por IG, es caro! Me di cuenta que me subian el precio de los productos hasta en 3 o 4 soles c/u

2:13 p. m. · 11 ago. 2020 · [Twitter Web App](#)

**Ángela**  
@caracolitam

En respuesta a @maliux @marianatorrelio y @MMissCupcakes

Claro! Pero siempre hay un riesgo. Todos nos rasgábamos las vestiduras cuando se aprobo el delivery y ahora (me incluyo) pedimos comida y más cosas no esenciales. Muchas veces (siempre) no somos consecuentes.

10:49 p. m. · 2 ago. 2020 · [Twitter for iPhone](#)

**Luis Colque**  
@Monitox

Iré a Lima pero con tanto problema del covid ya hasta me da miedo pedir delivery :'(

7:59 a. m. · 8 ago. 2020 · [Twitter for Android](#)

### ALGUNOS COMENTARIOS:

- *Delivery entre actividades permitidas los días domingos.*
- *Servicios de delivery de supermercados y otros servicios reducen tiempos de despacho.*
- *El servicio de delivery ofrece cumplir con protocolos de seguridad.*
- *Hospitales incorporan entrega de medicamentos para sus pacientes, a través de delivery.*
- *Las personas que brindan servicio de delivery están siendo víctimas de robos de sus bicicletas o motos.*

# EVALUACIÓN GENERAL

## Recomendación del servicio delivery y calificación de la atención del repartidor

### Recomendación del servicio de delivery

En la escala de 10 a 1, ¿qué tanto recomendaría el servicio delivery de este negocio para que sus amigos y familiares lo soliciten?



Recomendaría	9+10	42%
Posiblemente recomendaría	7+8	45%
No recomendaría	1+2+3+4+5+6	13%

### Calificación de la atención por el repartidor delivery

En la escala de 10 a 1, ¿cómo calificaría la atención proporcionada por el repartidor delivery? (En conjunto: disposición, tono de voz, forma de conversar, información proporcionada, entrega de pedido)



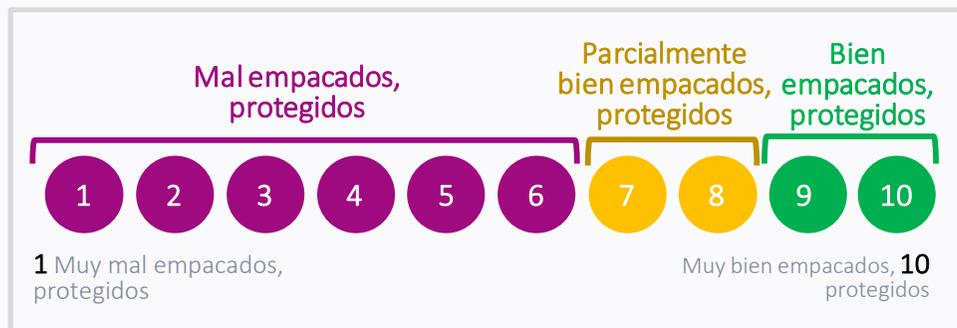
Principalmente positiva	9+10	41%
Regular	7+8	48%
Principalmente negativa	1+2+3+4+5+6	11%

# EVALUACIÓN GENERAL

## Evaluación sobre el empaque y protección de los productos

### Evaluación sobre el empaque y protección de los productos

En la escala de 10 a 1, dónde 10 significa que los productos están muy bien empacados/protegidos y 1 que los productos están muy mal empacados/protegidos. En general, ¿sientes que los productos están?



Bien empacados, protegidos	9+10	46%
Parcialmente bien empacados, protegidos	7+8	35%
Mal empacados, protegidos	1+2+3+4+5+6	19%

*La evaluación de la labor del repartidor no es del todo positiva, es más bien “entre buena y regular”.*

*Incluso, la recomendación de este servicio no es del todo contundente.*

*Hay posiciones encontradas con respecto al empaque de los productos, unos (46%) consideran que están bien protegidos y otros (35%) que no lo estarían del todo bien empacados o protegidos.*

# EVALUACIÓN GENERAL

*IMÁGENES. Evaluación sobre el empaque y protección de los productos*



## EMPAQUE Y PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Se muestra esta dualidad en los empaques de los productos.

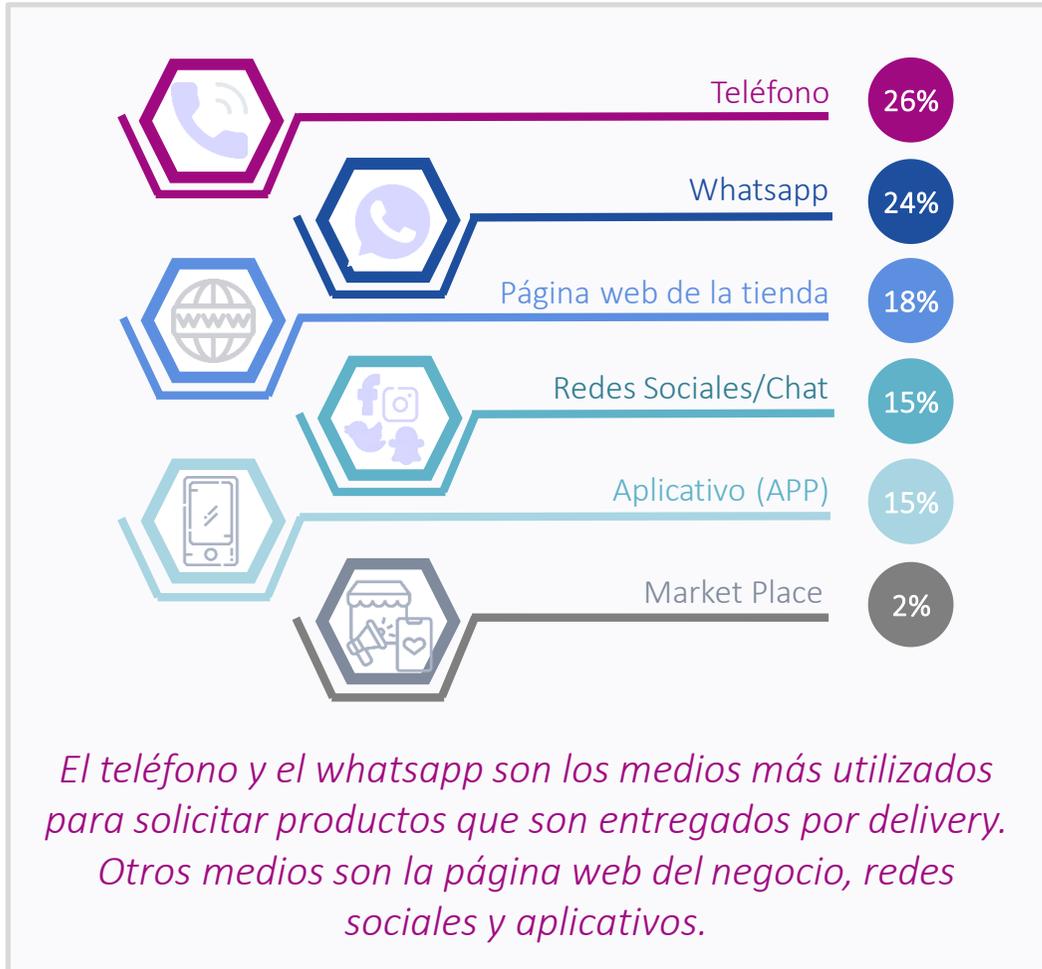
Hay productos adecuadamente protegidos y otros no cumplen estrictamente con este protocolo de seguridad

# SOLICITUD DEL SERVICIO

Medio de compra y solicitud del servicio delivery

## Solicitud del servicio

¿Qué medio utilizó para hacer su compra y solicitar el servicio delivery?



*“Probamos diferentes formas de hacer el mercado sin salir y exponernos. Optamos por pedirle el número a nuestro bodeguero más cercano y hacíamos compras directamente con ellos, (...) aunque siempre estaban saturados. “*

*“Después salió “Cornershop”, un app muy completa que te permitía hacer compras en supermercados y te lo entregaban a más tardar en 48 horas dependiendo de la disponibilidad de shoppers. Te cobraban un cargo por el servicio pero tenían muy buenas promociones. Recientemente ello (las promociones) ha disminuido, (...), hemos dejado de usarla. “*

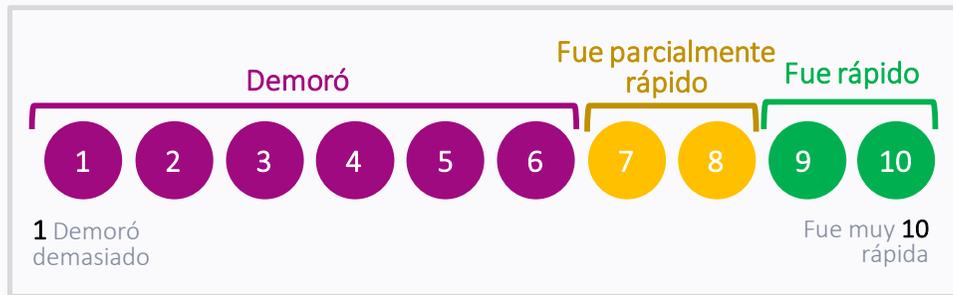
*“Volvieron a activar Rappi y Glovo, con la opción de hacer compras en supermercados. Al inicio nos fue bien, (...); sin embargo, en nuestra última compra por Glovo, hace dos semanas pedimos en Plaza Vea, la compra llegó y faltaban productos, habían cambiado cosas a su discreción, no nos consultaron, y para colmo al momento de pedir que nos devolvieran el dinero, terminaron por bloquearnos la cuenta porque según ellos nunca recibieron nuestro pago cuando el banco sí hizo el descuento de la cuenta. Por el momento tenemos todas nuestras tarjetas desafiladas y no usamos más la app.”*

# SOLICITUD DEL SERVICIO

Tiempo de espera y atención al momento de hacer su pedido por el medio elegido

## Demora en la respuesta telefónica, escrita o en línea al solicitar el pedido por página web, app o aplicativo.

En la escala de 10 a 1, dónde 10 significa que la respuesta fue muy rápida y 1 que demoró demasiado en responder, ¿qué tanto esperó para recibir respuesta a su pedido?



Fue rápido	9+10	40%
Fue parcialmente rápido	7+8	46%
Demoró	1+2+3+4+5+6	14%

## Calificación de la atención proporcionada al hacer el pedido

En la escala de 10 a 1, dónde 10 significa que la atención fue excelente y 1 que la atención es pésima, ¿cómo calificaría la atención proporcionada por el negocio cuando hizo su pedido? (En conjunto: disposición, tono de voz, forma de conversar, información proporcionada, entrega de pedido)



Principalmente positiva	9+10	55%
Regular	7+8	33%
Principalmente negativa	1+2+3+4+5+6	12%

# ENTREGA DEL PRODUCTO

Tiempo de espera para recibir su pedido

## Calificación sobre el tiempo de espera para recibir su pedido

En la escala de 10 a 1, dónde 10 significa que su pedido lo recibió antes o en el tiempo ofrecido y 1 que demoró mucho más del tiempo ofrecido, ¿cómo calificaría el tiempo de espera para recibir su pedido?



Recibió antes o en tiempo ofrecido	9+10	48%
Demoró un poco más de lo ofrecido	7+8	39%
Demoró más de lo ofrecido	1+2+3+4+5+6	13%

*Los tiempos de espera para solicitar el pedido y el tiempo de entrega del mismo estarían dentro de los plazos esperados y ofrecidos. Por su parte, la atención del personal de contacto al momento de hacer el pedido es valorada positivamente.*

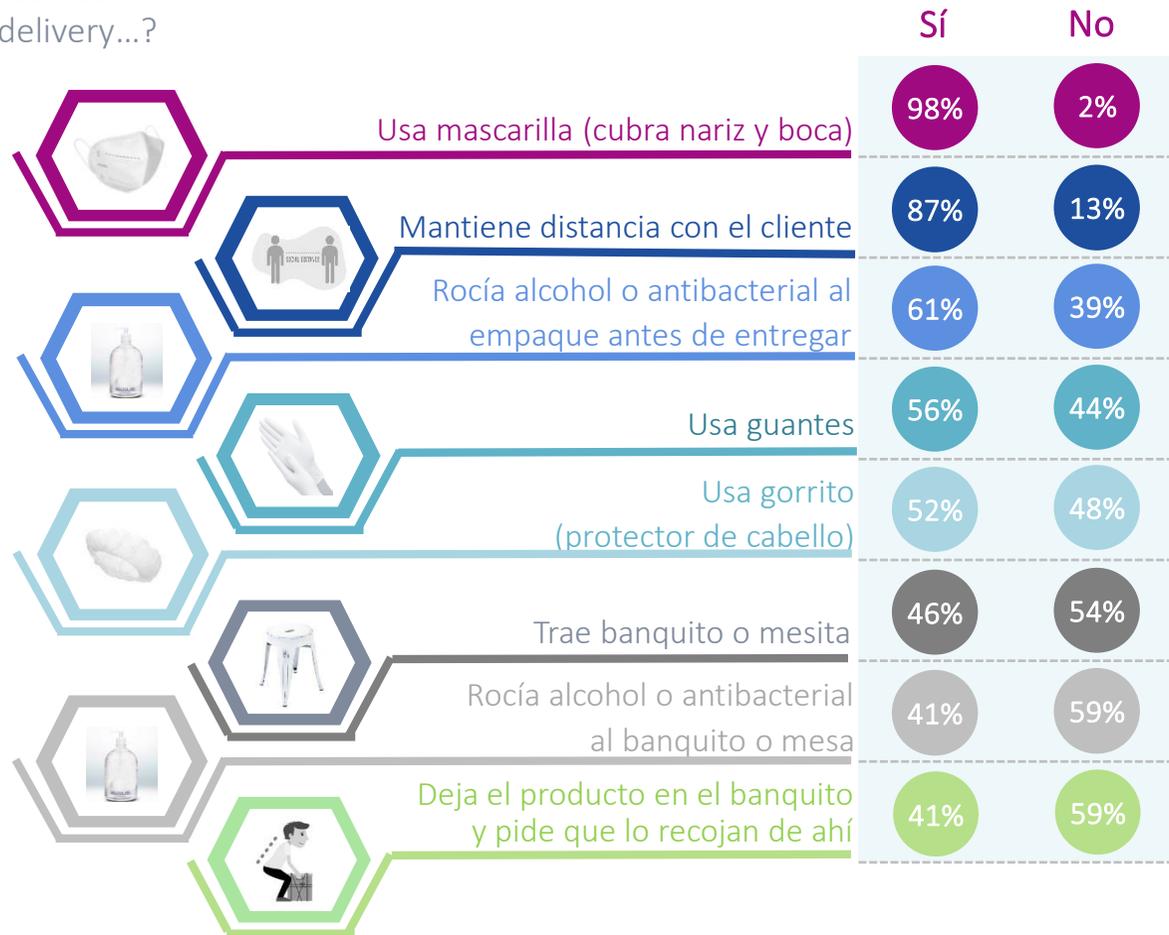
*“Estaba buscando un teléfono para mi papá, (...) teníamos miedo de comprar online por no querer esperar tanto tiempo o que nos cancelaran la compra. Entré a la tienda de Claro para revisar los equipos liberados y decidí hacer el proceso de compra, no queríamos arriesgarnos a salir; sin embargo y para mi sorpresa, dentro del proceso de compra antes de proceder a pagar hay una pestaña súper a la vista donde están las “Condiciones de Entrega” donde explican en detalle cómo es el proceso de verificación de la compra y delivery. Decía que primero tenían que verificar que yo calificara para la compra y mis datos, posterior a eso esperar máximo 72 horas para la entrega. Accedí. Ese mismo día me llamaron para hacer la corroboración y a las 48 horas me estaban entregando el dispositivo en la puerta de mi casa cumpliendo todos los protocolos de seguridad.”*

# ENTREGA DEL PRODUCTO

Se evaluó el cumplimiento del protocolo COVID 19 al entregar el producto

## Cumplimiento de las medidas

Al llegar, ¿el repartidor delivery...?



El uso de mascarilla y el cuidado con la distancia con el cliente son aspectos del protocolo que se cumplirían (casi) eficientemente. Otros aspectos –no obligatorios pero sí relevantes- no son implementados adecuadamente

# ENTREGA DEL PRODUCTO

*IMÁGENES. Cumplimiento del protocolo COVID 19 al entregar el producto*



## PROTOCOLO AL ENTREGAR EL PRODUCTO

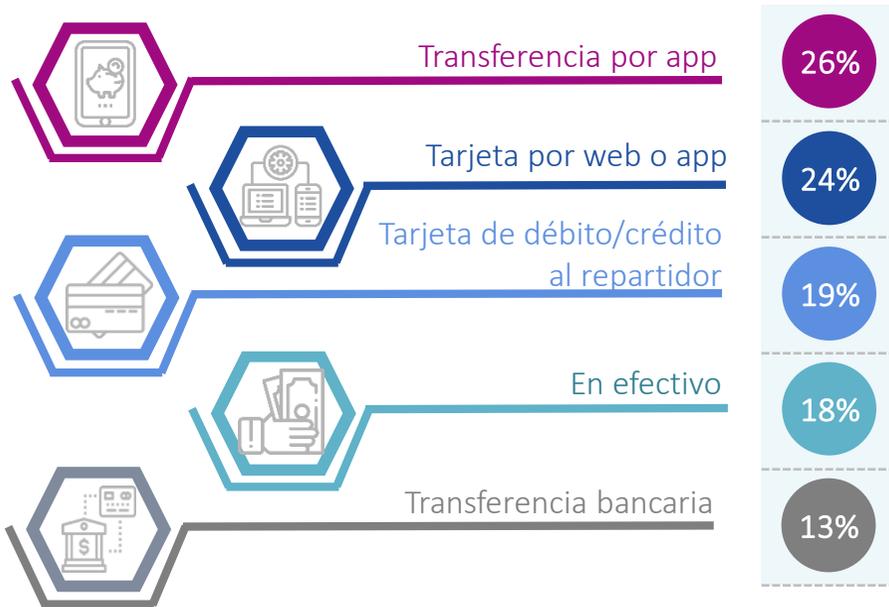
Algunos repartidores de servicio delivery cumplen con el protocolo de seguridad: usan mascarilla, mantienen la distancia y usan alcohol para desinfectar los productos. Ocasionalmente, se utiliza o lleva un banquito para que el usuario recoja el producto directamente desde allí.

# ENTREGA DEL PRODUCTO

Forma de pago al pedir delivery

## Formas de pago al pedir delivery

¿Cómo pagó su pedido por delivery?



### Protocolo de pago en efectivo

Cuando usted pagó en efectivo, ¿el repartidor?  
- solo entre quienes pagaron "en efectivo" al repartidor -

	Sí	No
Pidió que se entregue el dinero en una bandeja o recipiente	40%	60%
Entrega el cambio o vuelto en una bolsa o empaque*	30%	70%
Rocía alcohol o antibacterial a la bolsa o empaque antes de entregarle su cambio o vuelto*	40%	60%
Entrega la bolsita con el cambio o vuelto en una bandeja o recipiente de donde lo recoge el cliente *	30%	70%

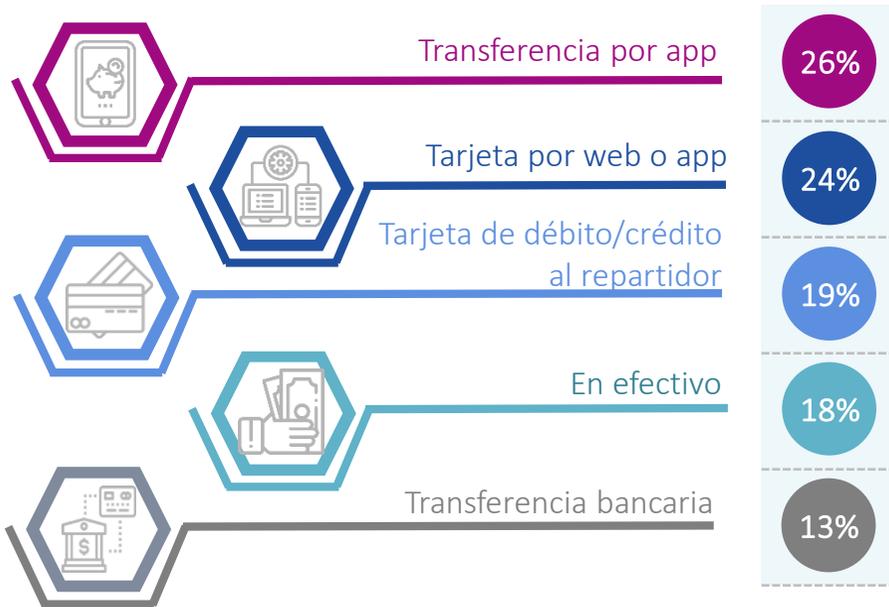
Las formas de pago digital (transferencias vía app y uso de tarjeta en web o app) es la más usual para la compra de productos entregados por delivery. Sin embargo, aún algunas personas (18%) utiliza efectivo. La mayoría de repartidores, al momento de recibir el dinero en efectivo por el producto adquirido, no cumplen con las sugerencias de seguridad, como colocar el dinero en una bandeja y rociar alcohol.

# ENTREGA DEL PRODUCTO

## Forma de pago al pedir delivery

### Formas de pago al pedir delivery

¿Cómo pagó su pedido por delivery?



La mayoría de repartidores solicita que el cliente pase su tarjeta cerca del censor del POS, sin tocar la tarjeta. Y si lo hace (toca la tarjeta), cumple adecuadamente los protocolos de seguridad.

#### Uso del POS para efectuar el pago

¿Entregó su tarjeta de crédito o débito al repartidor para que cobre el servicio o el repartidor le pidió que pase su tarjeta cerca del POS para que lea el censor?

- solo entre quienes pagaron "con tarjeta de débito o crédito" al repartidor -

**70%** Pidió que pase su tarjeta por el censor del POS

**30%** Entregó su tarjeta al repartidor

#### Protocolo al entregar la tarjeta

Cuando usted pagó con tarjeta, ¿el repartidor ...?

- solo entre quienes "entregaron la tarjeta" al repartidor -

	Sí	No
Pidió que se entregue la tarjeta en una bandeja o recipiente	_*_	100%
Rocía alcohol o antibacterial al POS (lectora de tarjeta) delante del cliente	33%	67%
Rocía alcohol o antibacterial a la tarjeta delante del cliente	_*_	100%
Devuelve la tarjeta al cliente en una bandeja o recipiente	_*_	100%

# PRINCIPALES HALLAZGOS

## Experiencia del cliente y cumplimiento de protocolos de seguridad en delivery

### COMIDA PREPARADA ES LO MÁS SOLICITADO

Los pedidos de comida preparada son los más solicitados y entregados a través del servicio delivery. Consecuentemente, son los restaurantes y locales de comida rápida los que reciben más solicitudes por sus productos. La solicitud de pedidos en tiendas online ha sido muy escaso.

### EL SERVICIO DELIVERY POR PARTE DE LAS PROPIAS EMPRESAS

La mayoría de negocios implementó sus propios servicios de delivery como una manera de garantizar el adecuado cumplimiento del protocolo de seguridad. Los productos o servicios son solicitados principalmente por teléfono o whatsapp, siendo el pago digital la forma (de pago) preferida.

### EL SERVICIO DELIVERY ESTÁ ENTRE POSITIVO Y REGULAR

La atención al momento de realizar el pedido, el tiempo de espera para realizarlo y el tiempo de entrega son, en general, valorados en forma positiva, aunque hay por mejorar aún. La protección del repartidor (su persona y empaque del producto) y su desempeño en la atención se encuentran entre bueno y regular. Esto genera cierto freno en la recomendación del servicio. Es importante anotar que no se aprecia uniformidad en los servicios delivery en el mercado; unos propios tratando de controlar este proceso, otros tercerizados con y sin mayor control, esto, sin duda, puede impactar de manera positiva o negativa en la percepción de la empresa o negocio.

### LO QUE DICEN LAS REDES SOBRE EL DELIVERY

En las redes se comenta que se utiliza el servicio delivery para evitar la exposición innecesaria. Sin embargo, se sugiere mejorar los tiempos de entrega (hoy que su demanda se incrementa). Por otro lado, se critica el uso del servicio pues se solicitan productos no esenciales.



# NUEVO CONTEXTO

Top 10 tendencias en los clientes para la etapa post Covid19



**1** Aumento de compras por Internet (compras online)



**2** Internet móvil por encima de otros dispositivos



**3** La experiencia supera al precio



**4** Conciencia de salud y limpieza



**5** Home office o trabajo desde casa



**6** Globalización de la educación. Tendencia online



**7** Cambio en hábitos de salud. Distanciamiento social.



**8** Más reuniones familiares o sociales en grupos pequeños



**9** Aumento del uso de apps de delivery (envío a domicilio)



**10** Confianza, simplicidad, pulcritud y servicio, aspectos más valorados

## IMPORTANTE

Adicional a los puntos mencionados hay un aspecto que se menciona de manera recurrente como el cuidado del planeta y medio ambiente, sin embargo, al momentos de contrastar con diferentes conductas que demuestran ello, podríamos encontrar brechas entre lo que se 'dice' y lo que se va a 'hacer'.

# Propuesta de Valor



# PROPUESTA DE VALOR

*Datum Internacional y Xcustomer360*

Conocer lo que piensa y siente un cliente durante su experiencia con una empresa ahora es más fácil y rápido con las soluciones que nos brindan ambas empresas referentes en su rubro.

## Beneficios de la alianza

Los proyectos de *Xcustomer360* tales como Customer Journey Map, CX Blueprint, entre otros, se ven fortalecidos con la experiencia del equipo investigador de *Datum Internacional*.

Los proyectos de investigación y estudios que realiza *Datum Internacional* se complementarán con resultados en tiempo real, alertas inmediatas y gestión en línea con el software de medición de estándares y voz del cliente *Xcustomer360*.



**Xcustomer 360**

**LA SEGURIDAD Y SALUD EN TU EMPRESA DEPENDEN DE TODOS. ALERTAS Y NO CONFORMIDADES CON SÓLO 'UN CLIC' DE CUALQUIER TRABAJADOR**

# PROPUESTA DE VALOR

Datum Internacional y Xcustomer360



**Xcustomer 360**

¿CONOCES LOS PUNTOS DE DOLOR MÁS FRECUENTES Y DE MAYOR IMPACTO PARA TUS CLIENTES?



**Xcustomer 360**

LA GESTIÓN Y PREVENCIÓN DE RIESGOS ES UNA PARTE CLAVE DE LA ESTRATEGIA DE CUSTOMER EXPERIENCE



**Xcustomer 360**

PROGRAMA VoC (VOZ DEL CLIENTE) INTERNO Y EXTERNO CON RESULTADOS Y ALERTAS EN TIEMPO REAL



**Xcustomer 360**

¿REALIZAS LOS CHECKLIST DE AUDITORÍA DE MANERA MANUAL?...ESTÁS PERDIENDO EL 87% DE TU TIEMPO Y 79% DE EFICIENCIA EN LAS SOLUCIONES

1. Check list preventivos, de calidad, seguridad, bioseguridad, (auditorías) con tickets inmediatos ante hallazgos negativos.
2. Safety Experience App para los trabajadores. Tickets y alertas ante hallazgos o recomendaciones.
3. Mystery Shopper App con tickets inmediatos ante hallazgos negativos.
4. Medición de experiencia de clientes y trabajadores con alertas inmediatas ante bajas calificaciones).
5. Reclamos y sugerencias en línea a través de QR o link a web desde el móvil del cliente.

# PARTNERSHIP

*Datum Internacional y Xcustomer360*

---





[www.datum.com.pe](http://www.datum.com.pe)



[www.xcustomer360.com](http://www.xcustomer360.com)