

Estrategia para mejorar la calidad de servicio en el área de servicio al
Cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”

Durante el periodo 2016

Leidy Marcela Álvarez Castañeda.

Diana Patricia Castañeda Velásquez.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MEDELLÍN
2016

Estrategia para mejorar la calidad de servicio en el área de servicio al
Cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”

Durante el periodo 2016

Leidy Marcela Álvarez Castañeda.

Diana Patricia Castañeda Velásquez.

Trabajo de Grado para optar al título de Tecnólogo en Mercadeo

Asesor

Jefferson Carmona

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MEDELLÍN
2016

DEDICATORIA

La presente tesis la dedicamos a nuestras familias y amigos, principalmente a nuestros hijos y esposos quienes han sido el pilar fundamental en nuestra formación profesional, les damos las gracias por apoyarnos en cada labor que emprendemos, y además, por permitirnos que el tiempo para compartir con ellos, fuese destinado para escribir y concluir esta tesis. Reconocemos también al señor Mario Peláez jefe de servicio al cliente de la empresa de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA” por su apoyo durante el proceso de la realización e investigación de este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestro asesor de tesis Jefferson Carmona, su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, paciencia y su motivación han sido vitales para nuestra formación.

Contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
Contenido.....	4
LISTA DE IMÁGENES	6
LISTA DE GRAFICOS	7
LISTA DE ABREVIATURAS.....	8
INTRODUCCION.....	9
1. TITULO	11
2. TEMA DE INVESTIGACIÓN	12
3. IDEA DE INVESTIGACIÓN	13
4. ANTECEDENTES	14
5. OBJETO DE ESTUDIO.....	15
6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
6.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
6.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	21
7.1 OBJETIVOS GENERAL	21
7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	22
8.1. TEÓRICA.....	22
8.2 SOCIAL	23
8.3. METODOLÓGICA	24
8.4 PRACTICA.....	24
9. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	26
10. MARCO REFERENCIAL.....	27
10.1. MARCO TEÓRICO.....	27
10.2. MARCO CONCEPTUAL	34
10.3 MARCO LEGAL	38
10.4 MARCO ESPACIAL.....	40
10.5 MARCO TEMPORAL	41

11. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	42
11.1 TIPO DE ESTUDIO.....	42
11.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	42
11.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	43
11.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	44
12. CRONOGRAMA DE TRABAJO	45
12.1 DIAGRAMA DE GANT.....	45
13. RESULTADOS	46
13.1 TABLA DE SEGUIMIENTO.....	46
13.2 FICHA TÉCNICA DE ENCUESTAS.....	49
13.2.1 Resumen general.....	49
13.2.2 Matriz de diseño muestra con margen de error y confianza con poblaciones finitas	50
13.3 FORMATO DE LA ENCUESTA.....	51
13.4 TABULACIÓN DE ENCUESTAS	53
13.5 FORMATO, TRANSCRIPCIÓN Y FICHA TECNICA DE ENTREVISTAS	62
FICHA TÉCNICA ENTREVISTA 1	62
ENTREVISTA A MARIO PELAEZ	62
13.6 TABLA DE OBSERVACIÓN	70
14. ANALISIS DE RESULTADOS.....	71
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS	78
15. CONCLUSIONES	82
16. DESCRIPCIÓN DE LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	88
17. RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.....	89
18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS.	90
19. BIBLIOGRAFÍA.....	91
20. ANEXOS.	96

LISTA DE IMÁGENES

IMAGEN 1 Historia Corporativa

IMAGEN 2 Multinacionales y Call Centers participantes

IMAGEN 3 Esquema del sistema logístico

FOTO 1 Entorno de Trabajo

FOTO 2 Postura asesores

FOTO 3 Espacios de descanso

FOTO 4 Lugares de trabajo

FOTO 5 Lugares de trabajo

LISTA DE GRAFICOS

GRAFICO 1 Tiempo de experiencia en la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 2 Espacio físico apropiado de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 3 Nivel de ruido de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 4 Apoyo de los líderes de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 5 Lugares de descanso de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 6 Errores más Frecuentes del centro de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 7 Tiempo de capacitación en el proceso de iniciación laboral de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 8 Opinión sobre la actualización de Bibliotecas.

GRAFICO 9 Respuesta a los Horarios de trabajo de la empresa Cryogas SA.

GRAFICO 10 Manejo de la línea del centro de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA.

LISTA DE ABREVIATURAS

CSC	Centro de servicio al cliente.
NTP-ISO	Mejora continua de la calidad en los procesos.
ICONTEC	Instituto Colombiano de normas Técnicas y Certificación.
CRM	Administración basada en la relación con los clientes.
BPO	Business Process Outsourcing, Subcontratación de Funciones del proceso para el incremento de competitividad en las empresas
RSE	Responsabilidad Social Empresarial.
CEMEFI	Centro Mexicano para la Filantropía.
FD	Tipo de Pedido en Sap. Cancelados por la EPS.
OR	Tipo de Pedido en Sap. Cancelados por el cliente.
IVR	Interactive Voice Response, Respuesta de Voz Interactiva.
SAP	Software de gestión empresarial, Aplicaciones y Procesos.
ATH	Average Handling Time, Tiempo promedio de atención en llamada.

INTRODUCCION

La presente tesis es una investigación que tiene por objetivo Proponer estrategias asociadas a mejorar la calidad del servicio prestado desde el Centro de Servicio al cliente de Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”. Los datos se obtuvieron de: Los asesores del centro de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA, el jefe de servicio al cliente de la misma empresa el señor Mario Peláez y el acompañamiento de Diana Castañeda, la cual hace parte del desarrollo e investigación de esta tesis.

El avance y renovación del mercado de los servicios han dado lugar a que éstos sean cada vez más sofisticados y alcancen a un mayor número de sectores de la sociedad, razón por la cual el consumidor es cada día más exigente, dentro de un marco de excelencia. Una de las características principales que distinguen a las organizaciones de excelencia, es que se integran totalmente al cliente, anticiparse sus necesidades para servirlo con calidad, siendo éste factor estratégico y fundamental.

Si se necesita conservar ante los requerimientos del medio actual y estar preparados para el futuro, es necesario continuar con un esfuerzo constante por mejorar la calidad de los servicios, tanto internos como externos, mediante una actitud participativa y de aprendizaje. Una sola operación no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio. Hoy día oímos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente. Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o, simplemente, buen servicio.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: servicios genéricos: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; servicios básicos: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio de oxígeno a domicilio; servicios aumentados: son servicios adicionales que se le da al consumidor; servicios globales: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y servicios potenciales: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

1. TITULO

Estrategias para mejorar la calidad de servicio en el área de servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA” durante el periodo 2016

2. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Calidad en el centro de servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”.

3. IDEA DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad proponer estrategias para mejorar la calidad dentro del centro de servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “Cryogas SA”. Dicho enfoque se hará de tipo descriptivo y explicativo, para mejorar la satisfacción al cliente, la reducción de costos, mejorar procesos, competitividad y ambiente laboral. Este proyecto está dirigido inicialmente a la empresa Gases Industriales de Colombia SA “Cryogas SA”, pero podría ser implementando en otras empresas que presenten este tipo de problemas y pueda ser de ayuda para mejorar su situación.

4. ANTECEDENTES

El servicio al cliente en las compañías debe estar enfocado hacia toda la empresa y la cultura organizacional ya que es un acumulado de valores y creencias que existen dentro de estas, según la tesis de Ivette Liliana Canchila “diagnóstico y propuesta del servicio al cliente para el agencia miento aduanero en ALMAVIVA SA sucursal Cartagena” (2010) de la universidad del rosario de Bogotá plantea una definición de servicio al cliente que va más allá de la perspectiva sociológica y define la cultura corporativa como la conciencia colectiva que produce un sistema de significados compartidos por los miembros de la organización que los identifica de otros. Tales significados, son influenciados por la interrelación se presenta el concepto que el líder de la organización tiene sobre el hombre, la estructura de organización, el sistema cultural y el clima de la organización. (Canchila, 2010 p. 48)

Cuando se refiere a líder de la organización, se asigna como esquema de conducta a seguir por los demás componentes de la empresa. El sistema cultural se orienta hacia comportamientos, costumbres, creencias, valores etc. los cuales proyectan las relaciones interpersonales en lo propio y profesional y el clima organizacional influyen componentes de perspicacia de trabajo en conjunto, motivación, colaboración, sentido de pertenencia y compromiso. “la integración de estas variables favorecen la dinámica y el mejoramiento continuo de las organizaciones” (Canchila, 2010 p.48)

5. OBJETO DE ESTUDIO

Calidad en el servicio del Centro de Servicio al cliente de la Compañía Gases Industriales de Colombia SA “Cryogas SA”, con el fin de proponer estrategias asociadas a mejorar la calidad del servicio en el área del servicio al cliente de la empresa Cryogas SA, el estudio se abordará desde una investigación de tipo descriptivo y explicativo.

6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Síntomas y causas

El proyecto está enfocado en lograr identificar los motivos por los cuales se presentan errores en el Centro de Servicio (CSC) al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS S.A” y proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio, el CSC es llamado el corazón de la compañía debido a que por medio de este se ejecutan procesos de vital importancia para el negocio. Anotar que, en algunos casos se pueden tomar pedidos de manera errada de forma parcial o total, pero que sin importar el tipo de error generan reproceso en la gestión y entrega a nuestros clientes.

Afectando así las diferentes áreas de la organización que intervienen en el proceso, generando un posible rompimiento en la relación comercial y reputación con el cliente, estos riesgos se generan con el cliente al no cumplir la promesa de servicio y entrega, lo cual podría llegar a causar el deseo de terminar la relación comercial con la organización, porque por fallas en el suministro estos pueden perder sus clientes, pueden llegar hasta el punto de la suspensión de operaciones, lo cual se convierte en impactos económicos mayores, convirtiendo así una toma de pedido errado en un efecto dómimo que repercute a todos.

La calidad del centro de servicio al cliente debe ser eficaz desde el inicio y ese será el tema que se abordará para este trabajo; un error es un síntoma que refleja una variada combinación de causas ya sea internas y/o externas del trabajo las cuales son de difícil descubrimiento porque pueden ser múltiples factores los que influyen en ellas, ahora bien,

según la entrevista otorgada por el señor Mario Alberto Peláez Mona – Jefe de Servicio al cliente de Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA” los podemos dividir en dos grandes bloques:

Técnico: asociado en parte a manuales, documentos que provocan problemas de paralelismo, el tiempo de la llamada, la presión por calidad de los procesos tecnológicos y el sistema de información aplicado y el humano: el cual asociaremos a la persona como tal, a sus niveles de aprendizaje, a su edad, a su educación y en muchas ocasiones hasta al tipo de responsabilidad que pueda tener, sin dejar de lado que la actitud es de vital importancia para que el asesor pueda cumplir con la labor para la cual fue contratado.

Es evidente que existen trabajadores más propensos que otros a cometer errores, que creemos en algunas ocasiones son por falta de concentración, postura o tensión laboral, esto teniendo presente que no podemos desconocer que las compañías trabajan con personas y que el factor humano también puede influenciar alguno de ellos, sin embargo, no podemos dar una evaluación apresurada debido a que no se cuenta con datos reales que permitan medir lo que realmente está pasando.

También podemos contemplar el tema de ambiente, es decir, el lugar o puesto de trabajo, iluminación, nivel de ruido y entorno, estos son algunos de los factores que pueden afectar la concentración de los asesores, sin embargo según encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas, es importante resaltar que la confirmación de la información, es decir, mantener actualizadas las bases de consulta, puedes ser un mayor causante de error ya que en algunas ocasiones se tiene dos versiones o en su defecto no se ha logrado bajar la información de manera correcta y en el tiempo adecuado.

Debido a esto, es importante que el personal cumpla con un periodo de capacitación antes de asumir funciones específicas y cumplir con la labor para la cual fue contratado. Un tiempo de aprendizaje donde se pueda formar en la parte operativa, como en análisis y comprensión de situaciones que generen errores y por otra parte se hace necesario que las personas logren entender y comprender lo que el cliente requiere, saber interpretar e ir más allá, ya que en ocasiones los clientes que solicitan el servicio no son muy conocedores del tema y el asesor debe trabajar sobre historiales de pedidos realizados por él.

Es lo por anterior que se debe capacitar también a los colaboradores en el ser, poder sensibilizarlos en que las personas que nos llaman siempre tienen necesidades y que todos son totalmente diferentes, en ocasiones ponerse en los zapatos del otro y desde el único medio disponible con el que se cuenta para este caso, la voz del asesor, es poder tocar ese cliente. Si se logra que los asesores comprendan y se involucren más con ellos, se logrará que su labor diaria cobre sentido y esto concluirá en una rotación menor por parte del talento humano.

Según entrevista realizada al señor Mario Alberto Peláez – Jefe de Servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA” finalmente, se puede decir que además de los síntomas y causas expuestos anteriormente y que afectan al cliente externo, estos mismos también afectan el clima laboral ya que genera diferencias entre los compañeros que se ven afectados, los cuales empiezan a buscar la raíz del problema, y en ocasiones en vez de trabajar de la mano, como compañía, lo hacen jalonando cada uno para su dependencia sin concebir realmente que todos tienen el mismo objetivo.

Pronóstico

Con relación a este problema se identifica que en un futuro podría generar un clima laboral tensionante, falta de motivación, rotación de personal constantemente el cual no permitirá consolidar un equipo de trabajo y que forme una relación estrecha con el cliente y se tenga una mejor comunicación, la identificación de la toma errada de pedidos es un criterio reactivo que puede venir de cualquier área, sin embargo cuantificarlos en dinero es algo que requeriría un trabajo muy minucioso por parte de la compañía.

Control del pronóstico

(Londoño, 2014) Afirma: “La capacitación y construcción de una “cultura” de servicio y métricas de atención al cliente es la mejor forma de involucrar a cada uno de los colaboradores en el cuento y a la compañía en una onda de modernidad tendiente a fortalecer el mercado y las ventas, tener la capacidad para comprometer a todo el personal desde el operario hasta el ejecutivo de mayor rango, en la prestación de un servicio de calidad”.

Para evitar que el pronóstico no se cumpla lo más importante es que todo el personal este comprometido, que se cree un espacio de trabajo adecuado el cual permita total concentración y tranquilidad “el analista tiene también la responsabilidad de mantener una charla amena, cercana y tranquila con el cliente, de tal manera que éste se sienta que sus necesidades son la prioridad al momento de tomar una decisión” (Botero, 2015). La motivación del talento humano también es un tema importante ya que de esto depende la disminución de rotación y que se sientan a gusto de trabajar día a día.

6.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué estrategias se podrían diseñar asociadas mejorar la calidad del servicio prestado desde el Centro de Servicio al cliente de la Compañía Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”?

6.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los motivos que conllevan a que los pedidos se tomen de forma errada?

¿Cómo está estructurado el proceso de ingresos de pedidos al sistema?

¿Qué porcentaje de errores se detectan y como es la trazabilidad?

¿Cuál es el filtro que se lleva a cabo para la identificación de los pedidos errados y como es el proceso?

¿Cuáles son los métodos de calificación utilizados para medir la calidad del servicio?

¿La cantidad de llamadas calificadas durante el día permiten obtener datos exactos de la calidad del servicio?

¿Cómo podría ser el lugar de relajación y que tiempo es el adecuado para que los asesores usen estos espacios?

¿Cómo generar tiempos y espacios de relajación?

¿Cómo crear un plan padrino para la ejecución del trabajo con estos dos asesores?

¿Cuál sería el procedimiento para ejecutarlo?

7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

7.1 OBJETIVOS GENERAL

Proponer estrategias asociadas a mejorar la calidad del servicio en el Centro de Servicio al cliente de Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar motivos potenciales que conllevan a la toma errada de los pedidos en la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”.

Examinar el porcentaje de errores del área industrial y su trazabilidad en los pedidos en la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA en el primer semestre 2016.

Evaluar los métodos de calificación e indicadores de calidad en el proceso de la prestación del servicio durante las llamadas del centro de servicio al cliente.

Sugerir generación de espacios de relajación donde las personas puedan tomarse un tiempo para ellos ya sea temas personales o después de una llamada difícil.

Proponer un plan padrino para que un asesor con más experiencia este con uno nuevo durante el entrenamiento.

8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

8.1. TEÓRICA

Los errores en los pedidos ocasionan un desangre en la compañía, como lo indica Londoño a continuación, “son costos ocultos, no se perciben a simple vista pero ocasionan un gran reproceso, y es inevitable que no toque otros sectores que tienen comunicación directa con los clientes”. Por ejemplo los ejecutivos de negocios, los cuales están de cara al cliente y muchas veces son los que tienen que ofrecer las disculpas y sortear la situación comercialmente, y en raras ocasiones se pueden medir en dinero, caso no alejado para la compañía CRYOGAS SA, quien tipifica los errores pero no cuantifica el valor de cada de cada uno de ellos.

Los centros de distribución pierden una media de 291.000 euros debido a errores en la preparación de pedidos, así se desprende de la tercer parte del estudio “**Liberando Costes Ocultos**” de Intermec. El estudio, que está basado en entrevistas a 250 directores de centros de distribución en Estados Unidos y los principales países europeos, revela que el coste medio de un error en un pedido se sitúa en 16,82 euros, con más de la mitad de los almacenes (52%) reportando un ratio de cumplimiento de pedidos inferior al 97%. Además, el 1% de los encuestados afirma no contar con ninguna metodología para medir los errores en el picking, lo que sugiere que las pérdidas acumuladas en la cadena de suministro debido a este tipo de errores podrían ser mucho mayores. (Cadena de suministro, 2013)

La satisfacción del cliente, se basa en su percepción de la calidad y está influenciada por las acciones que tome una organización. Estas acciones se deben derivarse de indicadores que evalúan la calidad de los procesos y productos que generan y que contribuyen a su mejora. Es importante establecer un sistema de gestión para la calidad que este claramente orientado a los

procesos y a la mejora continua. Pues, las organizaciones lograrán el liderazgo en la medida que tengan la habilidad para mantener la excelencia de sus procesos y se comprometan con el constante desarrollo de sus objetivos, siempre orientados a la satisfacción de sus clientes. Y por último, es indudable que el enfoque basado en procesos que tienen las normas NTP-ISO 9000:2001 servirá para reorientar las acciones que se viene haciendo, lo cual permitirá evidenciar los beneficios del sistema y que se verán reflejados en los estados financieros. (Manuel García, Carlos Quispe, Luis Ráez 2003 Vol. (6)1: Pagina 94)

Hablar de calidad puede ser subjetivo ya que depende de la percepción del cliente, CRYOGAS SA es una compañía certificada en ISO e ICONTEC, lo cual nos garantiza que todos los procesos están estandarizados, sin embargo; al momento de la calificación se debe contar con una percepción muy puntual del cliente, por ejemplo, un cliente pone una reclamación porque un producto no fue correcto, la persona encargada al interior de la compañía verifica lo sucedido y llama a dicho cliente, al finalizar la llamada se le pide calificar el servicio y esta calificación depende en gran parte de la percepción en ese momento de verdad.

8.2 SOCIAL

La entrega oportuna de los pedidos hace que haya menos reprocesos dentro de la compañía, lo cual permite que los trabajadores tengan su horario laboral establecido y no deban quedarse, lo cual les brindaría el tiempo oportuno para compartir con su familia y otras programaciones que tengan definidas. Esto mirándolo desde el punto de vista de los empleados, por otra parte, desde el punto de vista del cliente al entregar los pedidos correctos y oportunos estamos impulsando que la industria tenga un mejor proceso.

Por otra parte con el tema de las empresas, los costos en los retrasos de entrega por parte de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA” pueden causar un sin número de gastos ocultos para ellos, trabajadores parados porque no les llega el insumo, incumplimiento a sus clientes lo que ocasiona pérdida de confianza y búsqueda de alternativas para otras momentos ya que saben que es posible que les fallen, y lo peor de todo esto ayuda para que la empresa por medio de la voz pierda prestigio en el medio donde se mueve.

Los beneficios principales influyen directamente en lo económico, ayuda a reducir costos, hace que la empresa sea más competitiva, con mejor ambiente laboral y social. El trabajo en equipo, mejoramiento continuo y motivación al personal hacen personas más comprometidas, creativas y con mejores ideas para el desarrollo efectivo de sus puestos de trabajo.

8.3. METODOLÓGICA

Los instrumentos utilizados para este trabajo son la entrevista y encuesta, las cuales permitirán acrecentar el conocimiento y poder tomar de primera mano la información, ya que ésta será brindada de los directamente implicados en el proceso, los que día a día conviven con las llamadas y los clientes, brindando con esto materia prima que permitirá poder trabajarla y focalizar fuerzas hacia ese objetivo. Además, serán tomados como referencia documentos directos del centro de servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”

8.4 PRACTICA

Los errores que se cometen al ingresar un pedido al sistema hacen que cada una de las áreas tenga problemas y causan reproceso durante el procedimiento hasta entrega al

cliente final, esta investigación ayudará a tomar decisiones que permiten el mejoramiento del área de servicio al cliente ya que es una investigación enfocada precisamente para mejorar la calidad en el servicio a través de la disminución de errores en la toma de pedidos.

La motivación para la realización de esta investigación es contribuir a la solución de problemas en el área de servicio al cliente en cuanto a toma de pedidos, mejorando a través de ello la productividad de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”.

9. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio explorará la calidad del servicio para el centro de servicio al cliente de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “CRYOGAS SA”, la investigación abarca a empresas del sector industria, comercio y servicio público para grandes y medianas empresas que tengan una determinada área de atención y servicio al cliente.

10. MARCO REFERENCIAL

10.1. MARCO TEÓRICO

Cryogas es una empresa del grupo Air Products, una de las principales compañías de gases industriales a nivel mundial, con más de 70 años de historia, ver (Imagen 1) presencia en más de 50 países y con más de 20.000 trabajadores. La compañía posee un profundo conocimiento de cada mercado en el que está presente y contribuye en forma activa al desarrollo de las empresas con las que trabaja, gracias a la entrega de soluciones integrales con gases y soldaduras a la medida de los clientes, las que complementa con un completo mix de productos y servicios asociados al uso de los mismos. Invitamos a que viaje por el tiempo y haga un recorrido desde el nacimiento de Cryogas.

Imagen 1: Historia Corporativa



Fuente (página web Cryogas SA)

Los call center están creados para la optimización de procesos a beneficio del cliente de acuerdo a esto los asesores tienen un perfil de servicio para cada tipo de llamada el cual se puede medir con indicadores de servicio, rentabilidad, satisfacción al cliente, también es importante resaltar que lo anterior permite visualizar la habilidad y manejo de llamada que estos tienen, el cual también es medido con una puntuación la cual permite seleccionar los mejores agentes de servicio que ayudan a dirigir de modo profesional la indagación de las empresas como lo afirma el autor a continuación.

Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI. La industria emergente de los call centers es un sector dinámico de la economía mundial cuyos empleos se cuentan por millones. En este artículo se muestran las características Tayloristas del proceso de trabajo, las tendencias expansivas de las empresas del telemercado, la concentración del empleo en los jóvenes así como la debilidad de las relaciones laborales en la industria. La conclusión es que las condiciones estructurales del capitalismo postindustrial contemporáneo constituyen el marco del crecimiento de la industria de call centers. (Thiri6n, 2007, P.1)

Según el autor y la informaci6n que hemos obtenido, los Call Centers se han convertido en una excelente opci6n para j6venes que no cuentan con una experiencia laboral, que acaban de salir de colegios y universidades y que de alguna forma requieren empezar a crear su propia experiencia. Sin embargo, tambi6n es importante nombrar que para muchos de ellos es una labor pasajera, ya que siempre est6n en busca de unas mejores oportunidades.

Al entregar esta labor a terceros con experiencia y tecnología de punta podemos garantizar que la compaía contar6 con todo el respaldo y el conocimiento, adem6s con la

disposición de mejora y de acomodamiento a lo que el cliente requiere según sus necesidades, con esto nos referimos a poder ir más allá y pasar de lo general a lo puntual. Enfocados siempre en calidad, en que debemos dar lo mejor de la compañía para que este servicio sea transmitido a los clientes quienes son los que realmente deben sentir día a día que la empresa los acompaña. Según el autor entre esas condiciones tenemos:

La necesidad de administrar de modo competitivo los flujos de información y comunicación dentro de las empresas y las organizaciones; la notable actividad de innovación de los sectores de las tecnologías de información y el desempleo estructural entre jóvenes universitarios o egresados. En el contexto de una economía terciaria en expansión, los call centers se convierten en un modelo de gestión laboral y de creación de empleos para el siglo XXI. . (Thiri6n, 2007, P.1)

Las empresas han creado estos call center para solucionar problemáticas de servicio y atenci6n al cliente, con el paso del tiempo han tenido cambios y adaptaciones a la tecnología digital ya que constantemente las compaas de telecomunicaciones y plataformas tecnol6gicas estan innovando infatigablemente en cuanto a todo el tema la comunicaci6n, con nuevos espacios, utilizaci6n de sitios web, adaptándose a las necesidades y capacidad de relacionarse con el cliente para mayor satisfacci6n, como lo afirma a continuaci6n el autor.

Esta industria se desarroll6 a partir de la década de 1970 para resolver las necesidades de empresas que requerían masificar la atenci6n, y en general el contacto, con consumidores o potenciales clientes. Diversas transformaciones en el ámbito de la telefonía tradicional hasta su convergencia con la tecnología digital han proporcionado la base

tecnológica con la cual ha sido posible la utilización intensiva e innovadora de las habilidades de comunicación humanas en un nuevo espacio de interacciones mercantiles: el telemercado.

Los procesos innovadores recientes de telefonía en protocolo de Internet y en el software para llevar a cabo nuevas formas de gestión con los clientes (customer relationship management) son los avances que auguran nuevas fases de desarrollo de la industria. (Thirión, 2007, P. 2). La información personal y datos que sean adquiridos por medio de empresas, formularios, encuestas, entrevistas, sitios web, correos electrónicos etc., son protegidos en términos de los artículos que a continuación menciona el autor, igualmente el personal que tiene acceso a ésta en la compañía tiene un compromiso de mantener una confidencialidad respecto a dicha información.

Esta monitoreada constantemente por los departamentos de sistemas y seguridad vigilando constantemente la manipulación de información enviada y recibida mediante correos electrónicos, muchas compañías incluso en sus políticas de privacidad tienen prohibido el uso de dispositivos USB los cuales al hacer contacto con el equipo envían una alerta para ponerse en contacto con la persona que la manipula.

Políticas de privacidad art 21 donde las empresas estableces los fines para los cuales son recolectados los datos personales y/o sensibles, los mecanismos para su manipulación, procesamiento y transmisión Esta política de privacidad será incorporada en todos los contratos. (Código de Ética - Autorregulación Versión 1- Mayo de 2011 P. 6)

Atención a clientes Art 22. La comunicación con el consumidor será respetuosa y digna, absteniéndose de presentar o aludir situaciones discriminatorias o denigrantes por razones

de raza, edad, sexo, religión, afiliación política, nacionalidad o condición social. (Código de Ética - Autorregulación Versión 1- Mayo de 2011 P. 6)

A continuación encontraremos las multinacionales y call centers participantes pioneras en la sostenibilidad del servicio en América Latina ver (Imagen 2), dedicadas a la satisfacción, orientación y atención al cliente logrando así un abastecimiento de las cadenas de suministro y procesos productivos para las compañías en diferentes ámbitos, cumpliendo a cabalidad con el manejo de información y privacidad permitiendo que el cliente se sienta tranquilo y seguro permitiendo un acceso en línea de toda la información desde cualquier dispositivo mejorando la comunicación y coordinación como anteriormente se mencionó.

Imagen 2: Multinacionales y call center participantes

Cuadro 1. Multinacionales y Call Centers Participantes		
<i>Nombre de la Multinacional</i>	<i>Nombre del Call Center</i>	<i>Ubicación del Call Center</i>
Telefónica	ALLUS	Colombia
	Atento	
BAC Credomatic	In-House CC	Honduras
SESA Select	Telerecursos	Argentina
	In-House CC	
Banco Pichincha	TATA Consultancy Services (TSC)	Ecuador
Kimberly Clark	Master Center	Perú
	In-House CC	
Petrobras	SESA Select	Argentina

Fuente: (Sostenibilidad y Call Center en América Latina. 2011, p.3)

Know-how, telecomunicaciones, servicios en general, sostenimiento y recursos humanos son algunas de las técnicas más solicitadas en la actualidad. También conocido como outsourcing, involucra el trabajo de conocimiento en los negocios y una empresa externa. La meta es reducir costos y lograr mayor validez para centralizarse en las labores estratégicas. En general, los servicios tercerizados son entregados a compañías expertas en cada área. Así se garantiza calidad en mínimos tiempos, porque estas estructuras tienen sus propios patrimonios estudiados para abastecer las necesidades concretas de los usuarios.

Las multinacionales son un factor clave en la aplicación efectiva de mejores prácticas en materia de sostenibilidad en los Call Centers de América Latina. Si las políticas y programas de RSE están bien articulados con los procesos de compra de las compañías, se pueden entregar soluciones a muchos de los desafíos de sostenibilidad en la cadena de suministro. Ver (Imagen 3) (Sostenibilidad y Call Center en América Latina. 2011, p.3)

Calidad de los Pedidos Generados: Número y porcentaje de pedidos de compras generadas sin retraso, o sin necesidad de información adicional. Impacto: Costos de los problemas inherentes a la generación errática de pedidos, como: costo del lanzamiento de pedidos rectificadores, esfuerzo del personal de compras para identificar y resolver problemas, incremento del costo de mantenimiento de inventarios, pérdida de ventas, entre otros aspectos. (Mora, 2004 P. 1)

Imagen 3: Esquema del sistema logístico



Fuente: (Plan Padrino Cámara de Comercio Medellín)

El centro de llamadas conocido también con call center está centralizado en manejo de intercambio de llamadas el cual a través de una red telefónica transforma y tiene varios agentes atendiendo solicitudes, así mismo administra un gran número de llamadas debido a que pueden mantener a los usuarios en espera y atenderlos de acuerdo a su posición en cola. La diferencia de Contact Center aparte que es similar en lo anterior también puede recibir emails, faxes, mensajes instantáneos y llamadas conmutadas.

Call Center vs Contact Center: Existe mucha discrepancia respecto a lo que realmente es la diferencia entre un Call center y un Contact center. Traducido al español, lo primero significa centro de llamadas y lo segundo centro de contactos. Dicen que un Call center atiende solo contactos de voz vía telefónica y que se convierte en un “Contact Center” en el momento en que aplican otras tecnologías o sistemas de contacto diferentes a la voz. Es decir, que si además de la voz procesan, correos electrónicos, Chat, fax, datos, quedaría de inmediato convertido en un centro de contacto. (Marketing directo 2011)

La supervisión de la calidad en los procesos de las empresas permite que se obtengan mejores resultados, evita reproceso en general para las compañías, permite obtener productos y servicios de alta propiedad y si se detecta a tiempo el problema se puede anticipar a muchas situaciones de las cuales pueden llegar a tener altas pérdidas de dinero para éstas. Actualmente las empresas implementan certificaciones de calidad para los clientes, calificación de experiencia en la llamada, servicio y calidad en general lo cual permite llevar un indicador de satisfacción como lo expresa el autor a continuación.

“Las actividades relacionadas con la calidad eran inicialmente reactivas y orientadas hacia la inspección y el control estadístico de calidad, enfoque que posteriormente establecerá la calidad objetiva. La calidad objetiva es una visión interna de la calidad, pues es vista desde un enfoque de producción. El objetivo básico de la calidad objetiva es la eficiencia y por ello se usa en actividades que permitan ser estandarizadas. De igual forma, de calidad subjetiva, en la medida en que dicha calidad se obtiene a través de la determinación y el cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, dado que las actividades del servicio están altamente relacionadas con el contacto con los clientes”. (Revista Innovar Universidad Nacional de Colombia 2005 p. 68)

10.2. MARCO CONCEPTUAL

Call center

De acuerdo a Isaac Jiménez (2013) es un Área o departamento de una compañía destinado para la comunicación con los clientes, según el autor nos indica que este puede ser con llamadas tanto de entrada como de salida, las cuales tienen como objetivo dar respuesta a

las necesidades de los usuarios, entre estas actividades se pueden encontrar, felicitaciones, sugerencias, reclamaciones, soporte técnico, encuestas, toma de pedidos entre otros. Estos Call Center disponen de una serie de Asesores capacitados para en servicio y producto para una óptima atención.

Flexibilidad laboral

De acuerdo con Miguelez F., Prieto C (1991, p.18) indica que esta definición consta de dos ramas, la primera llamada flexibilidad interna y la otra flexibilidad externa, según el autor las dos hacen una referencia directa a las empresas ya que en pocos casos son los empleados quienes toman la decisión directamente. Para el caso que se desea entender se hablaría mejor de una autonomía laboral la cual tienen pocos empleados debido a que las condiciones laborales son diferentes, trabajos sin contratos, tiempos parciales, mayor autonomía de tiempo que permite un sano equilibrio entre la vida personal y la laboral, sin embargo, se debe tratar con mucha prudencia ya que depende en gran parte de la disciplina de cada persona.

Tecnologías de información

Para Cabero (1998, p. 198) las TIC se podrían considerar como Nuevas Tecnologías de información que tienen una interacción con el medio, son aquellas que no trabajan de manera aislada sino que forman un sistema con sus entornos, entre ellas encontramos la informática y las telecomunicaciones, todo esto con el fin de mejorar lo ya existente y generar nuevas experiencias que permitan atender la demanda de la infraestructura y tecnología de las organizaciones.

Software

Licesio J. Rodríguez (S.F) dice que es la parte lógica o intangible de nuestros equipos o computadoras, es la manera como ellos trabajan y ordenan toda la información que los usuarios ven en sus pantallas, es importante indicar que se todos los códigos y dialectos están elaborados en forma de Números Ceros (0) y unos (1).

Contact Center

Señala Murcia (2014) que este es un pilar fundamental en las compañías ya que maneja las relaciones directas con los clientes, principalmente por medio telefónico, aunque también pueden utilizar otros medios, entre ellos, internet, E-Mail, fax entre otros. Este centro busca un servicio excelente para los usuarios, tratando en todo momento de dar respuesta oportunas y efectivas que permitan al consumidor final tener experiencias agradables que logren la distinción en cuando al servicio, esto logrado a través de personal calificado, y además, de una óptima infraestructura que permita utilizar los recursos con alta efectividad, los Contac Center son de gran ayuda en el control de gastos de una compañía.

Outsourcing

Según lo señalado por Natalia Trujillo & Daniela Galvis universidad Icesi (S.F) Manifiestan que las empresas se deben dedicar a lo que saben hacer para hacerlo bien, es el incremento de la productividad ya que te centra su atención en fortalecer lo que más puedas tus virtudes y dejar que las otras funciones sean realizadas por expertos de esos campos. Es una medida de la economía mundial que permite crear valor y crear diferencia con respecto a la competencia, ya que nuestros productos o servicios contaran con la calidad y el respaldo necesarios.

Servicio

De acuerdo a la Universidad Nacional de Colombia (2005) son todos los esfuerzos, ejercicio y demás formas que se realicen para ofrecer calidad en la venta de productos o servicios, es simplemente, conocer los clientes y dar mucho más de lo que esperan de la compañía, captando su atención hacia lo que hacemos.

Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE)

El Cemefi centro mexicano para la filantropía p. 2 (S.F) trata de explicar que este tema ya no es exclusivo de las empresas, ahora es un método que nos permite interactuar con otras compañías y con compradores ya que todos hablamos de unas economías sustentables que permita permanecer en el tiempo como asociación, pero que a su vez como seres humanos, que tiene respeto por los valores y el medio ambiente como sostenibilidad para las generaciones futuras, lo cual sería un sano equilibrio entre las dos partes.

Outsourcing

Según Hidalgo de la Universidad autónoma del estado en su página 3 (S.F) cuenta que este término es una tendencia que actualmente ayuda a las empresas a tomar decisiones. La subcontratación es un proceso que permite a las compañías a determinar quién será el aliado más óptimo para determinar tareas externas por medio de un contrato, lo ideal es conseguir una compañía que jalone los mismos objetivos.

La industria emergente

De acuerdo a Noemí Torres, (2014), son las industrias que hace muy pocos han surgido y por ende están en los primeros periodos de su vida, la innovación y el desarrollo de productos y servicios con en su mayoría de veces es el causal de que estas industrias lleguen al mercado.

Tercerización laboral

Manifiesta el Ministerio de trabajo y promoción del empleo p. 2 (S.F) que tercerizar tiene como principio una empresa principal que tiene unos objetivos y metas claras y que por medio de otra compañía llamada tercerizadora, con gran experticia, llevan a cabo una tarea específica, normalmente con colaboradores propios, quienes tienen responsabilidad exclusiva. Estas compañías son pilares fundamentales en el desarrollo de las actividades de esa empresa principal.

10.3 MARCO LEGAL

MARCO LEGAL						
IT E M S	CLASE	NÚMERO	ARTICULO	A Ñ O	DESCRIPCIÓN	DIARIO OFICIAL
1	Código de Ética - Autorregulación	21	Articulo	2011	Se debe tener en cuenta, ya que las empresas establecen los fines para los cuales son recolectados los datos personales y/o sensibles, pues son los mecanismos para su manipulación, procesamiento y transmisión. Esta política de privacidad será incorporada en todos los contratos. (Interglobal seguridad y vigilancia Ltda.)	N/A
2	Código de Ética - Autorregulación	22	Articulo	2011	Es importante tener en cuenta que la comunicación con el consumidor debe ser respetuosa y digna, absteniéndose de presentar o aludir situaciones discriminatorias o denigrantes por razones de raza, edad, sexo,	N/A

					religión, afiliación política, nacionalidad o condición social (Asociación colombiana de contac center & Bpo, 2013)	
3	Lloyd's Register LRQA	SAC 0703034/D6	Certificación	2014	Es importante resaltar que la documentación y certificación de los siguientes productos deben estar totalmente en regla para poder realizar su comercialización y producción. Son: Oxígeno Líquido, argón crudo líquido, nitrógeno líquido y gaseoso, dióxido de carbono líquido, que son para el uso industrial y medicinal. Igualmente se deben también tener en cuenta para la Producción, llenado y comercialización de Acetileno, llenado y comercialización de Amoniaco, preparación, llenado y comercialización de agua amoniacal. (Icontec internacional, 2008)	ISO 9001:2008
4	Lloyd's Register LRQA	SAC 0703034/D1	Certificación	2014	Esta certificación para la es importante, ya que de esto depende el buen funcionamiento y manipulación del producto, además poder transmitir seguridad a los clientes: Mantenimiento e instalación de tanques estacionarios, tanqueros, manifold, equipos médicos, equipos de medición y control de clientes y estaciones de llenado. (Lloyd's Register LRQA 2008)	ISO 9001:2008
5	Lloyd's	SAC	Certificación	2	Ley que se debe tener en cuenta	ISO

	Register LRQA	0703034/D3	n	014	para que la confiabilidad en el Llenado, comercialización y distribución se haga mucho más confiable tanto para transportadores como clientes y la empresa. Esto es en cuanto a gases medicinales e industriales. (Lloyd's Register LRQA 2008)	9001:2008
6	Lloyd's Register LRQA	SAC 0703034/D2	Certificación	2014	Es importante ya que la Producción y comercialización de oxígeno líquido, argón crudo líquido y nitrógeno líquido y gaseoso, requiere ciertos procedimientos legales e igualmente la Producción y llenado de gases especiales, puros mezclados, corrientes y/o certificados, los cuales deben estar al día en la compañía. (Certificaciones y acreditaciones Colombia)	ISO 9001:2008
6	Lloyd's Register LRQA	SAC 0703034/D4	Certificación	2014	Producción, llenado y comercialización de acetileno. Llenado, comercialización y distribución de gases medicinales e industriales. (Lloyd's Register LRQA 2008)	ISO 9001:2008
7	Lloyd's Register LRQA	SAC 0703034/D5	Certificación	2014	Llenado, comercialización y distribución de gases medicinales e industriales. (Lloyd's Register LRQA 2008)	ISO 9001:2008

10.4 MARCO ESPACIAL

La presente investigación enfoca su desarrollo en Colombia en el departamento de Antioquia, en la ciudad de Medellín, comuna 10 la Candelaria, barrio Centro en la dirección Cra 50 No. 52 – 50 Piso 10 del Edificio Unión Plaza, en esta comuna sobresalen puntos de referencia con gran importancia como el Edificio Coltejer, pasaje Junín, plaza

Botero, Palacio de la Cultura Rafael Uribe entre otros, los cuales son punto de encuentro para muchos de los medellinenses debido a su ubicación geográfica la cual conlleva a un fácil acceso y en la cual se encuentra enmarcada dentro del desarrollo urbanístico y de crecimiento en el que se encuentra dirigida la ciudad.

10.5 MARCO TEMPORAL

El presente proyecto de investigación focalizará el estudio con relación a la calidad de los servicios prestados desde el Centro de Servicio al cliente de la Compañía Gases Industriales de Colombia SA “Cryogas SA” durante el periodo 2016, con el objetivo de detallar las causas y problemáticas relacionadas y encaminadas a mejorarla y a sugerir nuevas estrategias, que permitan minimizar el número de pedidos con errores.

11. ASPECTOS METODOLÓGICOS

11.1 TIPO DE ESTUDIO

Descriptivo

El método de investigación aplicado es el descriptivo, ya que los errores en la toma de pedidos de la empresa Gases Industriales de Colombia SA “ CRYOGAS SA” se presentan de acuerdo a la encuesta realizada por: falta de concentración, ruido, puesto de trabajo no adecuado, lugares de descanso con posibilidades de mejora, tiempos de llamada son muy ajustados, horarios de trabajo muy extensos, información de bibliotecas y consultas desactualizadas, poca realización de pausas activas las cuales ayudan a mejorar la creatividad y concentración al asesor.

Explicativo

La calidad en el servicio se deteriora por ciertos procedimientos, los cuales los asesores pueden hacer mal, en ocasiones la falta de concentración, adecuación de los espacios, la motivación, situaciones emocionales tanto personales como sociales influyen de manera negativa y conlleva a cometer errores los cuales para la compañía en temas de dinero puede aumentar costos ocultos y de alto reproceso el cual afecta directamente al cliente y hasta puede deteriorarse la relación y perderse.

11.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Síntesis

Debido a las causas de ambiente laboral, los horarios de trabajo, el nivel de ruido y los espacios de descanso se pueden causar efectos ya sea positiva o negativamente a un nivel de productividad y competitividad en el área de trabajo, en cuanto a lo negativo podría generar rotación del personal constantemente debido a que son personas que apenas

están iniciando su vida productiva o laboral teniendo en cuenta que es lo que normalmente sucede en la dinámica de los call center y éstos no adquieren un compromiso constante con compañía.

Observación

Se realiza observación dentro del centro de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA, el día 3 noviembre. Donde se identificaron los comportamientos típicos de las personas durante la jornada laboral para apoyar la investigación y conocer los hábitos y ambiente de trabajo.

11.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información como libros, revistas, periódicos, informes técnicos y artículos son los utilizadas para obtener información general de todo tipo, de adecuaciones a los puestos de trabajo, motivación al cliente, temas de información relevante, diferencias de términos, tercerización, calidad entre otros, los cuales son de vital importancia para nuestra investigación y el conocimiento del tema, estos nos permiten incrementar conocimiento y poder ser críticos al momento de dar nuestra percepción.

Adicionalmente se utiliza una recolección de información de primera mano dentro del Centro de Servicio al cliente, en el cual aplicaremos dos técnicas, entrevistas y encuestas.

Entrevista: Jefe de Servicio al cliente: Dr. Mario Alberto Peláez Moná.

Encuestas: formuladas a los 20 Asesores conectados a la línea.

Los métodos descritos anteriormente son generados, con el fin de conocer de primera mano información relevante desde las dos ópticas, tanto de jefes y formadores quienes son los líderes como desde los asesores quien son los que directamente ejecutan las

directrices, es de anotar que las partes son totalmente conocedoras en su campo y con varios años de experiencia en el sector, lo cual les da un historial de comportamiento dentro del área que cada uno lidera.

La recolección de esta información permitirá, conocer el estado de satisfacción, motivación e identificación de errores en el procedimiento de ingreso de pedidos al sistema. Esta es realizada a los asesores de línea de servicio al cliente durante la jornada laboral y al jefe de área. Esto ayuda a definir que la falta de concentración y entorno del lugar de trabajo podría efectuar una pérdida de clientes al percibir una mala calidad.

Se cuenta además con información relevante de la empresa aliada quien hacen parte activa del proceso ya que son ellos el tercero encargado de toda la operación de los asesores que están conectados, esta compañía es líder mundial en gestión multicanal de la experiencia de cliente, ya que cuenta con las de 38 años de experiencia en el sector reuniendo así las mejores prácticas y experiencia proveniente de diferentes países y las combinamos con la innovación continua, la mejor selección de agentes, unos procesos eficientes, inteligencia analítica y ubicaciones estratégicas.

11.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

A través del siguiente cuadro se dispone mostrar con carácter estadístico la información recopilada mediante las encuestas realizadas a los asesores del Centro de Servicio al cliente de la Compañía Gases Industriales de Colombia “Cryogas SA”. Con el fin de lograr una fácil comprensión de las mismas.

12. CRONOGRAMA DE TRABAJO

12.1 DIAGRAMA DE GANT

ACTIVIDAD	AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE					DICIEMBRE			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Formulación del tema, Idea y Objeto de investigación																						
Planteamiento del problema y objetivos de investigación																						
Aspectos Metodológicos de la Investigación																						
Aplicación de fuentes y técnicas para reelección de la información																						
Justificación de la Investigación, Marco referencial y antecedentes de investigación																						
Alcances de investigación																						
Sistematización de resultados producto de las técnicas de recolección de información																						
Resultados, Análisis de resultados, conclusiones, bibliografía, descripción y recomendaciones																						
Entrega del Trabajo de Grado completo a la Coordinación de Trabajos de Grado para Evaluación por parte del Jurado																						
Devolución del Trabajo de Grado con observaciones y correcciones del Jurado																						
Entrega del Trabajo de Grado completo con correcciones a la Coordinación de Trabajos de Grado																						
Sustentaciones																						

13. RESULTADOS

13.1 TABLA DE SEGUIMIENTO

N o	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
1	<p>¿Cuáles son los motivos que conllevan a que los pedidos se tomen de forma errada?</p> <p>OE: Identificar motivos potenciales que conllevan a la toma errada de los pedidos en la empresa Cryogas S.A</p>	<p>Análisis de información primaria: análisis del contenido de la encuesta aplicada.</p>	<p>Encuesta realizada a los asesores comerciales de la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Análisis de datos a partir de la tabulación de las encuestas.</p>	<p>El tiempo de llamada, ruido y falta de concentración son los motivos principales que conllevan a la toma errada de pedidos.</p>
2	<p>¿Cómo está estructurado el proceso de ingresos de pedidos al sistema?</p> <p>OE: Identificar motivos potenciales que conllevan a la toma errada de los pedidos en la empresa Cryogas S.A</p>	<p>Análisis de información secundaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Documento de estructura y certificación por medio de la ISO</p>	<p>Análisis del documento a partir de la información suministrada</p>	<p>Procesos establecidos por la compañía los cuales están certificados mediante calificaciones internacionales ISO 9001:2008</p>
3	<p>¿Qué porcentaje de errores se detectan y como es la trazabilidad?</p> <p>OE: Examinar el porcentaje de errores y su trazabilidad en los pedidos en la empresa CRYOGAS SA en el primer semestre 2016</p>	<p>Análisis de información primaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Historial bitácora de errores (Calidad del servicio)</p>	<p>Análisis de los datos a partir de la información recolectada con la bitácora de errores.</p>	<p>El 30,4% es por matrícula con campos errados, el 23,2% agente ingresa clase pedido diferente es un FD e Ingresan un OR y el 11,6% ingresan mal la autorización.</p>

4	<p>¿Cuál es el filtro que se lleva a cabo para la identificación de los pedidos errados y como es el proceso?</p> <p>OE: Examinar el porcentaje de errores y su trazabilidad en los pedidos en la empresa CRYOGAS SA en el primer semestre 2016</p>	<p>Análisis de información primaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA</p>	<p>Historial bitácora de errores (Calidad del servicio)</p>	<p>Análisis de los datos a partir de la información recolectada con la bitácora de errores.</p>	<p>El filtro que se lleva a cabo es identificado por las áreas de distribución u otras áreas de la compañía o en otras ocasiones por que el cliente se comunica para identificar los errores.</p>
5	<p>¿Cuáles son los métodos de calificación utilizados para medir la calidad del servicio?</p> <p>OE: Evaluar los métodos de calificación e indicadores de calidad en el proceso de la prestación del servicio durante las llamadas del centro de servicio al Cliente.</p>	<p>Análisis de información primaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA</p>	<p>Documento de guía de monitoreo de la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Análisis de datos de documento de guía de monitoreo de la empresa Cryogas SA</p>	<p>Los métodos de calificación se hacen tanto internos como externos. Los internos son: la buena imagen en la comunicación, apropiación de las necesidades del cliente, solución, documentación, orientación, desarrollo la gestión en un tiempo acorde. Y los externos es la satisfacción al cliente de cómo le pareció el servicio, solución al requerimiento y el tiempo de acceso.</p>
6	<p>¿La cantidad de llamadas calificadas durante el día permiten obtener datos exactos de la calidad del servicio?</p> <p>OE: Evaluar los métodos de calificación e indicadores de calidad en el proceso de la</p>	<p>Análisis de información primaria: datos de los documentos suministrados por a empresa Cryogas SA</p>	<p>Documento de guía de monitoreo de la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Análisis de datos de documento de guía de monitoreo de la empresa Cryogas SA</p>	<p>Si, ya que durante el mes se realizan mínimo 2 monitoreos por cada asesor conectado a la línea, adicional de las llamadas que no están bien calificadas del IVR (calificada por el cliente)</p>

	prestación del servicio durante las llamadas del centro de servicio al Cliente.				
9	<p>¿Cómo podría ser el lugar de relajación y que tiempo es el adecuado para que los asesores usen estos espacios?</p> <p>OE: Sugerir generación de espacios de relajación donde las personas puedan tomarse un tiempo para ellos ya sea temas de estudio o después de una llamada difícil.</p>	<p>Análisis de información secundaria: datos de los documentos y análisis de información primaria: análisis del contenido de la encuesta realizada.</p>	<p>Encuesta realizada a los asesores comerciales de la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Análisis de datos a partir de la tabulación de las encuestas.</p>	<p>Sala de televisión, espacios más amplios para descanso son los sugeridos para tener un mejor lugar de relajación.</p>
10	<p>¿Cómo generar tiempos y espacios de relajación?</p> <p>OE: Sugerir generación de espacios de relajación donde las personas puedan tomarse un tiempo para ellos ya sea temas de estudio o después de una llamada difícil.</p>	<p>Análisis de información secundaria: datos de los documentos y análisis de información primaria: análisis del contenido de la encuesta realizada.</p>	<p>Encuesta realizada a los asesores comerciales de la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Análisis de datos a partir de la tabulación de las encuestas.</p>	<p>Realización de pausas activas permitiría a los asesores reducir el estrés.</p>
11	<p>¿Cómo crear un plan padrino para la ejecución del trabajo con estos dos asesores?</p> <p>OE: Proponer un plan padrino para que un asesor con más experiencia este con uno nuevo durante el entrenamiento.</p>	<p>Análisis de información secundaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Documento nesting brindado por aliado de la compañía Cryogas SA</p>	<p>Análisis del documento a partir de la información suministrada</p>	<p>Está implementado para la compañía aliada dependiendo de las características de la central, para cryogas se maneja un programa llamado nesting que consiste en un acompañamiento total durante toda la semana.</p>

	<p>¿Cuál sería el procedimiento para ejecutarlo?</p> <p>1 OE: Proponer un plan 2 padrino para que un asesor con más experiencia este con uno nuevo durante el entrenamiento.</p>	<p>Análisis de información secundaria: datos de los documentos suministrados por la empresa Cryogas SA.</p>	<p>Documento nesting brindado por aliado de la compañía Cryogas SA</p>	<p>Análisis del documento a partir de la información suministrada</p>	<p>El procedimiento es iniciar con un grupo de asesores al momento de conectarse a la línea después de la respectiva capacitación acompañados por coordinador, instructor y analista de calidad.</p>
--	--	---	--	---	--

13.2 FICHA TÉCNICA DE ENCUESTAS

13.2.1 Resumen general

<p><u>Persona natural o jurídica que la realizo:</u> Diana Castañeda y Marcela Álvarez</p>	<p><u>Tipo de la muestra:</u> muestreo tomado de las personas que actualmente trabajan en la empresa Cryogas SA, método de selección a personas que se encontraban dentro del turno laboral.</p>
<p><u>Encomendada y financiado por:</u> Universidad Esumer</p>	<p><u>Preguntas concretas que se formularon:</u> ver cuestionario anexo.</p>
<p><u>Grupo objetivo:</u> Centro de servicio al cliente empresa Cryogas SA</p>	<p><u>Tema o temas a los que se refiere:</u> satisfacción en el entorno laboral.</p>
<p><u>Tamaño de la muestra:</u> 20 encuestas reales a asesores call center empresa Cryogas SA.</p>	<p><u>Fecha de realización de trabajo de campo:</u> del 2 de agosto al 21 de noviembre de 2016.</p>

Técnica de recolección de datos:

Encuesta escrita, realizada a asesores de la empresa Cryogas SA.

Margen de error observado: Para el total de la muestra 100% con 99% de nivel de confianza.

Entidades por las que se indagó:
Cryogas SA

Área / cubrimiento: Área de call center de la empresa Cryogas SA.

13.2.2 Matriz de diseño muestra con margen de error y confianza con poblaciones finitas

Tamaño del Universo: 20

Probabilidad de Ocurrencia: 0,5%

Nivel de Confianza: 99%

Margen de error estimado: 1.0%

Fórmula empleada:

Fórmula empleada
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

En la cual la fórmula empleada arroja 19 encuestas a realizar.

13.3 FORMATO DE LA ENCUESTA

Cuestionario dirigido a colaboradores de la empresa CRYOGAS SA. El presente cuestionario es aplicado con la intención de reunir información sobre el estado actual en el que operan y se desarrollan las grandes, pequeñas y medianas empresas dedicadas a gases industriales y medicinales. Los datos que usted proporcione serian de vital importancia para el desarrollo del tema de tesis de las estudiantes Diana Castañeda y Marcela Álvarez, quienes cursan actualmente el programa de tecnología en mercadeo de la universidad Esumer en Medellín. Se agradece de antemano el espacio brindado y se garantiza que la información que brinde será estrictamente confidencial.

INSTRUCCIONES: Lea cada una de las siguientes preguntas y de acuerdo con su experiencia marque con una X sobre la opción que usted considere más oportuna de acuerdo a su opinión.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de experiencia en el contac center?
Menor a un año _____
De un año a tres años _____
Más de tres años _____
2. ¿considera usted que el espacio físico o instalaciones son apropiadas para el desarrollo de su labor diaria?
Si____
No____
Que le mejoraría _____

3. ¿Considera que el nivel de ruido es el apropiado para el desarrollo de su trabajo?
Si_____
No_____

4. ¿Cree usted que los líderes de la operación los apoyan de manera adecuada?

Si____

No____

5. ¿Los lugares de descanso son los apropiados para usted?

Si____

No____

6. ¿Cuál de los siguientes considera usted que pueden llevar a cometer errores al momento de ingresar o tomar pedidos?

Tiempo de llamada_____

Falta de concentración_____

Ruido_____

Otra_____ cual_____

7. ¿El tiempo de capacitación inicial es el adecuado para realizar la labor encomendada?

Si_____

No_____

¿Que mejoraría? _____

8. ¿Las bibliotecas e información están constantemente actualizadas?

Si_____

No_____

¿Que podría mejorar? _____

9. Los horarios establecidos para los turnos le parecen:

Largos_____

Cortos_____

Perfectos_____

Se pueden mejorar_____

10. ¿El producto que se gestiona en línea lo considera fácil?

Si_____

No_____

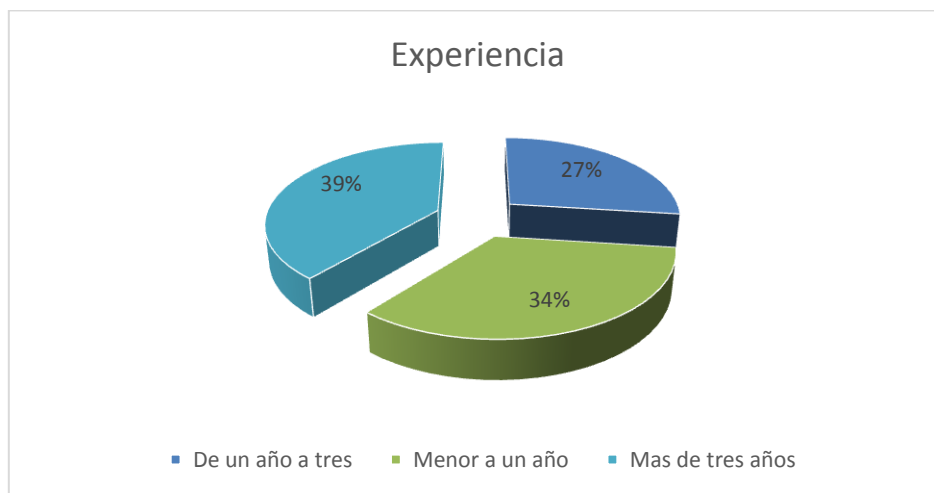
11. ¿Que considera usted que se puede mejorar en el contac center?

13.4 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

1. ¿Cuánto tiempo tiene de experiencia en el Contac center?

Respuesta	Porcentaje	Valor
De un año a tres	27%	5
Menor a un año	34%	7
Más de tres años	39%	8

Grafico 1

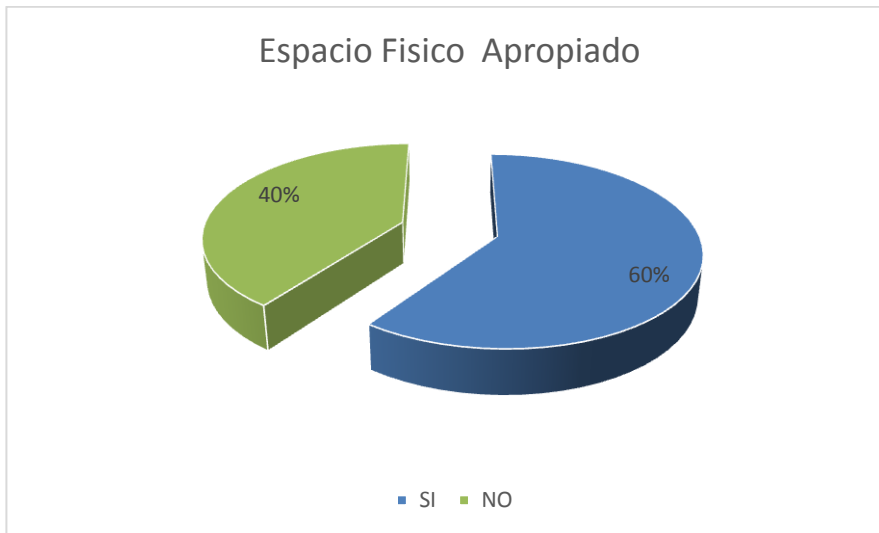


Siendo 100% 20 las personas encuestadas, el 39% lleva más de tres años laborando en Contac Center y el 34% lleva menor de un año laborando lo cual indica que ellos son lugar estable de trabajo.

2. ¿Considera usted que el espacio físico o instalaciones son apropiadas para el desarrollo de su labor diaria?

Respuesta	Porcentaje	Valor
SI	60%	13
NO	40%	7

Grafico 2



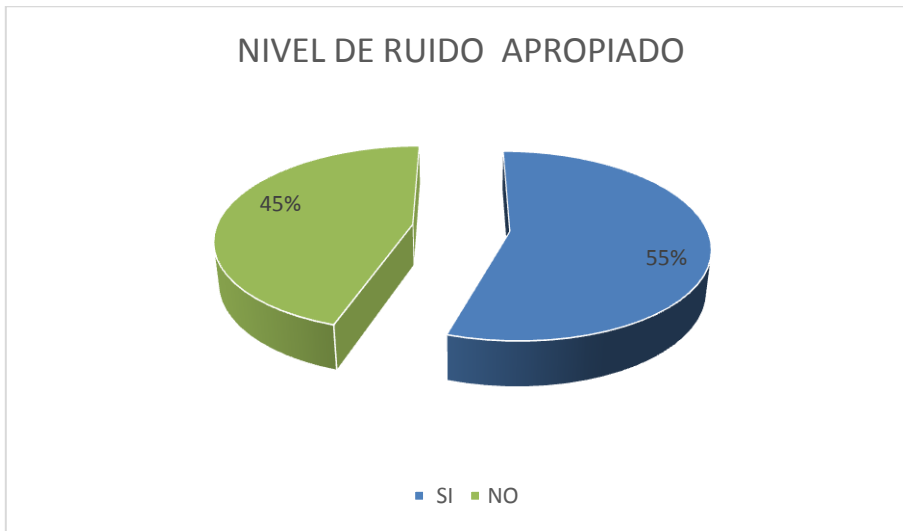
Observaciones: mejorar sillas, espacios, mucho ruido, sala de descanso, aseo instalaciones.

El 60% de los encuestados indica que las instalaciones no son apropiadas para su labor diaria, como ejemplo que las sillas son incómodas, espacio de puesto de trabajo muy ajustado.

3. ¿Considera que el nivel de ruido es el apropiado para el desarrollo de su trabajo?

Respuesta	Porcentaje	Valor
SI	55%	11
NO	45%	9

Grafico 3

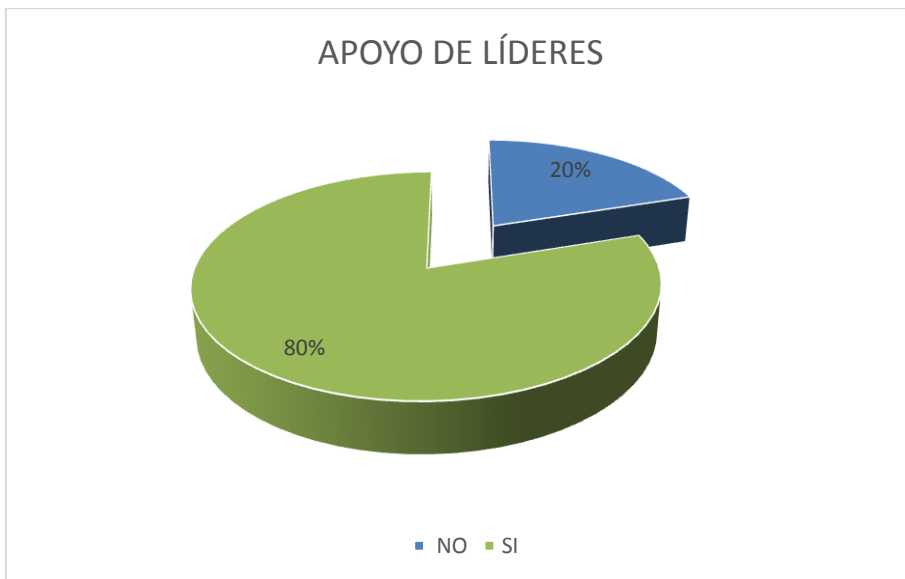


El 55% de las personas encuestadas indica que el ruido es un poco alto.

4. ¿Cree usted que los líderes de la operación los apoyan de manera adecuada?

Respuesta	Porcentaje	Valor
NO	20%	5
SI	80%	15

Grafico 4

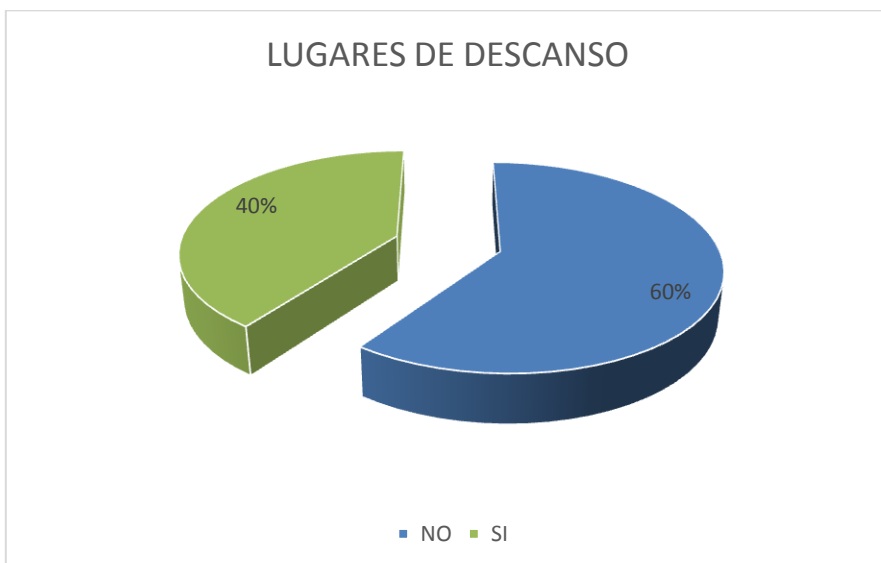


El 80% de los encuestados indican que el apoyo de los líderes es de manera adecuada.

5. ¿Los lugares de descanso son los apropiados para usted?

Respuesta	Porcentaje	Valor
NO	60%	12
SI	40%	8

Grafico 5



EL 60% de los encuestados indican que los lugares de descanso no son los apropiados

6. ¿Cuál de los siguientes considera usted que pueden llevar a cometer errores al momento de ingresar o tomar pedidos?

Respuesta	Porcentaje	Valor
Tiempo de llamada	65%	13
Ruido	25%	4
Falta de concentración	10%	3

Grafico 6

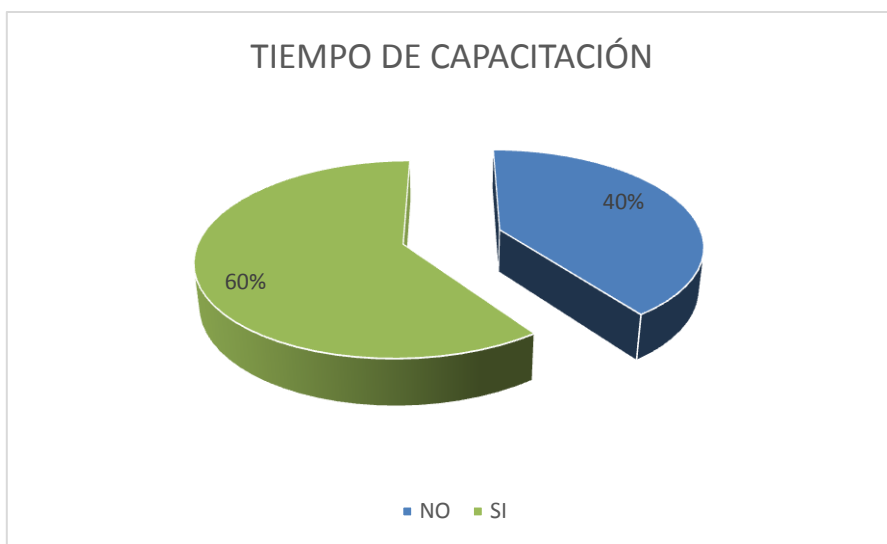


El 65% de las personas encuestadas indican que el error más frecuente en la toma de pedidos se debe al tiempo en llamada, el 25% se debe al nivel de ruido y el 10 a la falta de concentración.

7. ¿El tiempo de capacitación inicial es el adecuado?

Respuesta	Porcentaje	Valor
NO	40%	8
SI	60%	12

Grafico 7



Observaciones: mejoraría ampliación de temas, más tiempo, más práctica, sin interrupción.

El 60% de las personas indica que el tiempo de capacitación inicial es el adecuado para cumplir con sus labores diarias. El otro 40% indica que no es la adecuada ya que se requieren más aplicación en los temas, consideran que debe ser más tiempo, realizar más prácticas y sin tanta interrupción.

8. ¿Las bibliotecas e información están constantemente actualizadas?

Respuesta	Porcentaje	Valor
NO	70%	13
SI	30%	7

Grafico 8



Observaciones: actualización en línea de información, actualización de negociaciones, procedimientos instructivos, mala información debe ser igual para todos, vendedores de región.

EL 70% de las personas indica que las bibliotecas constantemente no estan actualizadas tanto en procedimientos como en negociaciones y sugieren que las actualizaciones sean en linea para que todos hablen el mismo idioma.

9. Los horarios establecidos para los turnos le parecen:

Respuesta	Porcentaje	Valor
Se puede mejorar	30%	6
Perfectos	20%	5
Largos	50%	9

Grafico 9

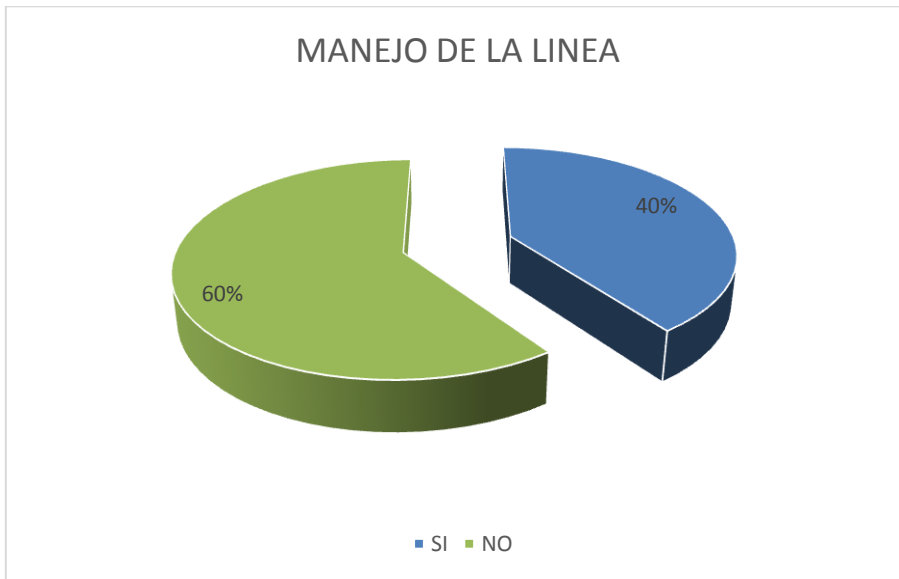


El 50% de las personas indica que los horarios son demasiado largos para la labor realizada, el 30% indica que se pueden mejorar para que no sean tan extensos.

10. ¿El producto que se gestiona en línea lo considera fácil?

Respuesta	Porcentaje	Valor
SI	40%	9
NO	60%	11

Grafico 10



El 60% de los encuestados indican que la línea es difícil de manejar sobre todo la línea industrial.

11. ¿Qué considera usted que se puede mejorar en el contac center?

Mejores equipos

Sillas (son incómodas)

Comunicación con el personal de distribución

Implementar pausas activas

Mejorar las diademas

Información en línea y actualizada

Aire acondicionado

Espacios de descanso

Aumentar ATH meta más alta

Estandarizar procesos

Jefes

Puestos de trabajo

Aplicativos

Mejorar las herramientas de consulta

13.5 FORMATO, TRANSCRIPCIÓN Y FICHA TECNICA DE ENTREVISTAS

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA 1

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Diana Castañeda, Marcela Álvarez

NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO: Mario Alberto Peláez

FECHA: Miércoles 26 de octubre 2016

GRUPO OBJETIVO: Recolección de información

LUGAR: Sala de juntas empresa Gases Industriales de Colombia “Cryogas SA”

TÉCNICA DEL INSTRUMENTO: estructurado

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: recolección de información

OBSERVACIONES: esta entrevista se realizó a una persona, jefe del área de servicio al cliente de la empresa Cryogas.

ENTREVISTA A MARIO PELAEZ

Diana Castañeda: Buenas tardes, estamos reunidos con el señor Mario Alberto Peláez Mona, Jefe de servicio al cliente de la empresa Cryogas. El presente cuestionario es aplicado con la intención de reunir información sobre el estado actual en el que operan y se desarrollan las grandes, pequeñas y medianas empresas dedicadas a gases industriales y medicinales. Los datos que el señor Peláez proporcione serán de vital importancia para el desarrollo del tema de la tesis de los estudiantes Diana Castañeda y Marcela Álvarez quienes actualmente cursamos el último semestre de la tecnología de Mercadeo en la Universidad ESUMER en Medellín.

Se agradece de antemano al señor Peláez por el espacio brindado y se garantiza que la información que brinde será estrictamente confidencial ya que la entrevista es grabada y será para temas estudiantiles.

Mi compañera Marcela realizará las preguntas.

Marcela Álvarez: gracias Diana. Señor Peláez, ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene usted en los centros de servicio?

Mario Peláez: Buenas tardes, en experiencia llevo trece años, trece años en el sector de servicio al cliente en temas de tele venta y de cobranza, he pasado por diferentes cargos y diferentes empresas dedicadas 100% a la prestación de servicio al cliente, entonces creo que apenas soy un aprendiz en este tema, que trece años realmente no son muchos, pero dan una visión realmente de lo que es el servicio y que es lo que realmente esperan los clientes de nosotros.

Marcela Álvarez: como segunda pregunta: ¿Cuál cree usted que son las causas que pueden alterar la calidad de las llamadas en el centro de servicio?

Mario Peláez: bueno, como causas uno tendría que empezar a mirarlas desde varios puntos de vista, si es desde el factor técnico o un factor humano. Desde el factor técnico puede estar asociado a todo lo que es tecnología, temas de procesos, todo lo que pueda impactar el desarrollo normal de la comunicación, es decir, si no se cuenta con una plataforma tecnológica y telefónica adecuada, si los procesos o procedimientos que tienen que ceñirse o los que tienen que seguir los asesores de servicio no están documentados entonces no tiene lineamientos claros, entonces yo creo que desde la parte técnica son esos aspectos.

Desde la parte humana como tal, yo pienso que en parte puede ser la edad, la edad en ciertas líneas de servicio impactan, porque son personas que si son muy jóvenes de pronto no pueden tener la misma responsabilidad que una persona mayor, que si son cabeza de familia entonces no tienen la misma responsabilidad que una persona soltera, pero creo que también es el criterio que tenga cada uno para asumir sus responsabilidades y roles de la mejor manera.

Y desde lo humano también hay que mirar el tema de las habilidades y las competencias que tengas las personas y las cuales se le desarrolle para poder afrontar o hacer el cargo a cabalidad. Entonces creo que son los dos factores más importantes tanto el técnico como el humano.

Marcela Álvarez: ¿Cree usted que el ambiente de trabajo puede influir al momento de recibir las llamadas?

Mario Peláez: totalmente, ósea el ambiente de trabajo siempre va a influir, si por ejemplo estas en una operación donde haga mucho calor la gente no va a ser capaz de concentrarse, si tiene mucho frio entonces le va a dar dificultad digitar, que si es una operación que tiene mucho ruido entonces no van a escuchar bien al interlocutor que tienen al otro lado, si son personas que de pronto tiene acceso a internet o a páginas de video entonces no van a estar casi concentrados o colocando los cinco sentidos en las llamada. Entonces creo que si influye demasiado el ambiente de trabajo, que si las sillas son buenas, que si las sillas no son buenas, ósea, digamos que hay múltiples factores que pueden entorpecer o pueden favorecer la recepción y la atención de una llamada de la forma adecuada.

Marcela Álvarez: ¿En cuanto al tema de información considera que llega a los asesores de forma adecuada?

Mario Peláez: pues para el caso de nosotros, sí, porque se tiene un flujo y un canal de comunicación ya establecido. En el caso mío particularmente yo soy el que doy unos lineamientos para los asesores por medio de los líderes que ellos tienen a cargo, los lineamientos se dan siempre por escrito, siempre se deja acta de las reuniones o de los instrucciones que se dan, se tiene pues igual un equipo de trabajo donde hay un formador, donde hay supervisores, donde se encargan de comunicar al personal los cambios o la inclusión de nuevos procedimientos o la exclusión de procedimientos, se garantiza por medio de diferentes mecanismos o mecánicas que pueden ser pre turnos, clínicas de llamadas para garantizar que las personas queden con la información completa, se hacen calibraciones, esas calibraciones son que se reúne personal de la líneas, pues asesores, supervisores se reúnen conmigo escuchamos llamadas, identificamos si estamos alineados en la información, si pensamos exactamente lo mismo, a eso se le da una calificación entonces yo creo que si, en el caso de nosotros si hay un buen canal y la información les llega de la forma que es.

Marcela Álvarez: ¿Qué opina usted de la tercerización de los servicios?

Mario Peláez: bueno lo que pasa es que la tercerización de servicios digamos que es una metodología que utilizan las empresas hace muchísimos años, realmente desde los noventa acá en Colombia se empezó a tercerizar procesos de diferente tipo. Digamos que lo más relevante o lo que normalmente las empresas tercerizan es todo lo que es la prestación de servicio al cliente, tele ventas, cobranzas cierto. Creo que son un buen aporte para poder cumplir los objetivos corporativos de una organización siempre y cuando tengan un norte claro, si se tercerizan, pero se tercerizan los procesos que no son acorde al negocio, es decir un centro de servicio no es como de cualquier negocio pero las empresas como la de nosotros terceriza el proceso porque precisamente las empresas dedicadas a esta prestación tienen la tecnología, la experticia, entonces apoyan y aportan al cumplimiento de los objetivos, entonces yo pienso que es analizar muy bien que es lo que se quiere tercerizar pero la tercerización como tal es una herramienta válida que tenemos nosotros en las organizaciones para efficientar los procesos.

Marcela Álvarez: ¿Considera usted que dentro de la compañía todos trabajan en equipo?

Mario Peláez: lo que pasa es que claro, dentro de la compañía pues más allá de que pertenezcamos a diferentes áreas, siempre debemos estar en busca del cumplimiento de los objetivos corporativos y esto de la única forma de hacerlo es trabajando en equipo, todos alineados y enfocados a un mismo esfuerzo, para el caso del centro de servicio al cliente, en el caso tengo a cargo varios procesos, dentro de los procesos si, se trabaja como equipo siempre hay una buena relación entre los compañeros, siempre tratamos en que todos nos apoyemos en los momentos en los que necesitamos ayuda, creo que ha sido un proceso de transformación, creo que trabajar en equipo es un proceso que nunca acaba, pues el tratar de que siempre se forme y sea un equipo back, pues consolidado un equipo fuerte, yo pienso que eso hay que alimentarlo todos los días, pero se ha hecho el esfuerzo y se ha hecho el trabajo y creo que los resultados que hemos tenido dan fe de que si se trabaja en equipo.

Diana Castañeda: ¿En el centro de servicio a parte de esas personas que están recibiendo las llamadas, usted nos nombrada de esos otros equipos o de esas otras áreas, cuáles son?

Mario Peláez: lo que pasa es que haber, como empresa hay diferentes áreas, pero específicamente en el centro de servicio hay procesos de soporte y procesos de contacto. Los de contacto son las líneas telefónicas, la líneas de servicio al cliente, Tele servicios que son la atención de quejas, reclamos, sugerencias, tengo una operación de llamadas de salida para hacer contacto con clientes o pacientes en este caso, y en el equipo de soporte tengo un proceso administrativo comercial que es un proceso que soporta y apoya a los comerciales de la administración, un proceso de autorizaciones que es un proceso que apoya todo el mercado medicinal domiciliario, Entonces son diferentes procesos que están en cabeza del centro de servicio y que yo coordino como con la jefatura.

Marcela Álvarez: ¿Cada cuánto más o menos se presenta la rotación del personal, si es muy constante?

Mario Peláez: mira, la rotación del personal, haber normalmente en un centro de contactos, la rotación es alta, precisamente porque las personas que atienden llamadas son estudiantes, o son personas que apenas están iniciando su vida productiva o su vida laboral, eso es lo normal y es la dinámica de un call center o centro de servicio; pero en el caso de nosotros particularmente, nosotros tenemos el centro de servicio “in house” ósea lo tenemos dentro de la empresa, no lo tenemos por fuera, si bien es con un aliado, las condiciones con las que tenemos o las que se trabajan al interior, son unas condiciones muy buenas por los espacios, por la ubicación donde queda la empresa, entonces la rotación que nosotros tenemos puede ser una rotación del más o menos 3%, 4% **analizada**, ósea eso realmente es una rotación mínima la que se tiene y se ha tenido durante los 17 años que tiene la línea la servicio al cliente.

Marcela Álvarez: ¿Por qué considera usted que se presente, pues como tan poca rotación, pues o como es 3% mínimo entonces es como poquito como para la...

Diana Castañeda: ósea cuáles son los factores diferenciales que tiene de pronto la línea para que los compañeros quieran estar acá, para que ellos se amañen digamos o estén cómodos en la línea

Mario Peláez: yo pienso que como lo decía ahorita hay un tema de las condiciones, pues la empresa primero en la ubicación, igual el salario que ganan los asesores, lo que se trabaja con ellos o lo que se incluyen a nivel de actividades corporativas de la empresa, también se incluye el personal del aliado y adicionalmente el trabajo que se haga desde la coordinación, ósea desde los líderes que tienen a carga para trabajar temas del ser, y eso ayuda a que las condiciones sean optimas, porque entonces están en muy buenas condiciones en infraestructura, tienen buenas condiciones salariales y adicionalmente pues si se trabaja el ser pues obviamente el clima laboral va a favorecer. Entonces yo creo que esas son las condiciones que han hecho que se hacen diferenciadoras al momento de entrar a laborar o que están, pues acá en el centro de servicio, pues en la línea y eso es un elemento diferenciador para nosotros porque es una línea muy estable, demasiado estable.

Marcela Álvarez: ¿Qué actividades plantearía usted como capacitación independiente para trabajar a estas personas en el ser tanto lo que usted decía ahorita, y en tanto en el ser como en el saber?

Mario Peláez: pues lo que pasa es que yo pienso que en tema de capacitación y aprendizaje, eso es permanente, cierto? Eh! Se deben de dar pues y orientar en focos de, lo que yo como empresa les doy en entrenamiento, se les dictan entrenamientos en modos de producto de esos del saber, de los procesos para que a medida que tengan mayor experticia se les va a facilitar la atención, vamos a tener una probabilidad de cometer menos errores en el momento de la atención. ¿Y desde el ser obviamente hay que trabajar la parte emocional, todos sabemos que como seres humanos tenemos días buenos y días no tanto, el tema es el cómo desde el ser trabajamos esos días no tan buenos, cierto? Porque es que en el día bueno todos es fiesta, todo es rico, todo fluye; pero en los días que no cómo hacer para que la gente dé lo mejor?, si yo pienso que la única forma de enseñar es con el ejemplo, ósea cuando uno enseña con el ejemplo, pienso y soy fiel creyente de eso que uno

permea las personas, que cuando tú te preocupas de verdad por las personas, las personas van a sentir eso con honestidad y siempre van a querer dar lo mejor de sí para que se tengan los buenos resultados, entonces yo pienso que siempre debe ser un proceso de aprendizaje, siempre debe ser un proceso de darles herramientas para que mejoren tanto en personal como en lo laboral, pienso que eso debe haber un equilibrio entre ambas. Entonces creo que esa es lo que uno como líder siempre debe tratar de hacer con el equipo de personas que tienes a cargo.

Marcela Álvarez: bueno, y, por último, ¿Cómo se trabaja el tema de sensibilización en estas personas, en este caso, pues los asesores para que con el tiempo no la pierdan, ósea como...

Diana Castañeda: estamos trabajando y sabemos que en Cryogas el producto de los asesores, digamos que toca un poco de pronto personas con dificultades, adultos mayores, personas que requieren algún tipo de asistencia como un poquito más delicada, entonces ¿Cómo lograr que esos asesores no se contagien del día a día y que sigan siendo sensibles como a las personas o cómo hacer?

Mario Peláez: pues, precisamente es lo que decía, yo pienso que cuando trabajamos con personas y nunca podemos olvidar que trabajamos con personas, hay que trabajar la parte humana, cierto?, y hay que ponernos en los zapatos del otro, yo pienso que sos ahí, es vital, sin embargo pues como tal, las empresas tienen unas políticas, tienen unos lineamientos y los asesores como tal se ciñen en esas políticas y esos lineamientos, entonces para ellos es fácil, digamos, llevar ese norte y no perder esa sensibilidad o no perder ese foco porque siempre van a tener claro hasta donde pueden llegar y que deben hacer, cierto? Un asesor como tal siempre está para buscar la mejor solución, pues para los clientes que tenemos; sin embargo, de todas maneras hay una realidad y es que no siempre el cliente tiene la razón, ósea el no también es una respuesta pero es el argumento de ese no, del cómo se argumenta y que se dice y como se justifica, no decir no por decir no, todo debe tener una razón, cierto? Porque hay temas que son tan sencillos como esto: ¿si son solicitudes donde ponen en riesgo la seguridad del personal, son temas que no se pueden gestionar porque pues

primero está la integridad de las personas, cierto? Entonces pienso que es trabajar con ellos, que entiendan, que sepan que son importantes, que los escuchamos y que, así como nosotros escuchamos, escuchamos a los clientes. Yo pienso que es que la comunicación asertiva ahí es súper importante para poder tener claridad y dar soluciones asertivas y no tratar de dar una solución solo por salir del paso. Entonces creo que uno si debe manejar esa parte de la sensibilización es olvidando que nunca, que nunca podemos olvidar que trabajamos es con personas

Diana Castañeda: esto sería todo señor Peláez, de todas maneras muchísimas gracias por su colaboración, son palabras muy valiosas para nuestro proyecto, creo que surgirán cosas bien interesantes, muchísimas gracias.

Mario Peláez: no pues, con mucho gusto, gracias a ustedes por la invitación igual, espero que les sirva y que la verdad les aporte, que este trabajo pues ayude también a formarlas en su vida laboral.

Diana Castañeda: muchas gracias

Marcela Álvarez: muchas gracias

13.6 TABLA DE OBSERVACIÓN

Indicador	Rúbrica				
	fecha y hora	SI	Comentarios u observaciones	NO	Comentarios u observaciones
1. ¿Son correctas las posturas de los Asesores en sus lugares de trabajo?	3 de Noviembre. 7:30 am a 5:00 pm	X	Según Observación los Asesores siempre tienen una correcta postura en sus lugares de trabajo.		
2. ¿cómo considera usted los lugares de trabajo de los asesores?	3 de Noviembre. 7:30 am a 5:00 pm			X	Según observación los puestos de trabajo aunque se ven pequeños se cree que son los apropiados.
3. ¿Cómo se perciben los lugares de descanso para los asesores?	3 de Noviembre. 7:30 am a 5:00 pm	X	Según observación los lugares son apropiados ya que cuentan con cocinetas, sala de descanso, gimnasio.		

14. ANALISIS DE RESULTADOS

¿Cuáles son los motivos que conllevan a que los pedidos se tomen de forma errada?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

El tiempo de llamada es un factor fundamental para la toma errada de pedidos ya que los asesores son calificados y tienen estipulado que deben atender una llamada en cierto tiempo el cual es asignado por la empresa para poder evacuar las llamadas de forma efectiva, debido a esto y en el interés de salir de las llamadas pronto, el asesor puede cometer errores de ingreso al sistema como tipificación de llamada, código errado, falta de observaciones y direcciones incorrectas de entrega del producto. El ruido y falta de concentración también son motivos por los cuales de acuerdo a la encuesta realizada conllevan a la toma errada de pedidos ya que para atender una solicitud, cliente, o requerimiento se debe estar concentrado y en un entorno tranquilo, el cual ayude a estar en completo contacto con el cliente, escuchar sus peticiones, que sienta que se está en acercamiento directa y exclusivamente con él.

¿Cómo está estructurado el proceso de ingresos de pedidos al sistema?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en la documentación suministrada por la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

La ISO 9001:2008 contiene procesos establecidos por la compañía los cuales están certificados mediante calificaciones internacionales de esta misma norma la cual se basa en el seguimiento de los procesos en la cual la organización debe aplicar los métodos apropiados para el alcance de los objetivos planificados, en caso tal de que estos no se alcancen debe llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas según sea conveniente. Para optimizar los procesos se deben tener bien definidos, esto ayuda que el engranaje con las demás áreas sea más productivo y recursivo, además los recursos tecnológicos ayudan a controlar su buen desarrollo y medir los resultados, también es muy importante que el equipo de trabajo este comprometido ya que ayuda a que todos estén informados de lo que se pretende lograr y que todos estén en la misma dirección, la implicación de las personas es vital y fomenta un buen entorno laboral.

¿Qué porcentaje de errores se detectan y como es la trazabilidad?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en la documentación suministrada por la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

Podemos identificar tres grandes bloques de que afectan la calidad en el centro de servicio al cliente los cuales son: El 30,4% es por matricula con campos errados, el 23,2% agente ingresa clase pedido diferente es un FD (pedidos pagados por la EPS) e Ingresan un OR (Pedidos pagados por cliente) y el 11,6% ingresan mal la autorización.

¿Cuál es el filtro que se lleva a cabo para la identificación de los pedidos errados y como es el proceso?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en la documentación suministrada por la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

Durante el mes se monitorean llamadas constantemente y dentro de estas llamadas gravadas se retroalimenta al asesor indicando los puntos clave en los cuales debe corregir y donde está centrado el error, al mes se deben tener como mínimo 2 monitoreos por cada asesor conectado en la línea lo cual ayuda a la identificación de errores que se pueden corregir durante el proceso de las próximas llamadas. En ocasiones, los responsables de llevar a cabo la gestión de pedidos pueden encontrarse con que algunos pedidos no se tomaron de forma correcta, muchas veces la causa de esto se haya producido puede ser un error informático pero también puede ser un problema de organización.

¿Cuáles son los métodos de calificación utilizados para medir la calidad del servicio?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en la documentación suministrada por la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

Los métodos de calificación se hacen tanto internos como externos. Los internos son: la buena imagen en la comunicación en la cual se califica el saludo, el entusiasmo, si se expresa de manera correcta, personalización de la llamada, en apropiación de las necesidades del cliente se califica si escucha al cliente con interés, se apersona de la situación, demuestra actitud e interpretación correcta de lo que el cliente necesita. En cuanto a la solución se califica el registro del pedido, liberación del registro, verificación y anulación de autorizaciones, confirmación de datos, direccionamiento y realización de

informes correctamente. La documentación es calificada en cuanto a la gestión de cotizaciones y documentación de requerimientos, y en la orientación y desarrollo la gestión se califica el uso adecuado de las herramientas y demostración de seguridad de la comunicación.

¿La cantidad de llamadas calificadas durante el día permiten obtener datos exactos de la calidad del servicio?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

Desde el área de calidad el centro de Servicio al cliente de Cryogas SA, se garantiza que todos los asesores comerciales son monitoreados mínimo dos veces por mes, además, de que las llamadas que son mal calificadas desde el IVR (calificación del cliente) son escuchadas y evaluadas nuevamente por varios de los líderes, para confirmar que efectivamente esta haya sido objetiva y poder retroalimentar al asesor que la recibió.

Lo anterior, porque en algunas ocasiones aunque se le da una respuesta oportuna y se le brinda solución al cliente nos puede calificar mal, se ha logrado identificar que normalmente pasa por falta de comprensión en las respuestas o por el afán del día a día.

Es importante indicar que las llamadas son totalmente aleatorias, sin ningún filtro que pueda distorsionar el resultado para que garantice la transparencia de la calificación, se hacen también, clínicas de llamadas que consisten en que el asesor haga parte de una

reunión donde evalúan su llamada y puede él personalmente retroalimentarse sobre la atención y plantear posibles mejoras.

¿Cómo podría ser el lugar de relajación y que tiempo es el adecuado para que los asesores usen estos espacios?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

El centro de Servicio a pesar de ser operado por un aliado que cuenta con todo la experticia y la infraestructura necesaria, los asesores se encuentran “In House” es decir en las instalaciones del cliente lo cual permite que tengan un tratamiento especial y diferenciado ya que Cryogas SA los hace parte de sus colaboradores y los tiene presente en todas las actividades generadas desde el área de bienestar, las instalaciones son cómodas y dentro de su infraestructura cuenta con sala de televisión, comedor, sala de descanso, gimnasio y todos los servicios generales que ocasionen espacios apropiados para los asesores.

Sin embargo, todo es propenso a la mejora y de acuerdo a la cantidad de asesores, se verifico que sería factible un lugar un poco más cómodo y amplio que permita mayor silencio y relajación.

¿Cómo generar actividades apropiadas en los tiempos sin llamada?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la

empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

Al conocer la línea y el tipo de producto, se puede percibir que el tiempo de ocupación en el centro de servicio al cliente de Cryogas SA, permite espacios donde los asesores están sin atención a los clientes, es decir sin llamada, para estos tiempos se utilizarán pausas activas lideradas por el coordinador de turno lo cual permitirá bajar el nivel de tensión generado por las llamadas atendidas, además de enfocarlos en el autoestudio del producto lo que mejorará el nivel de conocimiento y por ende, bajar los minutos en la atención de la llamada.

Es importante indicar que en muchas ocasiones, en estos tiempos los asesores utilizan herramientas no apropiadas, como por ejemplo, ver páginas de internet que les hacen perder el foco y la concentración en la labor realizada.

¿Cómo crear un plan padrino para la ejecución del trabajo con estos dos asesores?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura de ésta y la información relacionada a continuación:

De la estructura del aliado existe un plan padrino para Cryogas SA, este no se hace efectivo aun cuando es una realidad en la empresa, su utilización se define de acuerdo al producto y la cantidad de asesores en la línea, dentro del centro de servicio al cliente se maneja un programa llamado nesting, el cual consiste en un proceso de adaptación para los asesores en proceso de formación durante una semana, en estos seis días se mide una

llamada diaria aun cuando el asesor ya está conectado a la línea, los resultados de estas evaluaciones son analizados por el coaching el cual analiza la información, el motivo del error y posterior la realización de acciones correctivas y mejoras.

¿Cuál sería el procedimiento para ejecutarlo?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes primarias reflejadas en una encuesta realizada a los asesores de la empresa Cryogas SA, luego, se dio lectura a ésta y los resultados se relacionan a continuación:

Retomando lo tratado en el punto anterior, se puede continuar diciendo que el procedimiento para ejecutarle es inicialmente con un grupo de personas las cuales inician conectadas en la línea con el acompañamiento por parte del coordinador, instructor y analista de calidad, durante este tiempo ellos están disponibles para resolver cualquier inquietud, adicional es importante indicar que todos los pedidos tomados son revisados por el coaching en el mismo periodo, en caso de identificar algún error será reportado al asesor para que sea el mismo quien lo corrija y así cree conciencia de lo sucedido.

Adjunto al proceso de seguimiento siempre se realiza un examen para identificar si el asesor cumple con las expectativas, todas las evaluaciones y evidencias de aprendizaje son debidamente almacenadas para tener soporte de que fueron realizadas y gestionadas, Es de anotar que el asesor también obtiene conocimiento de la llamada, el motivo de su calificación y una retroalimentación.

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS

Este aparte, tiene como finalidad describir las estrategias a seguir para orientar a los entes encargados de dirigir al personal del CSC de la empresa Cryogas SA. Cabe destacar que estas propuestas fueron realizadas con base al análisis de los resultados con el fin de mejorar la calidad en el Centro de Servicio al Cliente de la empresa gases industriales de Colombia “CRYOGAS SA”, además dar lineamientos o planes de acción para satisfacer las carencias de este departamento.

(Roa Franco, 2015) indica que existen otros escenarios de contacto con el cliente que son detonantes de grandes decepciones; postventa, atención presencial, atención telefónica y otros. Y es que en estos procesos es donde se genera un impacto enorme en la mente del cliente en lo que respecta a evaluación del “servicio”.

William Roa Franco tomado de: <http://www.gestiopolis.com/5-elementos-para-mejorar-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente/>

FASE DE FACTIBILIDAD

La investigación se desarrolló bajo la modalidad de un proyecto factible. En tal sentido, se consideran los siguientes aspectos: legal, social, económico, y técnico para la realización del mismo.

Factibilidad legal

Las propuestas son factibles desde el punto de vista legal ya que se fundamenta en la ley 1014 de 2006. Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. I) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas

las fases del emprendimiento empresarial. (Ley 1014 de 2006 congreso de la república, 2006, P.7)

Factibilidad social

Dada la importancia que refleja las estrategias para mejorar la calidad del servicio en el área de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA, contribuirá a una mejor motivación del personal, por ende, se aportaría calidad y mejor desarrollo del trabajo tanto para el personal como la empresa.

Factibilidad económica

Es importante indicar que los gastos para la ejecución de estas propuestas serán costeados por la empresa con la colaboración de los participantes.

Factibilidad técnica

El personal que dará a conocer las estrategias será la autora de la investigación con la aprobación del jefe de servicio al cliente y la colaboración del personal.

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS

Sugerir una programación post turno a los asesores del centro de servicio al cliente para la revisión de los pedidos: los pedidos de la compañía Cryogas son programados en horas de la noche y por lo tanto dan un lapso de tiempo que permite su revisión, nuestra sugerencia es destinar 15 minutos después del turno normal para que cada asesor pueda listar los pedidos tomados por su usuario y verificar que todo esté bajo lo indicado.

Proponer un cronograma estable sobre la capacitación de los nuevos asesores: en algunas oportunidades teniendo en cuenta la necesidad de asesores para cumplir con los objetivos propuestos por las compañía se ven acelerados los procesos normales de capacitación, nuestra propuesta es seguir al pie de la letra las fechas de capacitaciones para que los asesores reciban la información adecuada y en con los tiempos de asimilación necesarios.

Sugerir mejoras al manual del proceso e instructivo para la toma de pedidos: la compañía Cryogas SA cuenta con una biblioteca de información donde esta recopilada toda la información y sus procesos, sin embargo, en este caso sugerimos que los primeros servicios de cada entidad, es decir, de cada EPS, por ser diferentes negociaciones, cuenten con una plantilla que permita tomar el pedido más rápido y con menor posibilidad de error.

Proponer a la empresa Cryogas SA, contratación directa a los empleados: la cual conlleve a una mejor estabilidad laboral, aunque la rotación es poca podría ayudar a mejorar la percepción de los asesores, generando una mentalidad más comprometida con la compañía y un sentido de pertenencia que puede generar más valor a los clientes.

Proponer incentivos en tiempo remunerado para los asesores con mejor desempeño en la calidad del servicio: de acuerdo a las calificaciones de monitoreo de cada asesor programar una tabla de premios en horas libres para ellos pero remuneradas que les permita contar con tiempo para la realización de sus actividades personales.

Plantear actividades que busquen integrar y conocer a los empleados de forma personalizada: realizar una vez al mes actividades con la gerencia y/o jefe de área, donde se reúnan un equipo de personas en un ambiente más informal, lo cual permita conocer a los colaboradores y comprender sus vidas, lograr tocar al ser humano que está dentro y dejar de verlo como un número.

Proponer desarrollo que permita identificar posibles fechas de agotamiento del producto: en este caso este desarrollo permitirá identificar los pacientes que están a punto de terminar su medicamento, es decir, tener un listado de ellos para que desde el Centro de Servicio al Cliente sean llamados con el fin de brindarles un mejor servicio, lo anterior debido a que en varias ocasiones por ser personas adultas olvidan realizar la solicitud en el tiempo apropiado.

15. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo proponer estrategias asociadas a minimizar el número de errores en la calidad del servicio prestado desde el Centro de Servicio al cliente de CRYOGAS SA. Con el fin de lograr dicho objetivo, se aplicó el tipo de estudio descriptivo y explicativo, se tomaron como base material bibliográfico de fuentes secundarias y otras de la empresa, se incluyeron fuentes primarias donde se aplicó una encuesta a los asesores con el fin de lograr examinar dicho impacto.

En ese orden de ideas, los impactos (de carácter negativo y positivo) según el entorno los asesores y la calidad del centro de servicio al cliente de la empresa Cryogas SA son:

¿Cuáles son los motivos que conllevan a que los pedidos se tomen de forma errada?

La concentración, el ruido y el tiempo de llamada son los factores que llevan a que los asesores tomen de forma errada los pedidos, según la encuesta realizada en cuanto a concentración, se puede decir que es importante que los asesores dispongan de ésta para la realización de su trabajo, ya que permite una mejor relación con el cliente y una mejor calidad en los procesos internos con las demás áreas implicadas.

El ruido y el tiempo de llamada también son factores importantes en los cuales la empresa Cryogas SA debe trabajar para que los asesores tengan un mejor rendimiento y atención al cliente, trabajar en el tiempo de llamada, ya que para ellos es un poco limitado para poder brindar una atención más personalizada.

¿Cómo está estructurado el proceso de ingresos de pedidos al sistema?

Cryogas es una compañía con procesos estandarizados y documentados en su totalidad, lo cual se garantiza y certifica por medio la ISO 9001:2008, la cual responde que la compañía ha sido auditada y aprobada en el cumplimiento de todos los procesos incluido el ingreso de pedidos al sistema, el cual es realizado mediante un software llamado SAP (sistema de aplicaciones y procesos) el cual está en línea con toda la compañía garantizando el abastecimiento a todo el proceso.

¿Qué porcentaje de errores se detectan y como es la trazabilidad?

Podemos concluir que el porcentaje de errores se presenta por falta de concentración, al momento de recibir la llamada el asesor no enfoca todos sus sentidos a la comprensión de lo que realmente necesita el cliente ya que los errores indicados con un mayor porcentaje son simplemente el diligenciamiento de campos correctamente, es de notar que los asesores todo se les vuelve costumbre y el ingreso de pedidos al sistema se vuelve algo mecánico.

Documentar continuamente las fuentes de información para consultas son la mayor falencia que evidencian los asesores en la encuesta, es de anotar que esta es la materia prima que les brinda las bases necesarias para el manejo de los momentos de verdad; esta documentación y su autoestudio constante, brindará los conocimientos requeridos que de una u otra manera, se convertirán en seguridad y mejores tiempos en cada uno de las llamadas.

¿Cuál es el filtro que se lleva a cabo para la identificación de los pedidos errados y como es el proceso?

La empresa debe estipular una revisión de pedidos con antelación, ya que lo que actualmente se lleva a cabo para la identificación de estos pedidos errados es cuando el problema llega al área de distribución o simplemente el cliente se comunica e informan la novedad y de inmediato se procede a la corrección de estos. Los procesos deben estar completos desde que salen de un área para otra para que no se presenten las molestias a los clientes y seguidamente reproceso con las demás áreas.

Esta identificación es reactiva, debido a lo mencionado anteriormente y actualmente la empresa maneja un proceso trabajando desde el área de capacitación para que sea totalmente preventiva, la cual ayude a mejorar la calidad del servicio en cuanto a toma de pedidos.

¿Cuáles son los métodos de calificación utilizados para medir la calidad del servicio?

Los métodos utilizados son los adecuados para medir la calidad del servicio, aquí se tienen en cuenta todo tipo de parámetros, desde cómo se comporta el asesor con el cliente, su trato y el manejo del tema e información brindada la cual ayuda a cumplir con los estándares de calidad definidos y también la satisfacción al cliente, la cual se realiza a través de una encuesta y al finalizar una llamada para la calificación del servicio.

¿La cantidad de llamadas calificadas durante el día permiten obtener datos exactos de la calidad del servicio?

Se identifica que, el número de llamadas son las correctas para la calificación del servicio, ya que son tomadas bajo parámetros internacionales manejados por el aliado quien maneja la experticia, la tecnología y los procesos necesarios para lograr identificar con esa muestra el universo de las llamadas.

La calidad en el centro de servicio al cliente depende en gran mayoría de la concentración y disponibilidad que tengan los asesores al momento de la atención al usuario, sin embargo; es de vital importancia por parte del aliado generar espacios físicos que permitan comodidad a los mismos ya que los horarios laborales se pueden hacer un poco más extensos cuando las condiciones no son las adecuadas, por ejemplo: las sillas.

¿Cómo podría ser el lugar de relajación y que tiempo es el adecuado para que los asesores usen estos espacios?

Los asesores tienen espacios apropiados para su esparcimiento y relajación teniendo en cuenta que están en tiempo laboral y deben estar concentrados y focalizados en su labor para sus descansos cuentan con el comedor, gimnasio, salas de televisión. Importante resaltar que la ubicación del centro de servicio al cliente es en el centro de la ciudad lo cual permite que realicen otras actividades en su tiempo de descanso.

Es importante que los asesores cuenten con un espacio adecuado para su descanso, en el cual se puedan despejar la mente y volver a sus actividades con mentalidad diferente, la realización de pausas activas ayuda al desarrollo de la creatividad y productividad, diseñar espacios de descanso en los cuales los asesores se sientan a gusto y motivados a tomar su tiempo libre, realizando actividades diferentes a su espacio laboral.

¿Cómo generar tiempos y espacios de relajación?

Las líneas y tipos de productos están establecidos por grupos de personas en las cuales se establecerían horarios de descanso, para que los asesores no tengan contacto con el cliente y sea un lugar de completa relajación mientras inicia nuevamente su labor.

Realizando pausas activas en las cuales se puede incluir juegos, lecturas y otro tipo de actividades que permitan relajarse y despejar la mente.

La necesidad de contar con estos espacios que permitan dispersar la mente permite que el cuerpo pueda retomar las labores con una mejor disposición a él, además estos tiempos también pueden estar utilizados para tener presente otro tipo de actividades que también son importantes para la vida por ejemplo: la familia y los hijos.

¿Cómo crear un plan padrino para la ejecución del trabajo con estos dos asesores?

Se puede concluir que el aliado realiza los procedimientos después de investigar y tener el conocimiento de la compañía, es decir, los procesos de acompañamiento para los asesores en capacitación se realizan de acuerdo a las necesidades puntuales. Para este caso por tratarse de una línea relativamente pequeña en comparación con otras, se puede dar un tratamiento especial que cumple con las necesidades del Centro de Servicio al Cliente de Cryogas.

Los asesores tienen un gran apoyo durante todo su proceso de aprendizaje, cuentan con varias personas que están a su lado mientras toman la experiencia necesaria para hacerlo solos, importante indicar que para este tipo de labores debe existir un equilibrio entre el conocimiento y sus capacidades personales.

¿Cuál sería el procedimiento para ejecutarlo?

El procedimiento está enfocado en el acompañamiento por parte de una persona que tiene más experiencia, la cual se sienta al lado del asesor para acompañarlo durante el proceso de aprendizaje, de llamada y manejo de situaciones con el cliente.

Es un procedimiento realizado durante una semana para que el asesor se sienta con la capacidad de estar solo después enfrentando con mejor actitud las situaciones del día a día, donde después es calificado y evaluado en forma general de la prestación de dicho servicio ayudando a mejorar y corregir contextos del centro de servicio al cliente, tanto a nivel de calidad general como personalmente.

16. DESCRIPCIÓN DE LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se concretó en el Centro de Servicio al Cliente de la empresas Cryogas SA, mediante 20 encuestas realizadas a los asesores conectados en el a la línea, y 1 entrevista realizada al señor Mario Alberto Peláez Mona, jefe de Servicio al cliente.

Las limitaciones dadas en la realización de la investigación, consistieron en que la información obtenida sobre los antecedentes son pobres y sin información amplia, lo que nos impulsó a realizar una investigación exploratoria directa con un enfoque cualitativo, mediante el análisis de fuentes primarias como encuestas, fotos, entrevistas y secundarias como libros, revistas e internet para poder generar a la investigación un debido proceso explicativo, además a lo anterior, contamos con la limitación de información en por parte del aliado que ya muchas de la información es solo manejada por ellos.

17. RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.

Para una futura investigación, sería importante poder contar con entrevistas por parte del aliado, ya que es de vital importancia en algunos roles.

Realizar en el futuro una investigación enfocada a ofrecer mecanismos de capacitación más rápidos que permitan incorporar a los asesores en el menor tiempo y con mayor información de producto.

Enfocar la investigación no solo a los asesores conectados a la línea de Servicio al cliente de Cryogas, sino también a las demás áreas que hacen parte de él, aunque no estén de cara directa al cliente.

Ampliar el conocimiento respecto a normas relacionadas con los Contac Center, ya que muchas de ellas son internacionales.

Iniciar un proceso de medición cuantitativo en la empresa Cryogas SA, que permita cuantificar los costos de los errores presentados.

18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS.

La presente investigación es posible aplicarla a la línea de Servicio al Cliente de Cryogas o en su defecto a cualquier línea de servicio al cliente que tome pedidos.

19. BIBLIOGRAFÍA

Asociación colombiana de contact center y bpo tomado de:

https://prezi.com/w1y_qajsg4s/asociacion-colombiana-de-contact-center-bpo/

Asociación Colombiana de Contact Centers & BPO Código de Ética - Autorregulación

(Versión 1) tomado de: http://www.acdecc.org/codigo/cod_etica.pdf

Cabrero P. (1995) Tics tecnologías de información, recopilado de:

<https://tecnologiasinformacioncomunicacion.wordpress.com/category/tics/>

Cadena de suministro, (2013) tomado de: [http://www.controlgroup.es/picking-reducir-](http://www.controlgroup.es/picking-reducir-errores-preparacion-de-pedidos/)

[errores-preparacion-de-pedidos/](http://www.controlgroup.es/picking-reducir-errores-preparacion-de-pedidos/)

Certificaciones y acreditaciones Colombia tomado de:

<http://www.cryogas.com.co/Web/CO/Compania/Certificaciones-Y-Acreditaciones>

<http://www.mapeo->

[rse.info/sites/default/files/Sostenibilidad_y_call_centers_en_America.pdf.pdf](http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Sostenibilidad_y_call_centers_en_America.pdf.pdf)

El empleo (2016) tercerización una tendencia al alza en las organizaciones

[http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/tercerizacion-una-](http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/tercerizacion-una-tendencia-al-alza-en-las-organizaciones-----/13670815)

[tendencia-al-alza-en-las-organizaciones-----/13670815](http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/tercerizacion-una-tendencia-al-alza-en-las-organizaciones-----/13670815)

Congreso de la república de Colombia tomado de:

<http://www.ccc.org.co/file/2011/03/Ley1014de2006.pdf>

Elastix fundamentos de telefonía, tomado de: [http://elastixtech.com/fundamentos-de-](http://elastixtech.com/fundamentos-de-telefonía/operacion-de-un-call-center/)

[telefonía/operacion-de-un-call-center/](http://elastixtech.com/fundamentos-de-telefonía/operacion-de-un-call-center/)

Entrevista Mario Alberto Peláez mona jefe de servicio al cliente CRYOGAS SA

Flores R. Guillermina (2011) Outsourcing tomado de:

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/outsourcing.pdf

Gestión moderna de compras y proveedores de clase mundial cámara de comercio de Medellín tomado de:

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Memorias/Gestion%20moderna%20de%20compras%20y%20abastecimiento%20de%20clase%20mundial%20CCio.pdf>

Interglobal seguridad y vigilancia ltda tomado de:

<http://www.interglobaltda.com/es/empresa>

Ivonne Liliana O. Murcia, (2014) Informativo Contac Center tomando de:

<http://informativocontactcenter.blogspot.com/>

Jiménez (2016) Computadores IP, recopilado de:

<http://www.conmutadoresip.com/pbx/tag/solucion-de-call-center-reportes/>

Jordy Thirión, (2007), P.1 los call center y los nuevos trabajos del siglo XXI

<http://confines.mty.itesm.mx/articulos5/MicheliJ.pdf>

Licesio J. Rodríguez-Aragón sistemas operativos universidad Rey Juan Carlos, tomado de:

<https://www.uclm.es/profesorado/licesio/Docencia/IB/IBTema3a.pdf>

lloyd's register LRQA tomado de:

<http://www.airproducts.com/~~/media/Files/PDF/company/ISO-9001-Indura-Colombia-espanol.pdf?la=en>

_lloyd's register LRQA tomado de:

<http://www.indura.net/content/storage/co/biblioteca/88f9ecf8474640609eb4d8efa3e0fb54.pdf>

Luis Aníbal Mora G. (2007) Indicadores de gestión, tomado de:

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/242007/Unidad_1_2_y_3.Indicadores_de_gestion_logisticosen_produccion.htm

Luis Fernando Botero, (2015). Servicio al cliente en la base de la pirámide, Revista dinero

tomado de: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/servicio-cliente-base-piramide/207347>

Manuel G, Carlos Quispe A. & Luis Rae G, libro mejora continua de la calidad de los procesos (2003) Vol (6) p. 94

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/Vol6_n1/pdf/mejora.pdf

Marketing directo call center vs contac center (2010) tomado de:

<http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/call-center-vs-contact-center>

Miguel F., Prieto C. (1991), p.18 recopilado de: [http://www.ucm.es/data/cont/docs/183-](http://www.ucm.es/data/cont/docs/183-2013-05-08-Ponencia_Fausto%20Miguel.pdf)

[2013-05-08-Ponencia Fausto%20Miguel.pdf](http://www.ucm.es/data/cont/docs/183-2013-05-08-Ponencia_Fausto%20Miguel.pdf)

Natalia D. Trujillo & Daniela Galvis, business process outsourcing BPO

https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/68607/2/articulo_bpo_outsourcin.pdf

Página web Cryogas S A Historia corporativa tomado de:

<http://www.cryogas.com.co/Web/CO/Compania/Historia>

Responsabilidad social y ética de las empresas, (2002) tomado de:

<http://brd.unid.edu.mx/recursos/derecho%20admvo/Bloque02/II.3%20RESPONSA%20BILIDAD%20SOCIAL,%20ETICA%20EMPRESARIAL%20Y%20CULTURA%20CORPORATIVA.pdf?603f00>

Revista de ciencias administrativas y sociales (2005 p. 68) Universidad Nacional de Colombia tomado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>

Revista de ciencias administrativas y sociales (2005 p.64) Universidad Nacional de Colombia tomado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>

Richard Feinberg (2011 p.3) sensibilidad y call centers en américa latina, tomado de:

Torres (2014) Planeación Estratégica, recopilado de: <http://estrellatorres89.blogspot.com/>

20. ANEXOS.

Foto 1 Entorno de Trabajo



Foto 2 Postura asesores



Foto 3 Espacios de descanso



Foto 4 Espacios de trabajo

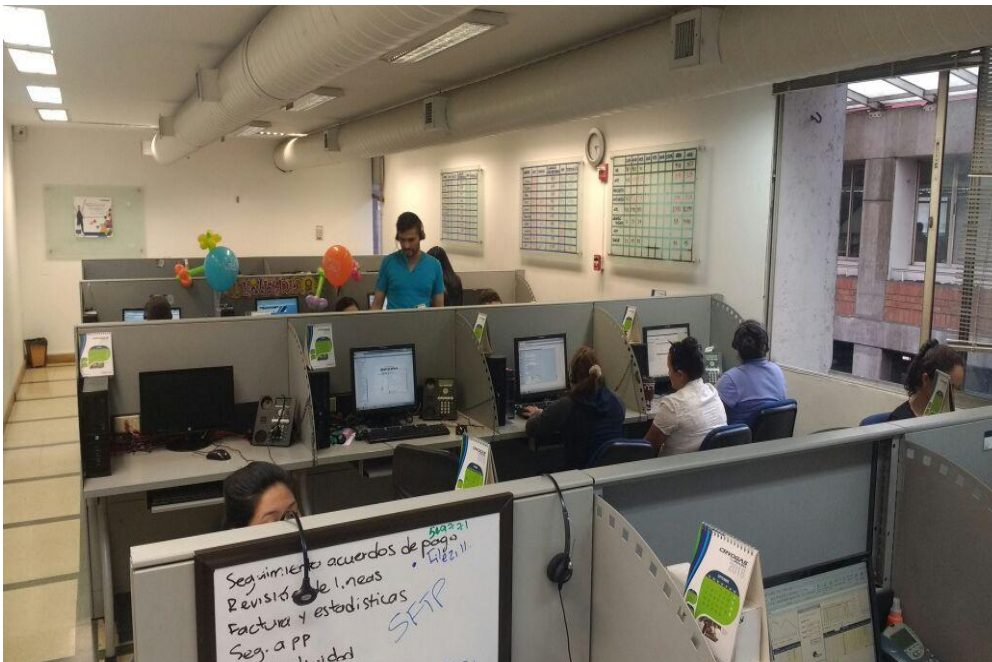


Foto 5 Lugares de trabajo

