

ESTRUCTURACION DEL AREA DEL CALL CENTER DE LA EMPRESA LINEA
SOLUCIONES Y ALIANZAS TECNOLOGICAS S.A.S EN LA CIUDAD DE MEDELLIN.

YISED CAROLINA GÓMEZ
GLORIA ELCY VÉLEZ OSORIO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
TECNOLOGÍA EN MERCADEO
MEDELLÍN
2016

ESTRUCTURACIÓN DEL AREA DEL CALL CENTER DE LA EMPRESA LINEA
SOLUCIONES Y ALIANZAS TECNOLOGICAS S.A.S EN LA CIUDAD DE MEDELLIN.

YISED CAROLINA GÓMEZ
GLORIA ELCY VÉLEZ OSORIO

Trabajo de Grado para obtener el título de Tecnología en Mercadeo

Asesor:

Andrés Felipe Uribe Acosta- Coordinador de trabajo de Grado

INSTITUCIÓN UNVIERSITARIA ESUMER

MEDELLÍN

2016

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, clientes, profesores de la Universidad Esumer por su apoyo para el feliz término de este trabajo de grado.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a Dios y a todas las personas que apoyaron este trabajo de grado especial mente al señor Somerson Quintero gerente-propietario de la empresa Línea Soluciones y Alianzas tecnológicas, sr Luz Dary Giraldo (madre de Yised Gomez), sr Edgar Gomez (padre de Yised Gomez), sr Robinson Patiño (esposo Gloria Velez), Mateo Patiño (hijo de Gloria Vélez).

TABLA DE CONTENIDO

1. TÍTULO	10
2. TEMA DE INVESTIGACION	11
3. IDEA DE INVESTIGACION	12
4. ANTECEDENTES	13
5. OBJETO DE ESTUDIO	15
6. PROBLEMAS DE INVESTIGACION.....	16
6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
6.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
6.3 SISTEMAS DEL PROBLEMA.....	18
7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	20
7.1 OBJETIVO GENERAL.....	20
7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
8. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	21
8.1 TEÓRICA	21
8.2 SOCIAL	21
8.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	22
8.4 PRACTICA.....	23
9. ALCANCE DE INVESTIGACION.....	24
10. MARCO REFERENCIAL	25
10.1 MARCO TEÓRICO	25
10.2 MARCO CONCEPTUAL	30
10.3 MARCO LEGAL.....	32
10.4 MARCO ESPACIAL.....	34
10.5 MARCO TEMPORAL	34
11. ASPECTO METODOLÓGICO	35
11.1 TIPO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN	35
11.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
11.3 FUENTE Y TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACION	36
11.4 TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN	36
12. CRONOGRAMA DE TRABAJO	37

12.1 Diagrama de Gantt	37
13. RESULTADOS	39
13.1 TABLA DE SEGUIMIENTO	39
13.2 FORMATO: Encuestas.....	56 55
13.3 FORMATO DE LA ENCUESTA	58 57
13.4 FECHA, HORA, OBJETIVO DE LA ENCUESTA	59 58
14. ANALISIS DE RESULTADOS.....	80 79
15. CONCLUSIONES.....	92 91
16. DESCRIPCION DE LIMITACIONES DE INVESTIGACION	100 99
17 RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.....	101 00
18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS	102 01
19 BIBLIOGRAFIA	103 02
20 ANEXOS	106 05

LISTA DE TABLAS

Tabla de resultados	37
Tablas de tabulación de las encuestas	54

LISTA DE FIGURA

Figura de la página de encuesta.....	84
Figura de la página web.....	88
Figura de la compañía línea	106

ANEXOS

Información adicional sobre la empresa LINEA SOLUCIONES S.A.S.....104

1. TÍTULO

Modelo de estructuración del área del call center de la empresa línea soluciones y alianzas tecnológicas S.A.S. en la ciudad de Medellín.

2. TEMA DE INVESTIGACION

Estructuración del área del call center de la empresa, línea soluciones y alianzas tecnológicas, con el fin de potencializar la segunda unidad de negocios creada.

3. IDEA DE INVESTIGACION

Proponer un modelo de estructuración del área del call center de la empresa, LINEA SOLUCIONES Y ALIANZAS TECNOLÓGICAS, con el fin de potencializar la segunda unidad de negocios creada.

Para conseguir clientes y mejorar los servicios de ventas de cada una de las empresas contratantes, obteniendo una eficiencia y calidad en los negocios.

Se realizará una investigación exploratoria donde tendremos encuestas de micro empresarios y ejecutivos y así se desarrolle propuestas de estructurar del área.

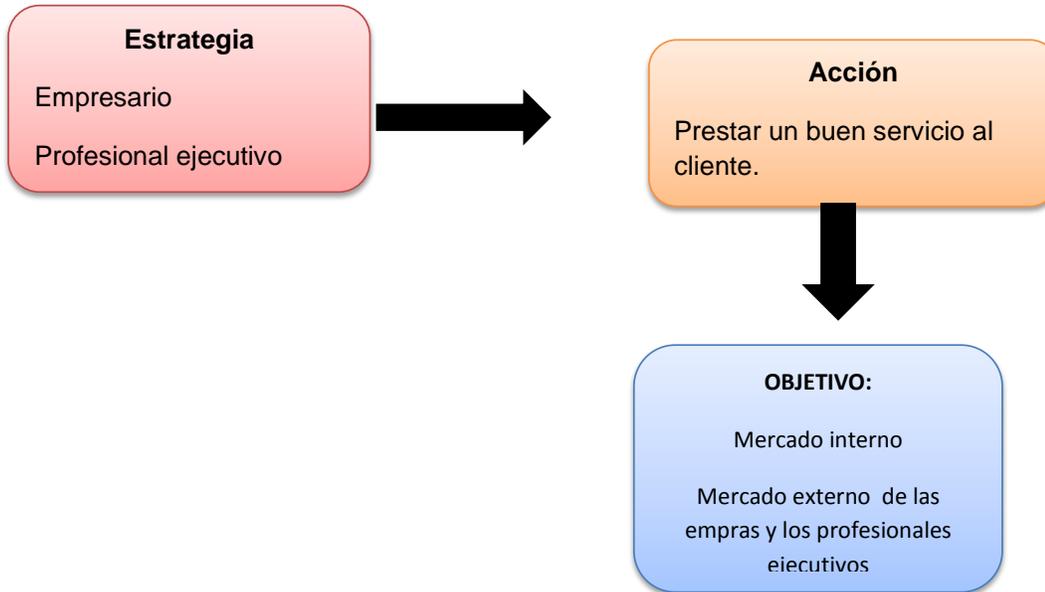
4. ANTECEDENTES

La industria de los call centers es un sector dinámico de la economía mundial cuyos empleos se cuentan por millones. Encontramos en varios artículos como se muestran la característica taylorista 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. (Micheli Thirión, 2007)

La conclusión es que las condiciones constituyen el marco del crecimiento de la industria de call centers. Estas condiciones son: 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.

El objetivo final de esta investigación se analiza así:

Figura 1: Objetivo final de la investigación del área de Call Center



Fuente: elaboración propia.

Se analiza con esto que todos los empresarios han logrado obtener una buena información de los call center, con diferencia del profesional ejecutivo que no obtiene una información adecuada sobre esté.

5. OBJETO DE ESTUDIO

Sugerir un modelo de estructuración del área del call center de la empresa, LINEA SOLUCIONES Y ALIANZAS TECNOLÓGICAS S.A.S, con el fin de potencializar la segunda unidad de negocios creada.

Se realizará una investigación exploratoria donde tendremos encuestas a micro empresarios y ejecutivos profesionales según el desarrollo y la conclusión de la investigación se desarrollaran las propuestas para sugerir la estructuración del área.

6. PROBLEMAS DE INVESTIGACION

6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Síntomas y causas

La empresa LINEA S.A.S en el mes de abril del 2016 creó una segunda unidad de negocio (call center) actualmente cuenta con 4 (cuatro) clientes, el gerente al ver que están creciendo toma la decisión de potencializar esta unidad de negocio, por tal motivo contrata una persona para que estructure y dirija el área del call center. La estructuración del área permitirá la permanencia de los clientes existentes, la consecución de clientes nuevos y el sostenimiento de los mismos.

Colombia tiene todo el potencial para convertirse en una de los principales países Latinoamericano de la Subcontratación de Procesos de Negocios (BPO, por sus siglas en inglés), nos hemos preparado para ello y no es fortuito que hoy seamos el segundo país más competitivo en la región

Con unas 180.000 personas empleadas el año pasado, 41.000 más que en 2013, este sector se consolida como un motor “de crecimiento económico y generación de empleo en el país. Bogotá, con el 49,3%, es la ciudad con el mayor porcentaje de personas vinculadas laboralmente con el sector, seguida por Medellín (20,48%), Cali (8,05%), Manizales (8,07%), Barranquilla (4,24%), Pereira (3,44%), Bucaramanga (1,84%) y las demás se reparten el 3,94% restante. (Revista Dinero, 2015).

Actualmente en Medellín, solo se cuentan con 4 call center reconocidos: Allus, Teleperformance, Intercobros y Sinergia. Centralizando el servicio del telemarketing en

estas empresas y dirigidas para empresas grandes que tengan facilidad financiero para pagar los servicios

Con la información anterior se refleja una oportunidad potencial para el call center de la empresa LINEA S.A.S con las empresas medianas y pequeñas ya que los precios por adquirir los servicios son bajos y se ofrecen valores agregados convirtiendo la empresa no solo en un proveedor de servicio sino en un aliado para las estrategias de mercado y el área comercial.

Pronostico

Con la organización del área del call center se logrará tener mayor cantidad de clientes, la permanencia de los clientes actuales, el incremento del capital económico de la empresa, aumento de los asesores contratados e infraestructura de la empresa. La comunidad se verá beneficiada en generación de empleo.

Adicionalmente el sector de los call center en Medellín, no será tan monopolizado y las personas cambiarán la percepción de los servicios que ofrecen no solo presta servicios de cobranzas también actualización de datos, agendamientos de citas, manejo de agenda personal etc.

Control al pronóstico

La empresa LINEA S.A.S debe seguir con tecnología de punta, siendo pionero en todos los equipos de telecomunicaciones, CRM y demás software que se requieran según el cliente para ofrecer sus servicios de forma competitiva en el mercado, en el proyecto de estandarización del área, se debe buscar apoyo en entes como cámara y comercio, gobernación de Antioquia y demás entes que brinden capacitación y acompañamiento permanente al desarrollo de la empresa.

6.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo proponer un modelo de call center que permita conseguir clientes a las empresas contratantes de LINEA S.A.S y mejorar los servicios de ventas de cada uno de ellos, obteniendo una eficiencia y calidad en los negocios?

6.3 SISTEMAS DEL PROBLEMA

¿Qué infraestructura se necesita para implementar el call center?

¿Cuál es la adecuación de inmobiliario que se necesita implementar?

¿Qué software, teléfonos, cableado, servicios públicos se necesita para la instalación del call center?

¿Qué espacio se necesita por asesor?

¿Con que frecuencia es necesario realizar llamadas a los clientes para conocer el estado de los servicios prestados?

¿Cómo elaborar y entregar un formulario donde se realicen preguntas de satisfacción con los servicios prestados?

¿Cada cuánto se debe programar reuniones entre gerentes con el fin de evaluar los servicios prestados por la empresa?

¿Cada cuánto y de qué modo se deben presentar la siguiente información? Gestión realiza, aspectos por mejorar, incremento de ventas, satisfacción de los servicios ofrecidos a los clientes. La información se debe presentar cada mes para hacer seguimiento y correctivos

¿Cómo clasificar las bases de datos?

¿Qué información se debe implementar en el brochure comercial?

¿Cómo implementar estrategias de referidos?

¿Cómo implementar las facturas que se le hace llegar a los clientes en un medio de comunicación de los servicios que la empresa tiene?

¿Cómo implementar estrategias de envío de correos electrónicos masivos?

¿Qué empresas contratar y como pautar por medio de redes sociales?

¿Qué lugares, hora, cuantas personas y que volantes se deben implementar para fomentar los servicios del call center?

¿Cómo hacer análisis a la competencia sobre las estrategias de marketing y comerciales que utiliza la competencia?

7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

7.1 OBJETIVO GENERAL

Sugerir un modelo de estructuración del área del call center de la empresa, LÍNEA SOLUCIONES Y ALIANZAS TECNOLÓGICAS, con el fin de potencializar la segunda unidad de negocios creada.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Planear un programa de seguimiento que permita la identificar la satisfacción de los servicios adquiridos.

Explicar las estrategias que permitan lograr clientes nuevos, en el call center brindando así una gran opciones de incrementar ventas y posicionar su marca con las estrategias propuestas.

Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos.

Sugerir ampliación de la marca de LÍNEA S.A.S en la red social Facebook y Google para fortalecer la marca.

8. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

8.1 TEÓRICA

En la investigación se pretende estructurar al call center de la empresa línea Soluciones y alianzas tecnológicas ya que es una unidad de negocio que estaba en proceso pero no se había desarrollado y el cual tiene mucho potencial en el mercado actual de Medellín y de las telecomunicaciones.

Se implementó un nuevo cargo de directora comercial cuyo fin es desarrollar e implementar estrategias que permitan la permanencia de los clientes existentes, la consecución de clientes nuevos y el sostenimiento de los mismos.

Es por tal motivo que se analiza la estructuración del call center ya que se ha evaluado que la empresa puede obtener grandes beneficios creciendo de forma organizada, aumentando el número de los asesores de servicio al cliente a medida que se preste servicio a clientes nuevos, o que los clientes actuales soliciten nuevos servicios como: Actualización de datos, encuestas, actualización de datos, servicio de la secretaria virtual, recuperación de cartera entre otros.

8.2 SOCIAL

La industria emergente de los call centers es un sector dinámico de la economía mundial cuyos empleos se cuentan por millones, queremos mostrar 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.

Estas condiciones son: 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 (Quessep, 2014)

Con esta información se identifica que los call center son cada vez más implementados por las empresas potencializando sus recursos y minimizando los gastos.

8.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La presente investigación se implementa los métodos cualitativa y descriptiva los cuales permitirán estructurar el área del call center de la empresa LINEA S.A.S en la ciudad de Medellín, adicionalmente se desea conocer las necesidades del mercado, cuánto estarían dispuesto a pagar, cuál debe ser el nicho de mercado puntual que beneficiaría los servicios del call center y cuáles son los servicios que son necesarios potencializar dentro del área.

La entrevista con los expertos ayudara a ampliar el conocimiento sobre los call center: ¿Qué debe hacer?, ¿cómo lo deben hacer y ¿hacia dónde se debe seguir? Ayudará también para que los futuros estudiantes y empresarios tengan ayuda para aclarar conceptos

8.4 PRACTICA

En primer lugar es una propuesta de servicio que va dirigido a todos los sectores económicos que contribuye al aumento de los clientes y de las ventas, ampliando su portafolio de servicio, dando solución efectiva a los clientes,

En segundo lugar, los servicios tienen precios que se ajustan a las necesidades y estructuras de los clientes que contratan el servicio.

El manejar un área de call center incrementa la capacidad de análisis de diferentes situaciones ¿cómo es el manejo de bases de datos? El personal, los procesos, los productos, los servicios entre otros,

El área comercial que se está implementando dará solución a posicionamiento de la marca, aumento de ventas e incremento de rentabilidad.

9. ALCANCE DE INVESTIGACION

La propuesta de estructurar el área del call center en la empresa LINEA S.A.S es darse a conocer en el sector de micro-empresarios y profesionales con el fin de proponer servicios de tele-ventas, encuestas, secretaria virtual y recepción de llamadas sin necesidad de que tengan dentro de sus instalaciones estructura física y tecnológica para implementar los servicios.

Siendo así un plus determinante para aumentar las ventas en ambas empresas (contratista y cliente); La investigación a realizar es exploratoria la cual permitirá arrojar resultados con mayor certeza.

Aclarando paradigmas que empresarios y profesionales han tenido sobre los call center por un mal voz a voz.

Para concluir esta investigación se recomienda usar las estrategias implementadas en este trabajo, lo cual lograra satisfacer las necesidades de las empresas, la información recopilada de los clientes será más exacta lo que permitirá realizar estrategias más aterrizadas que incrementaran las ventas.

10. MARCO REFERENCIAL

10.1 MARCO TEÓRICO

Call center es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de personas específicamente entrenadas se encarga de brindar algún tipo de atención o servicio telefónico.

Los trabajadores de un call center pueden realizar llamadas (para tratar de vender un producto o un servicio, realizar una encuesta, etc.) o recibirlas (para responder a las inquietudes de los clientes, tomar pedidos, registrar reclamos).

En algunos casos, el call center se especializa en una de las dos tareas (realizar o recibir los llamados) mientras que, en otros, cumplen con ambas funciones.

Las ventas telefónicas pueden ser directas o indirectas, y estas últimas suelen hacerse con técnicas de persuasión estudiadas milimétricamente, que consisten en convocar al potencial cliente a una reunión cara a cara con un vendedor haciéndole creer que ha sido acreedor de un premio, el cual no existe. (Gardey, 2014)

El call center, por otra parte, puede destinarse a establecer comunicaciones con los clientes, los potenciales clientes, los proveedores, los socios comerciales u otros grupos. Su función está determinada por cada empresa: es frecuente que un mismo call center lleve a cabo diversas tareas.

Es importante destacar que el call center puede ser operado por la propia compañía o tercerizado en una empresa externa. Hay firmas que se dedican a establecer centros de llamadas (con la infraestructura necesaria y el personal entrenado) y comercializan dicha prestación.

Fundamentalmente, existen dos formas en las que puede organizarse un call center: dedicando uno o más espacios físicos (oficinas) a sus actividades, destinando un box a cada uno de sus empleados; contratando gente que pueda realizar su trabajo de forma remota. Esta última opción es cada vez más común, gracias a las comodidades que brinda Internet, ya que permite hacer un seguimiento constante a través de sistemas de mensajería instantánea y enviar documentos con información relevante a los empleados sin ninguna demora.

La principal ventaja que ofrece un call center a una empresa es que centraliza la atención, si no se cuenta con un call center, todas las llamadas llegarán a distintas oficinas y resultará más complicado decidir cómo se canalizan y se registran. El call center, en cambio, tiene como única función facilitar la comunicación. Los operarios están capacitados para resolver los asuntos por su propia cuenta y recién derivan la llamada a un ejecutivo en casos excepcionales.

El puesto de tele operador es muy particular dentro de los miles de ofertas de trabajo de la actualidad, dado que su nombre no basta para conocer con precisión las tareas que se deben llevar a cabo, el grado de formación con el que se debe contar para obtenerlo o los propósitos de la empresa contratante, así como el grado de legitimidad de la misma. Trabajar en un call center es

para muchos sinónimos de conseguir dinero fácil, y esto dice mucho del prestigio de dichos establecimientos.

Sin embargo, es importante hacer hincapié en la existencia de dos extremos bien definidos: los call centers con una infraestructura sólida, en los cuales se realizan actividades absolutamente legales y el personal recibe una capacitación intensa y constante; aquéllos que no superan en organización a un puesto callejero, y que buscan recaudar la mayor cantidad de dinero posible antes de que alguien descubra su naturaleza fraudulenta y los denuncie.

Este último tipo de call center es el que generalmente la gente percibe como fuente rápida de ingresos, y al que acuden personas muy jóvenes para tener su primera experiencia laboral, extranjeros que llegan a un país con escasos ahorros y necesitan dinero rápidamente para pagar el alquiler, personas mayores que no consiguen un mejor puesto de trabajo por culpa de la discriminación y gente que, por diversas razones, no se siente cómoda trabajando de cara al público y prefiere la seguridad que le brinda estar detrás de un teléfono”. (Gardey, 2014)

La anterior información es importante tenerla en cuenta ya que contextualiza la función de los call center, para que se usen, quienes lo pueden contratar y como se generan beneficios mutuos entre las empresas y la población que se emplea para ejecutar las actividades según las necesidades de la empresa que contrata los servicios.

Vemos como en la ciudad de Medellín se va implementando cada día los call center y cada vez toma mayor importancia en las empresas de la ciudad, ya que por medio de ellas podemos minimizar trabajo y optimizar el tiempo en las empresas.

Podemos ver en este artículo como se apoyan los jóvenes y como va creciendo este mercado ya que nos muestran y se permite flexibilidad de tiempo, esto hace que las personas se interesen en conocer este medio de empleo y hace que crezca y se permita ver reflejado en las empresas.

En Colombia, cerca de 120.000 empleos directos generan los denominados call center o centros de llamadas y, de ese total, los estudiantes universitarios representan el 60 por ciento. Estas cifras son las que maneja la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO (Business Process Outsourcing, por las siglas en inglés).

Tales números demuestran que gran cantidad de alumnos de pregrado ve este sector como una oportunidad para ingresar al mercado laboral y respaldar sus gastos personales o académicos. La flexibilidad de horarios es uno de los principales atractivos, porque les permite trabajar y estudiar al mismo tiempo. Sin embargo, hay otros beneficios.

La posibilidad de ascender rápidamente en empresas de este tipo es muy factible, ya que mejor será retribuido el trabajo entre más conocimientos en bilingüismo, servicio al cliente y aspectos técnicos se tengan", explica Laura María Idárraga, agente de People Contact.

Hoy en día, la diversidad de servicios que ofrece la mayoría de call centers permite conocer variedad de productos y ejercer múltiples funciones. En cada caso, el entrenamiento específico que brinda la compañía, sumado a las competencias o experiencia de la persona, son las herramientas ideales para desempeñar el cargo de manera adecuada. (Sanchez, 2016)

Vemos también como podemos aplicar todas las ventajas de este medio sobre los call center

Ventajas laborales

Posibilidad de laborar prácticamente en cualquier momento, debido a que las empresas trabajan 24 horas.

Vinculación de personas en preparación universitaria para brindar sus conocimientos y aprovechar los diferentes turnos laborales.

Generación de empleos directos con remuneraciones que respetan los mínimos legales y todas las prestaciones sociales.

Opción de devengar salarios básicos de hasta de 3 millones de pesos, según perfil y cargo del agente de servicio

Capacitación previa y permanente a los operadores sobre calidad, servicio al cliente e idiomas.

Alternativa ideal para que los estudiantes obtengan experiencia en conversación en otros idiomas, debido a que la mayoría de clientes proviene del extranjero.

Posibilidad de escalar a cargos superiores, porque los ascensos se realizan por

méritos y desempeño personal, además de demostración de habilidades específicas.

Convocatorias de trabajo permanentes tanto externas como internas, generalmente, en seis meses es posible aspirar a otro cargo. (Gardey, 2014)

Trabajar en un call center en Colombia para muchas personas ha sido muy gratificante porque se les da la oportunidad a muchas personas en iniciar en su primer empleo, independiente de sus gustos, orientación sexual, religión, entre otros. Esto ha fomentado en Colombia el empleo, haciendo que personas que nunca tuvieron un trabajo, por medio de éste, empiecen a adquirir experiencia.

Los procesos de selección para este tipo de empleos son estrictos, ya que es necesario tener algunas habilidades o destrezas, como, por ejemplo: dicción, mecanografía, destreza al hablar con la otra persona, relaciones interpersonales, paciencia y desarrollar un buen servicio al cliente.

10.2 MARCO CONCEPTUAL

La empresa Línea Soluciones y alianzas tecnológicas actualmente desarrollan una nueva unidad de negocio que es el call center en la ciudad de Medellín, el cual es necesario estructurar para lograr unos buenos resultados.

La propuesta es planear un programa de seguimiento que permita la identificar la satisfacción de los servicios adquiridos, por medio de visitas, encuestas de satisfacción y entrega de informes, adicionalmente explicar las estrategias que permitan lograr clientes

nuevos, en el call center brindando así grandes opciones de incrementar ventas y posicionar su marca con las estrategias propuestas.

Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos.

Sugerir ampliación de la marca de LÍNEA S.A.S en la red social Facebook y Google para fortalecer la marca.

Lo anterior dará oportunidad para que la empresa Línea Soluciones y alianzas tecnológicas se incluya en los call center reconocidos de la ciudad de Medellín, logrando adquirir nuevos clientes, posicionando su marca e incrementado las ventas.

Según Julián Pérez **un Call center** es un centro de llamadas que permite recibir y realizar llamadas con diferentes fines, realizar telemarketing, actualizar bases de datos, hacer encuestas de satisfacción, entre otros. Los servicios se ofrecen según la necesidad de las empresas contratantes ya que pueden solicitar uno o más servicios. Para la **Estructuración** implementa una organización u ordenación de las partes empresariales con esto se basa en una **unidad de negocio**, que según Prado S.f., es un grupo de servicios o productos que comparten un conjunto común de clientes, un conjunto común de competidores, una tecnología o enfoque común, así como factores claves comunes para el éxito.

Así un **cliente** hace que una empresa o un servicio tenga éxito y posicione una empresa. En esta investigación se debe tener en cuenta que muchas empresas prestan servicio de **Outsourcing** de call center para otras empresas y según 7Grauslo define como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el

proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción.

Cada empresa de este sector debe de tener un **Valor Agregado** que las haga diferenciadoras de las otras, para definir este término, los economistas lo definen como una actividad productiva de la empresa añade o le incorpora algo marcando así su mayor fortaleza.

Vemos que los call center se ha generado una **industria emergente** aquí en Colombia, donde ha relacionado toda clase de contratación, ya que le brinda o da la oportunidad a personas que van a empezar su carrera y quieren generar ingresos

10.3 MARCO LEGAL

<p>Decreto N° 147/012 entró en vigencia el 8 de octubre de 2012</p>	<p>Reglamenta las condiciones y medioambiente de trabajo en los centros telefónicos de consulta, es respaldada según la ley y el decreto” La Ley No. 5.032 de 21 de julio de 1914 y los Decretos, Decreto No. 406/988 de 3 de junio de 1988 y Decreto No. 291/007 de 13 de agosto de 2007. Que dichas normas establecen que a) deben tomarse las medidas de resguardo y seguridad para el personal a efectos de evitar los accidentes de trabajo; b) cuáles son las disposiciones mínimas obligatorias de prevención y protección contra los riesgos derivados o que puedan derivarse de la actividad productiva en los establecimientos públicos o privados de naturaleza industrial, comercial o de servicios y c) que en cada empresa se creará una instancia de cooperación entre empleadores y trabajadores a</p>
---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>efectos de promover y mantener la salud, seguridad y ambiente laboral”. (JOSÉ MUJICA, 2012)</p> <p>Procesamiento de datos, atención telefónica y telecentros (Call Centers). Prevé disposiciones mínimas obligatorias de prevención y protección contra los riesgos que puedan derivarse de las nuevas formas de trabajo relacionadas con esta actividad. Con este decreto se tiene en cuenta el procedimiento que debe hacer tener el los call center con el fin de proteger la integridad física y mental de cada uno de los empleados, con el fin de ayudar a tener un buen desarrollo en sus labores diarias</p>
Resolución 747/14	<p>“El pasado 29 de mayo se oficializó la resolución de la Secretaría de Trabajo de la Nación, mediante la cual se declara homologado el nuevo Convenio Colectivo de Trabajo (CCT) N° 688/14 para el sector de las empresas denominadas call center o contact center”. (Paz, 2014)</p>

10.4 MARCO ESPACIAL

El proyecto tendrá lugar en la ciudad de Medellín en el departamento de Antioquia, en la empresa Línea Soluciones y alianzas tecnológicas S.A.S, la cual pertenece al sector económico de telecomunicaciones ya que se acopla a la necesidad de la investigación.

10.5 MARCO TEMPORAL

La investigación se realizó desde el mes de julio hasta noviembre del año 2016 en la ciudad de Medellín Antioquia con el fin de proponer un modelo para estructurar el área de call center.

11. ASPECTO METODOLÓGICO

11.1 TIPO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es exploratorio y descriptivo ya que es un tema poco conocido en Medellín, adicionalmente tendremos opiniones de personas que son especializadas en el tema. Este tipo de investigación determina tendencias y es más eficiente con los resultados.

En la técnica exploratoria la realización principal fue visitar a los clientes y mirar detalladamente sus falencias, logrando así un amplio panorama de lo que las empresas o profesionales están necesitando con respecto a tecnología infraestructura procesos de servicio de tele mercadeo, encuestas, actualización de datos entre otros servicios que el call center puede entrar apoyar.

En la técnica descriptiva se basó en definir paso a paso las actividades realizadas por los clientes potenciales, concluyendo las necesidades respecto a los servicios que ofrecen.

11.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizaron 20 encuestas entre micro-empresarios y ejecutivos de Medellín del área metropolitana, para conocer qué información tiene sobre los call center. Estas encuestas se realizaron en las fechas del 21 de octubre hasta el 7 de noviembre del presente años.

Nos dirigiremos a las universidades y centros empresariales para realizar dichas encuestas, en los horarios de 8 a 10 Am donde las personas se encuentran dispuestas a responder las encuestas los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes o hasta que se

completan las 20 encuestas programadas. El método utilizado para esta actividad es el método exploratorio.

Método descriptivo: se visita a los clientes que las empresas tienen actualmente (5) clientes, se consulta y analiza sobre el servicio que se ha prestado, informes que se han presentado y expectativas cumplidas.

Adicionalmente la recopilación de información por medio de los empleados, permitirá identificar que hay por mejorar y según su perfil profesional se “aprovechará” lo mejor de cada uno para que sea aportado al crecimiento de la empresa y de los futuros clientes potenciales.

11.3 FUENTE Y TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACION

Para apoyar la investigación se necesita fuentes de información primaria y secundaria que tenga respaldo y confiabilidad

- Información primaria: Encuesta, visitas, empleados
- Información secundaria: la información suministrada se adquirió por medio de la Página web y redes sociales ya que este son los dos medios de comunicación externa que existen para el cliente.

11.4 TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN

En los datos se determinan por medio de tablas gráficas para que los empresarios y profesionales puedan ver la información clara, precisa y eficaz.

12. CRONOGRAMA DE TRABAJO

12.1 Diagrama de Gantt

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 selección 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																█	█					

13. RESULTADOS

13.1 TABLA DE SEGUIMIENTO

No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN-OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
1	<p>¿Qué infraestructura se necesita para implementar el call center? OE. Planear un programa de seguimiento que permita la identificación de la satisfacción de los servicios adquiridos</p>	Análisis de la primaria	<p>la información suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S, adicionalmente de visitas hechas a call center en funcionamiento</p>	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	<p>Realizar permanentemente análisis de los asesores respecto a su puesto de trabajo, ambiente espacial, adecuación de las oficinas, iluminación, accesos de salidas y entradas accesibles. El constante análisis permitirá mejorar cada vez la infraestructura del call center con el fin de tener unas instalaciones, adecuadas para el desarrollo de las actividades.</p>

2	<p>¿Cuál es la adecuación de inmobiliario que se necesita implementar? OE Planear un programa de seguimiento que permita la identificación de los servicios adquiridos</p>	<p>Análisis de la información primaria</p>	<p>la información suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S, adicionalmente de visitas hechas a call center en funcionamiento</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Se debe de evaluar permanentemente, módulos cómodos. Equipos tecnológicamente actualizados, sillas ergonómicas, descansado de pies y demás inmobiliarias que permita tener un buen desempeño en la jornada laboral de cada asesor de servicio.</p>
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3	<p>¿Qué software, teléfonos, cableado, servicios públicos se necesita para la instalación del call center?</p> <p>OE Planear un programa de seguimiento que permita la identificación de la satisfacción de los servicios adquiridos</p>	Análisis de la información secundaria	<p>Información recopilada a través del gerente de la empresa LINEA S.A.S que es ingeniero en telecomunicaciones y de las llamadas que se hizo a una preguntando por los servicios que ofrecían para empresas.</p>	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	<p>Se desea tener tecnología actualizada que permita brindar a los clientes agilidad, eficiencia, información real y actualizada de las actividades realizadas por el call center. Es necesario realizar cada (6)seis meses actualizaciones de los software implementados, realizar mantenimiento preventivo al sistema de cableado, actualizar los sophone que se implementan para hacer las llamadas, actualizar mínimo una vez al año los servicios de</p>
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					internet ampliando las megas, ampliando la utilización de los minutos a fijos y números celulares si es el caso.
4	¿Qué espacio se necesita por asesor? OE Planear un programa de seguimiento que permita la identificación de la satisfacción de los servicios adquiridos	Análisis de la información secundaria	Información recopilada a través del gerente de la empresa LINEA S.A.S que es ingeniero en telecomunicaciones y de las llamadas que se hizo a una preguntando por los servicios que ofrecían para empresas.	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	Se espera en un año contratar aproximadamente 50 asesores de servicio, para ello es necesario asignar un módulo de 1.35 cm que permita la concentración del asesor y a su vez un espacio cómodo para atender o hacer las llamadas a los

					clientes o futuros clientes.
5	<p>¿Con que frecuencia es necesario realizar llamadas a los clientes para conocer el estado de los servicios prestados?</p> <p>OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	Análisis de la información primaria	<p>Obtener la información a través de las encuestas realizadas a los clientes potenciales</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Se espera tener una excelente calidad en el servicio, donde los PQR (peticiones, quejas y reclamos) sean nulos y donde se apunte a que más del 95% de las labores realizadas por el call center sea de total satisfacción para los clientes, para esto es necesario hacer reuniones permanentes, monitorear que las sugerencias de los clientes sean realizadas y aumentar el nivel de ventas de los clientes que</p>

					contratan este servicio.
6	<p>¿Cómo elaborar y entregar un formulario donde se realicen preguntas de satisfacción con los servicios prestados?</p> <p>OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	Análisis de la información primaria	<p>la información suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S, adicionalmente de visitas hechas a call center en funcionamiento</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>se buscará implantar los medios tecnológicos para hacer encuestas como Drive y mailchimp.com con el fin de llegarle de forma oportuna y precisa a los clientes adicionalmente se buscare hacer preguntas que apunten siempre al mejoramiento continuo de los proceso y los</p>

				servicios	
7	<p>¿Cada cuánto se debe programar reuniones entre gerentes con el fin de evaluar los servicios prestados por la empresa?</p> <p>EO Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	<p>Análisis de la información secundaria</p>	<p>la información suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Se programará reuniones periódicamente según la necesidad de la operación contratada y de la empresa contratante con el fin de mejorar constantemente, todas estas reuniones se deben hacer desde el comienzo para evitar que se avancen en decisiones o procesos no correctos. E las reuniones se evaluará comparativos antes de adquirí el servicio con el</p>

					call center y un después, tanto en cifras como en satisfacción a los clientes de la empresa contratante.
8	<p>¿Cada cuánto y de qué modo se deben presentar la siguiente información?</p> <p>Gestión realizada, aspectos por mejorar, incremento de ventas, satisfacción de los servicios ofrecidos a los clientes. La información se debe presentar cada mes para hacer seguimiento y correctivos</p> <p>OE Proponer un programa de trabajo</p>	<p>Análisis de la información secundaria y primaria</p>	<p>la información suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S, adicionalmente de visitas hechas a call center en funcionamiento</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Implementar informes gerenciales pero de fácil entendimiento, presentando antecedentes y cifras actuales de los servicios contratados, según la empresa se debe hacer un check.list sobre cada uno de los servicios estados anteriores, actuales y proyecciones</p>

	a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos				
9	¿Cómo clasificar las bases de datos? OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos	Análisis de la información primaria	Esta información es recopilada por medio de la entrevista que se realizó	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	Con un constante seguimiento de los servicios será más accesible clasificar el nicho de mercado que cada empresa debe apuntar con el fin de construir las bases de datos, realizar protocolos de

					seguridad de la información, actualización permanente de los datos adquiridos entre otros. Para tener bases de datos actualizadas, que se puedan trabajar y que den los resultados es necesario clasificar por: sectores económicos, tener teléfonos de contacto, correos electrónicos que permitan de una u otra forma el contacto con los clientes
10	¿Qué información	Análisis de la	la información	Análisis de datos	Se desea impactar

	<p>se debe implementar en el brochure comercial? OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	<p>información primaria</p>	<p>suministrada se adquirió por el personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S, adicionalmente de visitas hechas a call center en funcionamiento</p>	<p>a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>de forma positiva a los clientes que miren el brochure, en este se desea colocar información general de la empresa, detalle de los servicios ofrecidos, sección de imágenes, testimonios de clientes que han utilizado los servicios, información de clientes actuales que avalen los servicios, contacto de las sedes de la empresa</p>
11	<p>¿Cómo implementar estrategias de</p>	<p>Análisis de la información</p>	<p>Esta información es recopilada por</p>	<p>Análisis de datos a partir de la</p>	<p>Se espera que los resultados de un</p>

<p>referidos? OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	<p>primaria</p>	<p>medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>buen servicio a los clientes sea de impacto positivo y con buenos resultados, que el voz a voz se expanda y lleguen nuevos clientes Se contara número de clientes actuales y luego cuantos clientes han ingresado nuevos debido a un referido. Se podrá incentivar a los clientes actuales por medio de descuentos o puntos por cada referido que lleven a la empresa</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

12	<p>¿Cómo implementar estrategias de envío de correos electrónicos masivos? OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales, fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>	Análisis de la información primaria	<p>Esta información es recopilada por medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Se buscar por medio de proveedores programas que permitan el envío de correos masivos para dar a conocer los servicios, informar promociones, descuentos, novedades, entre otros , se tomaran las bases de datos actuales, se selecciona por publico objetivo, que tengan la información como el correo electrónico actualizado, nombre del contacto del correo y se procede a enviar los correos, después se verificar en los programas</p>
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					implementados para envío de los correos cuantas veces lo abrieron , que personas y demás información que permita conocer si el envío el correo fue recibido y genero alguna acción en las personas como llamar a la empresa para profundizar los datos
13	¿Cómo implementar las facturas que se le hace llegar a los clientes en un medio de comunicación de los servicios que la empresa tiene? OE Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales,	Análisis de la información primaria	Esta información es recopilada por medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	Se desea optimizar los recursos de la empresa, unos de los documentos se deben hacer llegar mensualmente es la factura ya que es el medio de cobro de los servicios, en este documento se puede implementar

	<p>fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>				<p>como un medio de comunicación de observaciones, novedades, noticias y demás notas de internes para los clientes. Se realizara el envío de la factura y cuando se llame a verificar la recepción de esta y la programación del pago</p>
14	<p>¿Qué empresas contratar y como pautar por medio de redes sociales? OE Sugerir ampliación de la marca de LÍNEA S.A.S en la red social Facebook y Google para fortalecer la marca.</p>	<p>Análisis de la información primaria</p>	<p>Esta información es recopilada por medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>se proyecta fortalecer la marca de la empresa y que esta sea conocida por un grupo más amplio de micro empresarios y ejecutivo profesiones y que puedan adquirir los servicios del call center, las estrategias que se pueden tener en cuenta es el pago</p>

					de publicidad en redes sociales, pertenecer a grupos que tengan los mismos intereses, invitar a empresas para que conozcan de los servicios, publicar promociones, noticias importantes que atraigan a más personas y que se interesen por la información de la empresa
16	¿Qué lugares, hora, cuantas personas y que volantes se deben implementar para fomentar los servicios del call center? Proponer un programa de trabajo a cada cliente plasmando estrategias comerciales,	OE Análisis de la información primaria	Esta información es recopilada por medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S	Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S	se buscar por todos los medios posibles dar a conocer los servicios que presta el call center, se desea conseguir más clientes, para esto se deberá programar visitas a centros empresariales,

	<p>fidelización y sostenimiento de los nuevos clientes nuevos</p>				<p>aeropuertos, centros de reuniones.</p>
15	<p>¿Cómo hacer análisis a la competencia sobre las estrategias de marketing y comerciales que utiliza la competencia? OE</p> <p>Explicar las estrategias que permitan lograr clientes nuevos, en el call center brindando así una gran opciones de incrementar ventas y posicionar su marca con las estrategias propuestas.</p>	<p>Análisis de la información primaria</p>	<p>Esta información es recopilada por medio del personal de confianza y responsable de la creación de procesos internos de la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Análisis de datos a partir de la construcción de las relaciones que se identifiquen entre los clientes y la empresa LINEA S.A.S</p>	<p>Periódicamente visitar las páginas web y redes sociales de la competencia para saber que hacen como lo hacen y estar enterados, adicionalmente, presentarse como un cliente incognito y preguntar por precios, detalles de los servicios con el fin de estar actualizados sobre lo que está pasando, también es importante leer revistas, periódicos para enterarse de diferente información que permita ser más</p>

competitivos

13.2 FORMATO: Encuestas

RESUMEN GENERAL

<p>Encomendada y financiada por: Línea soluciones y alianzas tecnológicas S.A.S y recursos propios de los estudiantes de la tecnología en mercadeo de la Universidad ESUMER en la ciudad de Medellín, Yised Carolina Gómez y Gloria Elcy Vélez Osorio</p>	<p>Tipo de muestra: Muestreo estratificado, sectorizado por el área metropolitana de la ciudad de Medellín y municipios aledaños</p>
<p>Grupo objetivo: Hombre y mujer mayores de 18 años, micro. Empresarios y ejecutivos profesionales, residentes en la ciudad de Medellín y municipios aledaños.</p>	<p>Preguntas concretas que se formularon: Ver cuestionario anexo</p>
<p>Tamaño de la muestra: 20 encuestas reales, ponderadas por micro- empresarios y profesionales ejecutivos de la ciudad de Medellín.</p>	<p>Tema o temas que se formularon: Conocer la opinión del micro-empresario sobre los servicios de los call center y los procesos que estos manejan.</p>
<p>Técnica de recolección de datos:</p>	<p>Fecha de realización:</p>

Entrevista personal, de los estratos 3, 4,5 y 6 Medellín (Ant.)	21 de octubre hasta el 7 de noviembre del presente años
Entidad por la que se indago: Call center que conoce de la ciudad de Medellín,	Área cubrimiento: Robledo, Laureles, Envigado, Poblado, Itagüí, Caldas (variantes), Sabaneta

Tamaño del universo: 20

Probabilidad de ocurrencia: 0.5

Nivel de confianza: 100%

Margen de error estimado: 1%

Figura 2: Fórmula Encuestas

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

Tomada por: Jefferson Carmona

Se realizó una encuesta donde se tomaron preguntas para saber qué tan informados estaban los clientes de Línea Soluciones S.A.S. y ejecutivos profesionales, donde arrojó una tabulación y un resultado a las preguntas. Nos desplazamos a centros empresariales como: Olaya Herrera, centro empresarial la estrella, en los horarios de 8 am a 1 pm, los días lunes, miércoles y viernes. Se demoró una semana en realizar la encuesta y la tabulación, donde

éste mostró el enfoque, la estructuración y el planteamiento hacia el trabajo, dando así fuerza y madurez en el objetivo general y fortaleciendo los objetivos específicos.

13.3 FORMATO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA CALL CENTER

1. ¿Conoce los call center?

Si

No

2. ¿Qué servicios cree que encontraría en un call center?

- a) Brindan servicio al cliente en llamadas entrantes y salientes
- b) Realizar ventas de productos y servicios
- c) Llaman hacer gestión de cartera

d) Todos los anteriores

¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

a) Cobranzas

b) Actualización de bases de datos

c) Encuestas

d) Tele mercadeo para ofrecer productos o servicios

13.4 FECHA, HORA, OBJETIVO DE LA ENCUESTA

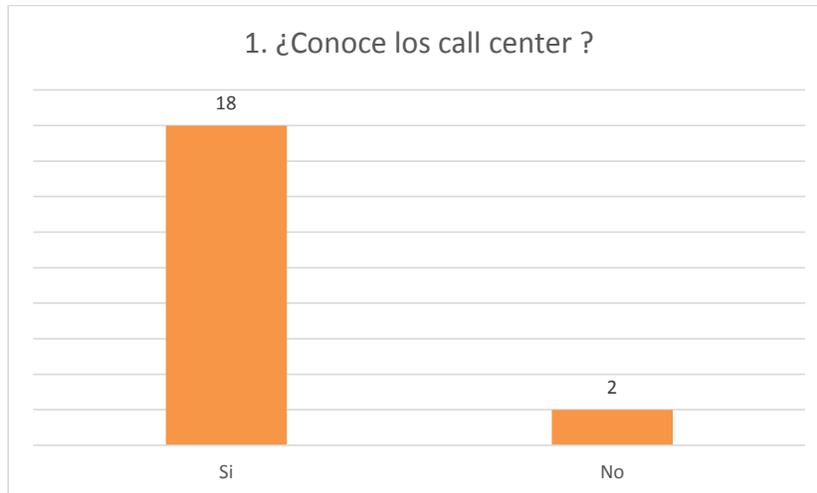
Fecha: 1 noviembre a 6 de noviembre

Hora: 8 am a 12 am

Objetivo: Conocer el punto de vista de los micro- empresarios y ejecutivos sobre los call center, si lo conoce, han adquirido los servicios y si estarían dispuestos a contratarlos.13.5

TABULACION DE LA ENCUESTA

Figura 3: ¿Conoce los Call Center?

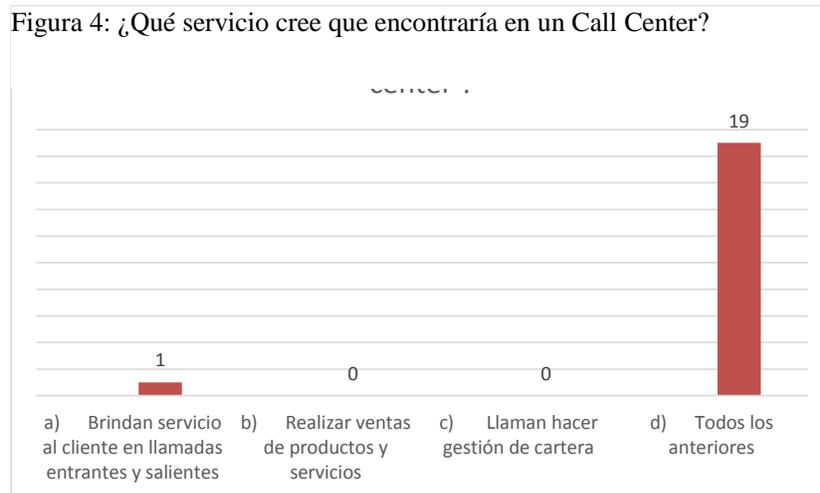


Fuente de elaboracion propia (2016)

En la gráfica se puede validar que 18 personas de 20 encuestadas si conocen los servicios de un call center por los diferentes medios de comunicación, televisión, revistas, noticias, voz a voz saben sobre su funcionamiento por que asumen que cuando llaman a una empresa de servicios, como entidades financieras, aseguradoras, farmacias, supermercado, le contestan personas que son amables y que pueden tener un poco de conocimiento de los clientes, es por tal motivo que dicen conocer los servicios de call center.

Adicionalmente las personas solo tienen información básica sobre los call center, no saben de donde provienen, como se manejan y demás funcionalidades y ahorros que pueden implementar para las empresas. Por tal motivo es importante resaltar las dos personas que manifestaron NO conocer los servicios, pues consideran que son para otros negocios y que nunca podrían aspirar a tercerizar su servicio al cliente, o gestión de cobranza o actualizaciones de datos entre otros por factores económicos.

Figura 4: ¿Qué servicio cree que encontraría en un Call Center?

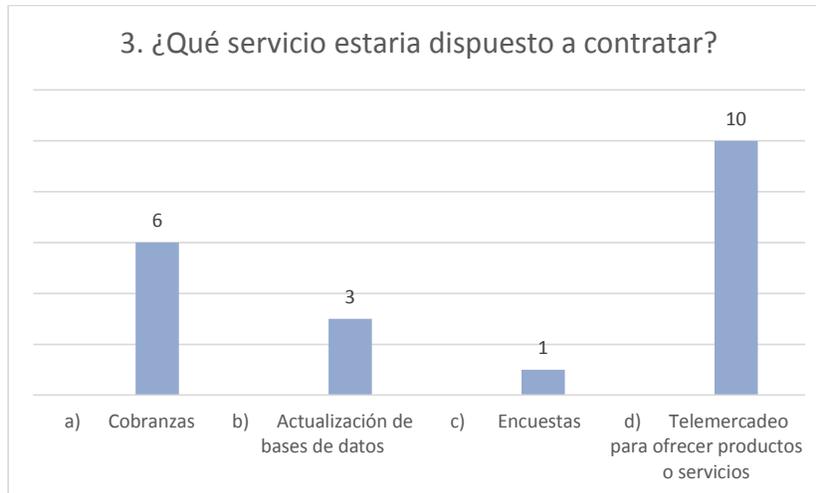


Fuente de elaboracion propia (2016)

Analizando la segunda grafica nos muestra la tabulación el porcentaje del 90 % de los encuestados señalan que todas las anteriores es decir en una empresa de call center los servicios que encontrarían son de llamadas entrantes y salientes, venden productos y servicios, llaman a las personas según la entidad financiera a recuperar cartera con moras en pagos.

Es importante recalcar que el 10 % restante le da prioridad a brindar servicio al cliente en llamadas entrantes y salientes, esta información nos ayuda a deducir que las empresas están apuntado a ser mejores en el servicio que ofrece a los clientes y que no solo basta tener un buen producto también es importante preocuparse por la atención de toda la cadena de valor **CLIENTES Y PROVEEDORES**

Figura 5: ¿Qué servicio estaría dispuesto a contratar?

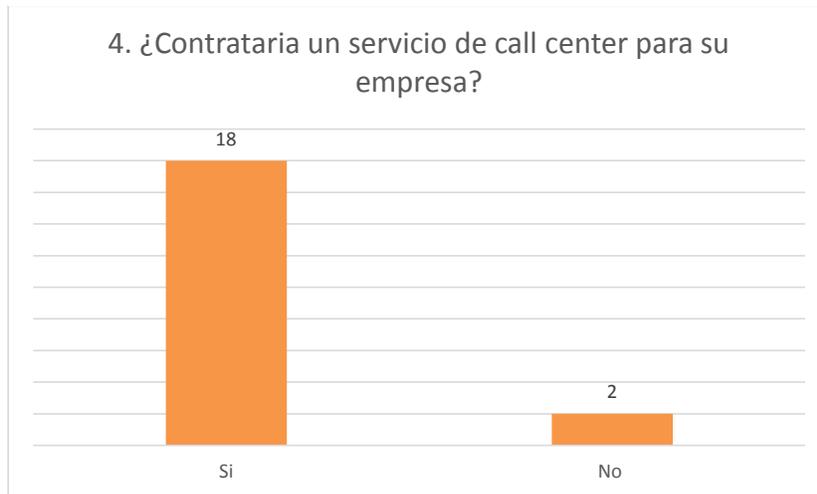


Fuente de elaboración propia (2016)

Es difícil para los empresarios decidan qué servicios quieren potencializar cuando se puede hablar con certeza que existen vacíos pendientes por llenar ejemplo en el tema de cartera para llamar a cobrar las facturas pendientes por pago, actualización de información para presentar medios magnéticos al finalizar el año en el área de contabilidad, conocer e identificar el servicio al clientes y que es necesario llamar a nuevos prospectos para potencializar las ventas.

En el punto número 3 se evidencia que la mayor preocupación es el incremento de ventas, como segundo esta cobrar las ventas que se realizaron y mantener actualizada la información de los clientes y que por ultimo le importa el servicio posventa o mantenimiento de los clientes.

Figura 6: ¿Contrataría un servicio de Call Center para su empresa?



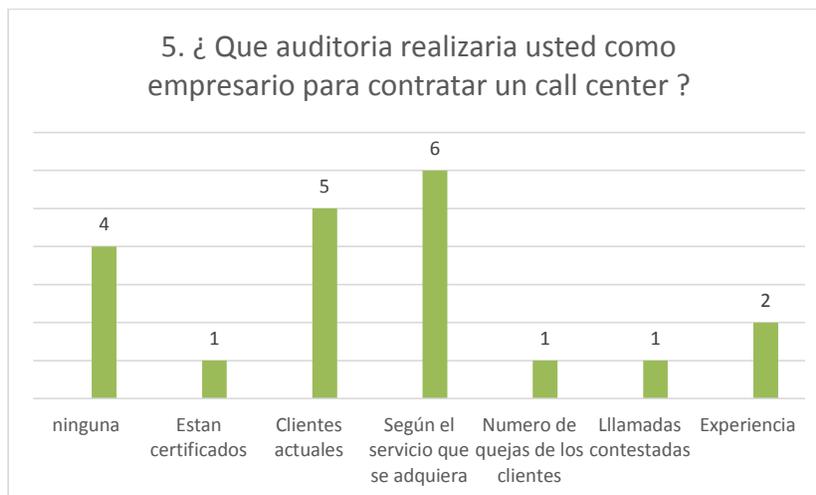
Fuente de elaboracion propia (2016)

La modernización, actualización en tecnología y la competitividad en el mercado hace que todas las empresas se exijan en el mejoramiento de los procesos internos que son el reflejo de lo que se le brinda al cliente y este lo percibe.

Analizando la tabulación un 98 % de las personas encuestados estarían contratando a las compañías de un call center, sus operadores están continuamente formados para perfeccionar sus conocimientos técnicos y de atención al cliente, además de formarse en las instrucciones de cada una de las empresas a las que dan servicio, por esto tendrán la tranquilidad de saber que todas las llamadas siempre serán atendidas, por lo que mejoraría el nivel de estos, observando que un 2% de estos empresarios y profesionales ejecutivos no

contratarían un call center para sus empresas y muchos de estos es porque no tiene el conocimiento previo he indicado todos los servicios tan amplios que este les puede dar

Figura 7: ¿Qué auditoría realizaría usted como empresario para contratar un Call Center?



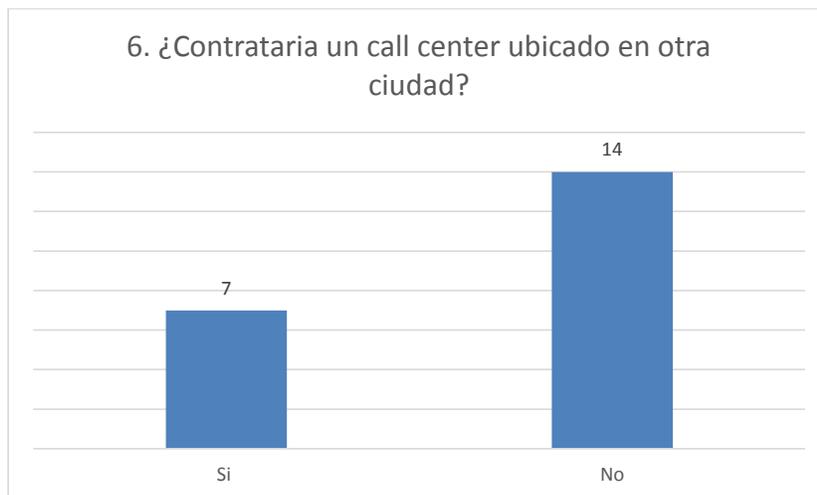
Fuente de elaboracion propia (2016)

Al no tener claro que es un call center, que servicios implementaría para mejorar los procesos de la empresa, también es claro que la mayoría de personas no sabrían que auditorias realizar, por tal motivo cuando las empresas tercerizan estos servicios tan importantes sin tener en cuenta las mediciones que se deben exigir, “pierden la plata” y cuando solicitan informes lo hacen muy superficialmente sin análisis de las cifras.

La grafica número 5 nos muestra que según el servicio realizarían auditoria, en segundo lugar, verificarían información de clientes actuales, tercer lugar no realizarían

ninguna y las menos relevantes están los PQR (peticiones, quejas, reclamos y felicitaciones), llamadas contestadas, lo que puede resultar que no se aprovechen al máximo los servicios, ni la información de estas empresa que cada día adquieren más poder en el mercado.

Figura 8: ¿Contrataría un Call Center ubicado en otra ciudad?



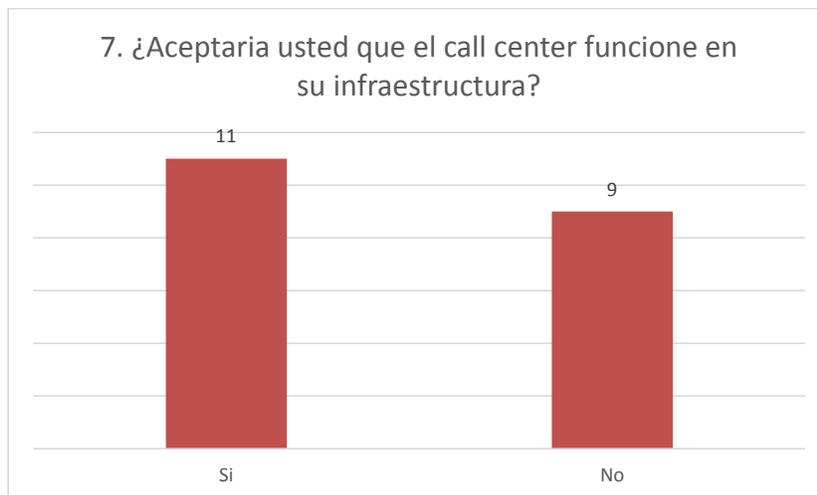
Fuente de elaboracion propia (2016)

En esta grafica el 70% por ciento de las personas manifiestas que no contrataría a un call center que este por fuera de la ciudad, los empresarios y ejecutivos profesionales confían más en los call center ubicados en la ciudad de origen de las empresas ya que les

permite tener más control y cercanía con los procesos y servicios que les están ofreciendo a sus clientes.

Por otro lado, se nota que el otro 30 % de las personas encuestadas si contrarían el servicio del call center en otra ciudad y que no tendrían inconveniente en realizar chequeo o seguimiento de los servicios por los diferentes medios de comunicación o visitas esporádicas a los call center contratados

Figura 9: ¿Aceptaría usted que el Call Center funcione en su infraestructura?



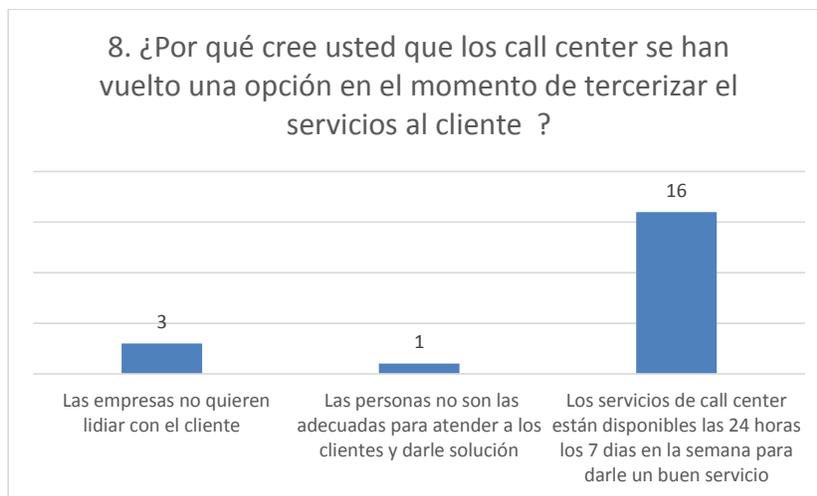
Fuente de elaboracion propia (2016)

Los call center implementan tecnología de punta en su infraestructura lo que ocasiona que constantemente estén realizando actualizaciones en sus redes y software, la

inversión que se realizar es importante según el cliente que se atiende y el número de personas que se contrata.

Se observa en esta tabulación poca diferencia en la opinión que tiene los empresarios para disponer de un espacio en las instalaciones propias de la empresa para implementar el call center. El Si tiene un 60 % y el NO de un 50% por medio de una infraestructura económica se puede contar una solución que ayude a los empresarios y a los profesionales ejecutivos para el manejo de contacto con los clientes.

Figura 10: ¿Por qué cree usted que los Call Center se han vuelto una opción en el momento de tercerizar el servicio al cliente?

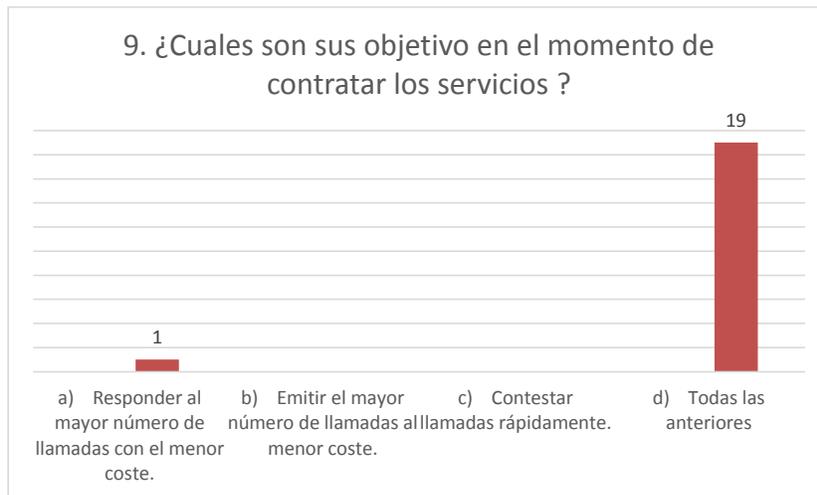


Fuente de elaboracion propia (2016)

Los servicios de atención al cliente son costos, la capacitación constante de las personas, el pago de servicios públicos, pago de seguridad social y un buen salario que incentive las personas a tener una buena actitud frente a los clientes y proveedores que

constantemente se quejan por un sin número de motivos, hacen que las empresas quieren ceder ese manejo a un outsourcing en este caso a un call center, ya que estos se especializan en la atención de los clientes desde diferentes aspectos, tiempos de respuestas, direccionamiento de las necesidades, atención permanente a las necesidades (7x24).

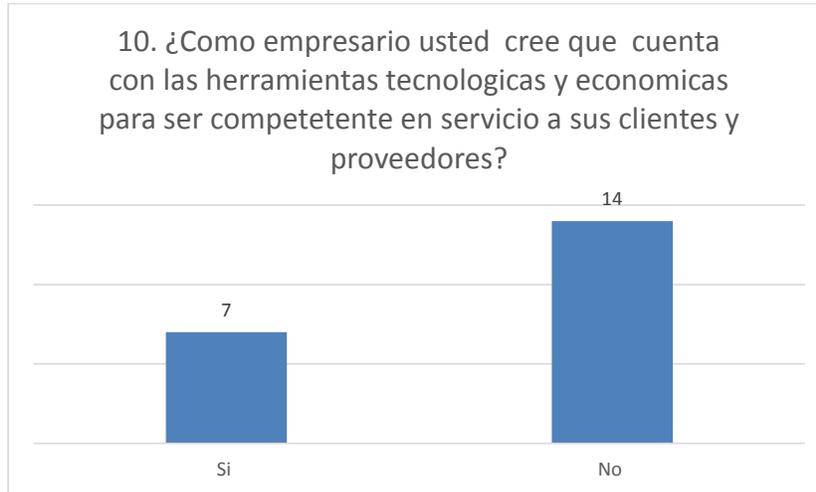
Figura 11: ¿Cuáles son sus objetivos en el momento de contratar los servicios?



Fuente de elaboracion propia (2016)

Se pueden alcanzar buenos resultados se ve que con las recomendaciones muestran que un 99% de las empresas encuestadas se inclinan por todas las anteriores ya que se ve y extiende que cada una de los servicios que se presta en los call center es de importancia para el fortalecimiento de cada una de sus áreas que cada compañía, es cierto que hay un 1% de las empresas ve con mejor objetivo el responder el mayor número de llamadas con el menor coste con esto podemos fortalecer estas necesidades haciéndoselas notar a estos empresarios y profesionales ejecutivos y así ellos puedan mejorar sus servicios.

Figura 12: ¿Cómo empresario usted cree que cuenta con las herramientas tecnológicas y económicas para ser competente en servicio a sus clientes y proveedores?

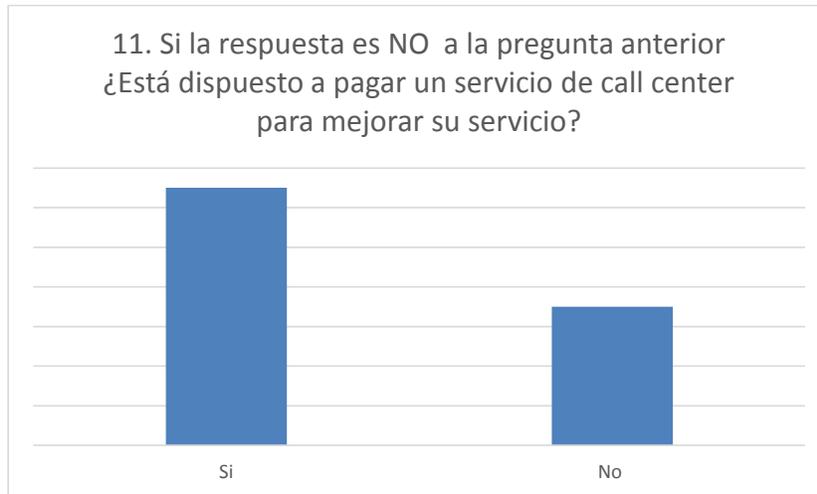


Fuente de elaboracion propia (2016)

Es evidente que los empresarios no cuentan con herramientas tecnológicas ni económicas para inyectar constantemente al mejoramiento de la atención de los clientes y proveedores, este es uno de los motivos por el cual las empresas pequeñas y medianas salen tan rápido del mercado, ya que esperan tener resultados significativos con pocos esfuerzos y poca inversión.

En la gráfica número 10 observamos que 14 empresarios de 20 encuestados manifestaron NO contar ni con capital económico ni tecnología para atender los clientes y que solo 7 empresarios tiene en su empresa implementado las herramientas necesarias para atender sus clientes y proveedores.

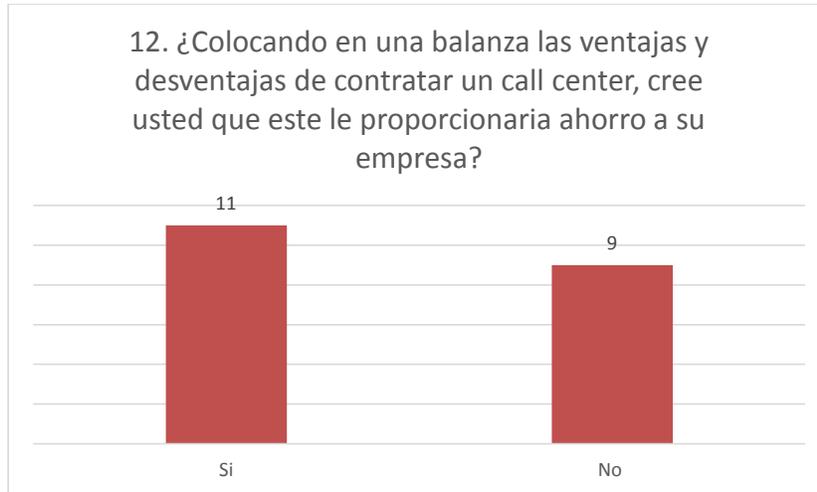
Figura 13: Si la respuesta es NO a la pregunta anterior ¿Está dispuesto a pagar un servicio de call center para mejorar su servicio?



Fuente de elaboracion propia (2016)

La mayoría de los empresarios manifiestan tener la voluntad de pagar un servicio de call center para mejorar los servicios, inicialmente tendrían que recurrir a prestaos o disminuir recursos de otras áreas ya que son conscientes que no tiene presupuestado estas mejoras en sus planes financieros y que los resultados serían a mediano plazo.

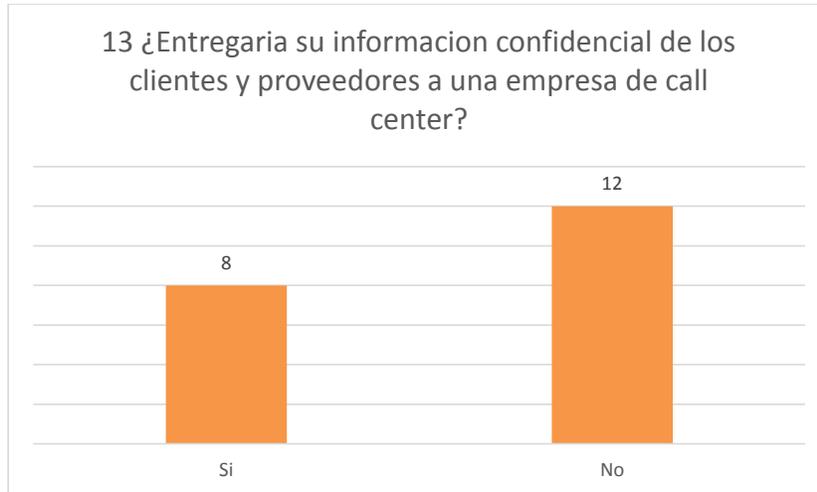
Figura 14: ¿Colocando en una balanza las ventajas y desventajas de contratar un Call Center, cree usted que este le proporcionaría ahorro a su empresa?



Fuente de elaboracion propia (2016)

Actualmente la pronta respuesta de los servicios, el acelere de las personas y la necesidad de tenerlo todo ya, presiona al empresario a tomar decisiones que impacten de forma positiva sus empresas, es por esta razón el tercerizar estos servicios es la mejor opción que cualquier empresario con escasos de capital podría hacer, es importante dejar las normas y reglas claras desde el principio para que se vean resultados y un corto plazo.

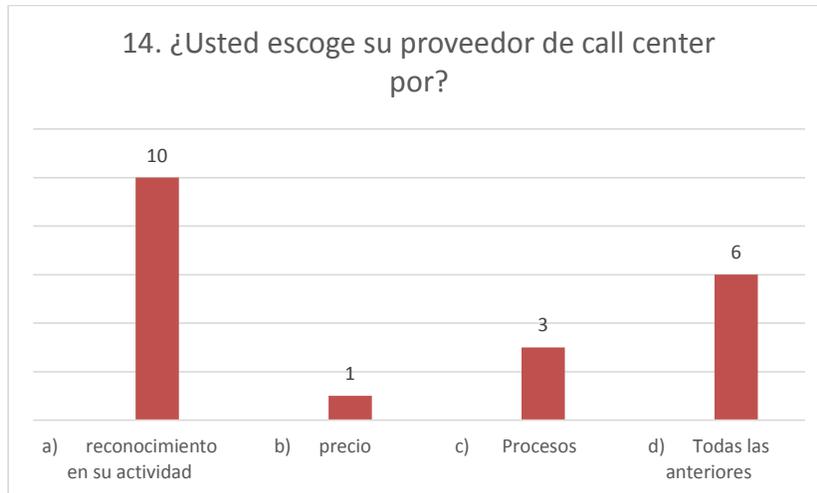
Figura 15: ¿Entregaría su información confidencial de los clientes y proveedores a una empresa de Call Center?



Fuente de elaboración propia (2016)

En esta encuesta se ve fuerte mente como las empresas colombianas aun guardan y cuidan con cautela su información, esto lo muestra con la encuesta que se ha logrado hacer con los empresarios de línea S.A.S y se amplía el panorama de cómo hay aun recelo por la información además como pocos empresarios si dan su información confidencial a estas empresas, aun hay que romper paradigmas y perfeccionar los contratos y la tecnología de estos para dar un mayor rendimiento de seguridad y hacer que las empresas que aún no lo conocen vean su efectividad.

Figura 16: ¿Usted escoge su proveedor de Call Center por?

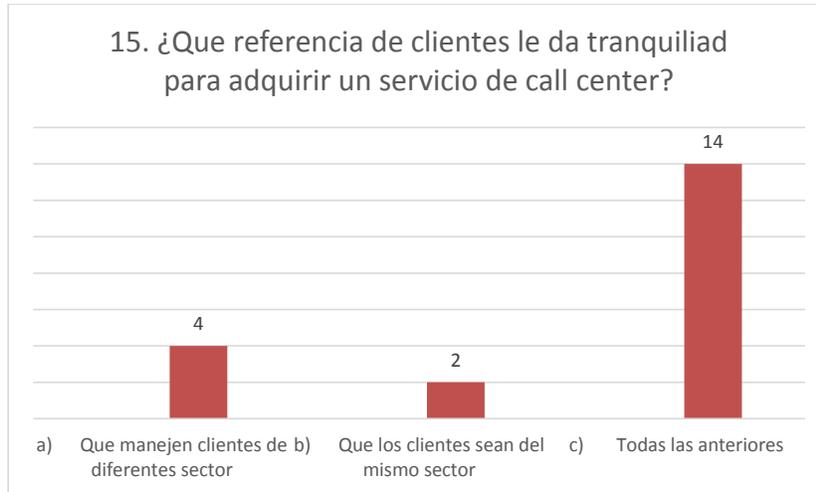


Fuente de elaboracion propia (2016)

En la actualidad es necesario darles tranquilidad a los futuros clientes informando sobre las empresas con las que se trabaja para que de esta forma haya respaldo, tranquilidad y los micro- empresarios puedan adquirir los servicios con toda la tranquilidad posible.

Por tal motivo en la gráfica número 14 observamos que el precio y los procesos no le quita el sueño a los empresarios, pero si toman como referente que si trabajan con una empresa que es reconocida en el mercado positivamente y que sus ingresos son significativos, consideran que el call con el que van a trabajar dará iguales resultados para sus empresas.

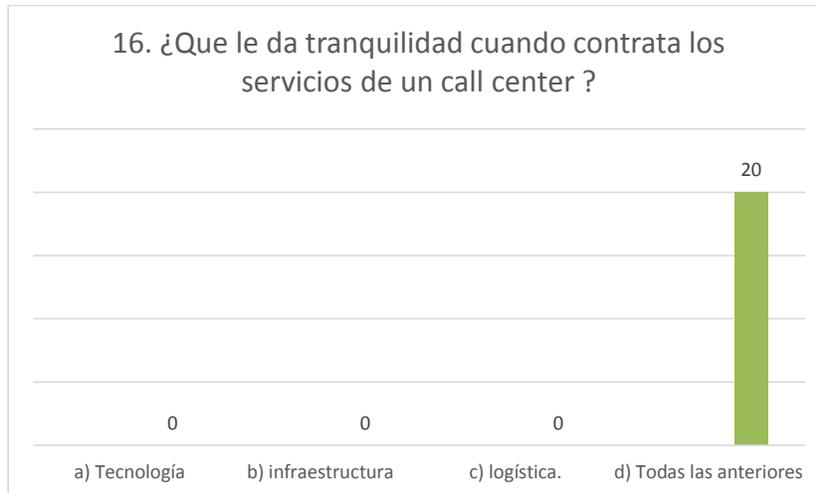
Figura 17: ¿Qué referencia de clientes le da tranquilidad para adquirir un servicio de Call Center?



Fuente de elaboracion propia (2016)

Esta tabulación da un panorama amplio sobre que le da tranquilidad a una empresa o profesional ejecutivo al adquirir un servicio de call center y es que muchos se van por que los call center tienen variedad de sectores este sería un 15% de seguridad sobre estos, con miras a que un 10% se lo acreditan a que los clientes sean del mismo sector y un 75% incluyen todas las anteriores esto hace notar es ambas son importantes y que llega a un conjunto de satisfacción y de tranquilidad hacia los clientes de Línea S.A.S

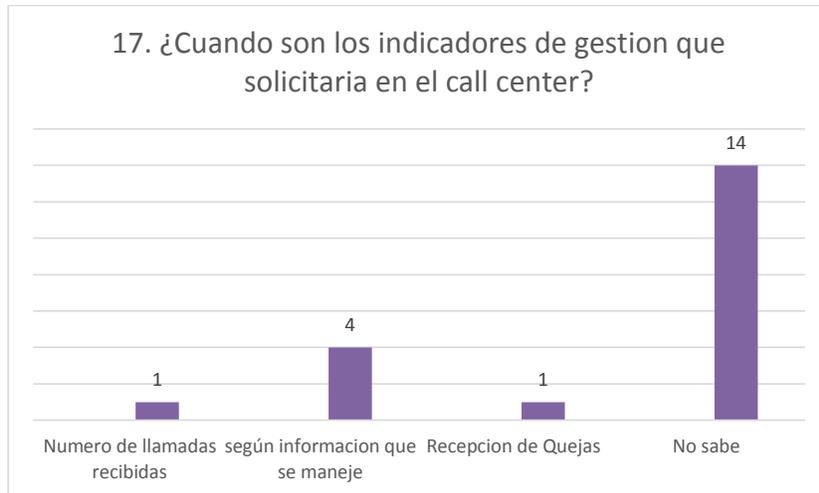
Figura 18: ¿Qué le da tranquilidad cuando contrata los servicios de un Call Center?



Fuente de elaboracion propia (2016)

Se nota como en cada una de las tabulaciones realizadas hay variaciones y en esta tabulación se llega a un 100% de efectividad haciendo de que cada servicio con lleve a una satisfacción de cada empresa y profesional ejecutivo, ya que un call center es un grupo de herramientas tecnológicas y de personas que se allá concentradas para responder o hacer llamadas telefónicas, de acuerdo con las necesidades, haciendo que cada servicio prestado sea eficiente y eficaz para estas.

Figura 19: ¿Cuándo son los indicadores de gestión que solicitaría en el Call Center?

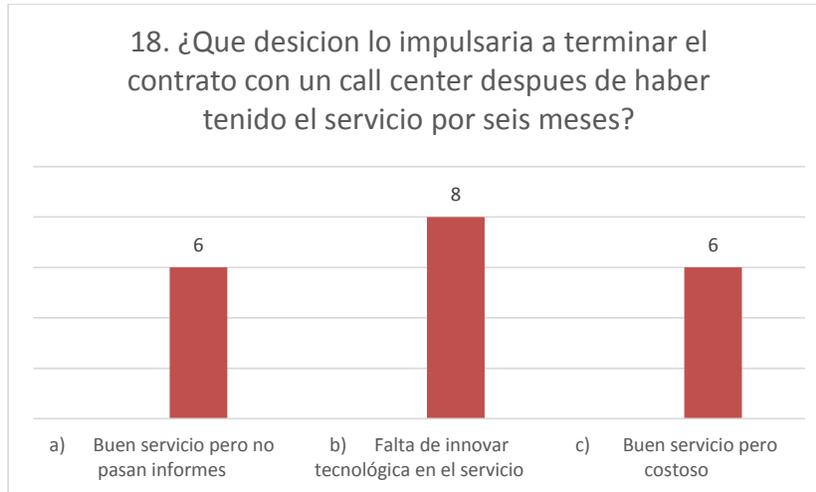


Fuente de elaboracion propia (2016)

El servicio de los call center actualmente son implementados por empresa mediana y grande de los sectores de servicios en su mayoría, por tal motivo son empresa que tiene procesos y panoramas claro y que saben que dirección debe tomar la empresa.

Por lo contrario las empresa pequeñas viven y producen al día a día por tal motivo son más cautelosas en tomar decisiones con la poca plata que tiene y cuando de hablar de informes se refieren son precisos con la información pues hace falta estructurar y visionar hasta donde la empresa desea llegar, en la gráfica observamos que no 14 personas de las 20 encuestadas no saben que informes solicitar dejando a la deriva la gestión de las actividades de algún call center en el momento de contratarlo.

Figura 1020: ¿Qué decisión lo impulsaría a terminar el contrato con un call center después de haber tenido el servicio por seis meses?

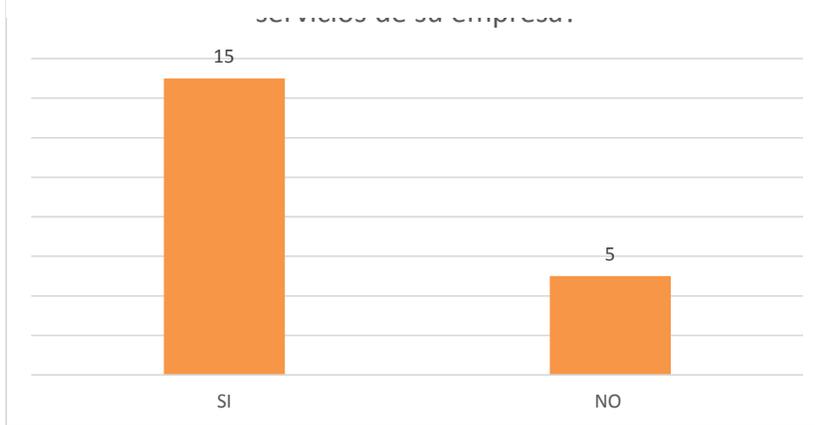


Fuente de elaboracion propia (2016)

Cuando se hace la contratación de un servicio de call center los empresarios tiene muchas expectativas y consideran que recibirán ideas directas que ayudar a incrementar ventas, organizar procesos e incrementar las ganancias de la misma.

A continuación, la gráfica nos muestra que es importante que los call center cumplan su palabra en lo que se refiere a la tecnología, ya que cada empresa que contrata estos servicios espera ofrecer a sus clientes y proveedores lo mejor en servicio, refiriéndonos a tiempos oportunos, amabilidad, gestión oportuna de las solicitudes entre otros

Figura 1124: ¿Cree usted que un Call Center mejoraría los servicios de su empresa?



Fuente de elaboracion propia (2016)

En la gráfica número 19 se puede observar que 15 personas consideran que los servicios de la empresa mejorarían con la contratación de un servicio de call center el cual indica el proceso de la tabulación si satisface las expectativas de mejora para las empresas logrando con esta llegar a un buen voz a voz esto genera una ola de logros alcanzados por los servicios obtenidos por los call center haciendo con estos efectivos los servicios, sin dejar atrás a las 5 personas encuestadas que creen que no mejorarían los servicios en sus empresas, esto para el call center Línea S.A.S le indica que hay que perfeccionar y llegar con mayor fuerzas a estas personas para que cambien la percepción de esta, logrando obtener la eficiencia para estos.

Figura 1222: ¿Referenciaría los servicios de un Call Center?



Fuente de elaboracion propia (2016)

Las referencias se basan en experiencias gratas que se tiene con un servicio o producto, por esto es importante crear una voz a voz positiva, donde los clientes y proveedores hablen amablemente de la marca para atraer futuros clientes. 11 Personas encuestadas respondieron positivamente a referir a un call center con otra empresa, lo cual es necesario trabajar con disciplina y amor por la labor encomendada para que se refleje en la captación de nuevos clientes, 9 personas manifiestan NO referir un call center, pero esta cifra es posible que en el desarrollo del servicio adquirido cambien puede ser positivamente o negativamente según la empresa que contrate.

14. ANALISIS DE RESULTADOS

¿Cuál es la adecuación de inmobiliario que se necesita implementar?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Las personas encuestadas conocen sobre los call center y los servicios que contratarían es el tele mercadeo, según la gráfica #3 de la encuesta realizada, ya que encuentran una herramienta por explorar y ven un apoyo para el incremento de las ventas.

¿Qué espacio se necesita por asesor?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

En el análisis de la gráfica # 7 se evidencia que 11 personas de las 20 encuestas realizadas aceptarían que el funcionamiento de un call center se pueda hacer en su

empresa. Ya que de esta forma ellos como empresas se sentirían más seguros, en el monitoreo y tendrían más a la mano de las quejas y reclamos.

¿Con que frecuencia es necesario realizar llamadas a los clientes para conocer el estado de los servicios prestados?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Dado a la recopilación de las encuestas le da tranquilidad a los empresarios en contratar un servicio es que sirve mucho de referencia la experiencia que actualmente tengan y los clientes que manejan, adicionalmente de la tecnología que implementen, infraestructura que poseen y su logística interna

No contratarían un call center que se encuentra en otra ciudad incluso la mayoría de los empresarios entrevistados ofrecerían o dispondrían un lugar en su empresa para que se monte la estructura del call center y funcione allí si fuera el caso.

¿Qué lugar, hora, cuantas personas y que volantes se deben implementar para fomentar los servicios del call center?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Los call center se han vuelto fuertes en la tercerización de los servicios debido a su horario laboral, es decir disponibilidad 7x24 para atender todas las solicitudes de los clientes marcando un factor diferenciador de una empresa con las otras

¿Qué infraestructura se necesita para implementar el call center?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Los empresarios buscan responder el mayor número de llamadas posibles realizadas por los clientes, hacer el mayor número de llamadas posibles (cobranzas, actualización de

datos, encuestas, entre otros) ya que son conscientes que no cuentan con tecnología necesaria para montar un call center propio y que es muy costoso y que sería un ahorro para la empresa contratar un call center.

Aunque muchos NO estarían dispuestos a entregar la información de los clientes y proveedores que es tan importante para sus empresas pues no les da tranquilidad saber que están en manos de otras personas (aunque se firme documentos de confidencialidad)

¿Qué software, teléfonos, cableado, servicios públicos se necesita para la instalación del call center?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Se necesitan el software de última tecnología (Como elaxteris, sophone, PBX virtuales) al igual que los teléfonos y el cableado y contar con la empresa de mejor posicionamiento en servicios público como lo es UNE con su internet de fibra óptica y servicios de tecnología IP.

¿Cómo elaborar y entregar un formulario donde se realicen preguntas de satisfacción con los servicios prestados?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Según las herramientas encontradas en el medio se analizó gmail el cual presenta una opción para realizar encuesta con las diferentes elecciones preguntas abiertas, cerradas, selección múltiple y falsa verdadera, es un servicio gratuito que es solo necesario tener el correo electrónico de la persona para hacer llegar la información de la encuesta y a su vez el mismo programa hace la tabulación de las encuestas te arroja prácticamente el análisis de las mismas.

Figura 23: Encuesta Calidad Servicio al Cliente

The image shows a screenshot of a survey form. At the top, there is a navigation bar with 'PREGUNTAS' and 'RESPUESTAS 1'. Below this, a red banner indicates 'Sección 1 de 2'. The main title of the survey is 'Encuesta calidad de servicios de call center en la empresa LINEA S.A.S'. Underneath the title, there is a description: 'Descripción del formulario' and a note: 'Este formulario recopila automáticamente las direcciones de correo electrónico de los usuarios de Transportes Avance S.A.S. [Cambiar configuración](#)'. The question being displayed is 'Considera que sus clientes han visto la diferencia de sus servicios con la contratación del call center'. To the right of the question, there is a dropdown menu set to 'Selección múltiple'.

¿Cada cuánto se debe programar reuniones entre gerentes con el fin de evaluar los servicios prestados por la empresa?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Cada 15 días se hace las reuniones para llevar un seguimiento adecuado para evaluar los servicios prestados, medir indicadores de satisfacción, medir las peticiones quejas y reclamos.

¿Cada cuánto y de qué modo se deben presentar la siguiente información?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Gestión realizada, aspectos por mejorar, incremento de ventas, satisfacción de los servicios ofrecidos a los clientes. La información se debe presentar cada mes para hacer seguimiento y correctivos. Cada mes se debe presentar un informe con el fin de evaluar, hacer seguimientos y correctivos a los procesos pactados por entre las empresas (call center y cliente).

Con esto la empresa se cura en salud con sus clientes, teniendo con ellos un compromiso de eficacia hacia el servicio que se les otorga, con esto los clientes sentirán más seguridad y confianza al estar con este servicio.

¿Cómo clasificar las bases de datos?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Los clientes se clasificarían por: análisis potencial del cliente, hábito de pago, por número de servicios adquiridos por el call center. Esto permitiría una mejor clasificación de los clientes más potenciales para así darles un mayor servicio y lograr la satisfacción en ellos.

¿Qué información se debe implementar en el brochure comercial?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Se debe implementar la Reseña histórica, que hacemos, beneficio, imágenes de las instalaciones o del servicio que se presta, información sobre los servicios prestados y clientes actuales. Se implementaría por medio de la página web sería una opción para que los clientes lo tengan digitalmente.

¿Cómo implementar estrategias de referidos?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

“Se implementaría una estrategia que haga que el cliente se sienta bien atendido satisfecho con los servicios que se presta, la referenciación de los referidos suceden de manera natural solo basta ser proactivos para que un cliente nos refiera nuevos clientes.

Programar un incentivo económico hacia el cliente por medio de descuentos que sean atractivos y que se puedan cumplir para que puedan ganar dinero por cada cliente nuevo que lleven a la empresa.

¿Cómo implementar las facturas que se le hace llegar a los clientes en un medio de comunicación de los servicios que la empresa tiene?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Se le coloca en la parte de observaciones una redacción informando sobre los servicios actuales, promociones y nuevos servicios.

La factura se vuelve un medio de comunicación donde está representado el proveedor (call center) y cliente donde el call center interactúa permanentemente con el cliente poniendo al tanto sobre las promociones, eventos, medios de pagos y de más programaciones e interacciones

¿Cómo implementar estrategias de envío de correos electrónicos masivos?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

En las herramientas tecnológicas utilizadas y gratuitas se pueden encontrar el servicio de correos electrónicos masivos gratis como lo es mailchimp el cual permite llegar hasta 2000 personas mensuales con diferente información de interés.

Figura 23: Formato de Encuestas

•Incremente sus ventas
 •Posicione su marca
 •Actualice sus bases de datos
 •Identifique las necesidades de su clientes

PARA MAYOR INFORMACIÓN
LLAME AL:
6043463
 Medellín - Colombia

Linea
 Soluciones y Alianzas Tecnológicas
 servicioalcliente@linea.com.co

Drop Content Blocks Here

Nuestra finalidad es convertirnos en una fuerza complementaria trabajando de manera integral con su empresa satisfaciendo las necesidades de sus clientes, logrando

(MailChimp, 2016). Recopilado de:

<https://login.mailchimp.com/?referrer=%2Ftemplates%2Fedit%3Fid%3D128773&wcookie=107b97cb51144caaa8fb>

¿Qué empresas contratar y como pautar por medio de redes sociales?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Se tiene pendiente por contratar a la empresa arquitectura de mercadeo ya que es una de las empresas que cuenta con el servicio que Línea S.A.S requiere, pautando fuerte mente en la red social Facebook logrando obtener mayor like.

¿Cómo hacer análisis a la competencia sobre las estrategias de marketing y comerciales que utiliza la competencia?

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como documentos, y fuentes primarias reflejado en un cuestionario aplicado a los funcionarios, luego, a través del método análisis de datos, se dio lectura de textos obteniendo la información relacionada a continuación:

Por medio de clientes incognitos preguntando experiencia a cliente conocidos o proveedores que hayan tenido contacto con la competencia para conocer sobre los servicios productos y precio que manejan.

Analizando el numeral 13.1 que es la tabla de seguimiento en el ítem de resultados se plasma las estrategias que se van a implementar según la pregunta de sistematización y el objetivo específico, dando como resultado las actividades que se deben programar y desarrollar para que dé como objetivo la estructura del call center.

15. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo: proponer un modelo para estructurar el área del call center de la empresa Línea soluciones y alianzas tecnológicas S.A.S en la ciudad de Medellín.

¿Qué infraestructura se necesita para implementar el call center?

Se llega a la conclusión que se mostró en esta investigación es que las personas están cada día buscando nuevas herramientas para apoyarse y crecer en sus empresas especialmente a las pequeñas empresas que están comenzando buscan una nueva accesoria y un respaldo.

También se logró obtener por la investigación que los empresarios y los profesionales ejecutivos están buscando por medio de estas empresas un mayor respaldo, aunque se ha notado una debilidad. Estas se explicarán en una pregunta.

¿Cuál es la adecuación de inmobiliario que se necesita implementar?

Se observó en el análisis que nos arrojó esta investigación es que los empresarios y los profesionales ejecutivos están utilizando fuerte mente la herramienta y el servicio de tele mercadeo, se concluye en que se debe hacer mucha más fuerza en este medio y potencializarlo más para que las empresas y los profesionales se sienta plenamente seguros de seguir utilizando esta herramienta.

Además, se estaría cambiando la percepción de que los call center por que se estaría potencializando nuevos mercados con los profesionales ejecutivos.

¿Qué software, teléfonos, cableado, servicios públicos se necesita para la instalación del call center?

En los últimos años hemos visto como la tecnología ha sido base fundamental en las empresas y como ha hecho más práctico y ágil los servicios y el manejo de las herramientas, por esto los call center siempre buscan estar a la vanguardia de la tecnología.

A lo anterior se le da manejo con esta clase de tecnología de punta implementando el software de última tecnología (Como elaxteris, sophone, pbx virtuales) al igual que los teléfonos y el cableado y contar con la empresa de mejor posicionamiento en servicios público como lo es UNE con su internet de fibra óptica y servicios de tecnología IP.

¿Qué espacio se necesita por asesor?

Se pudo concluir que una de las mayores debilidades de los call center es la poca información sobre los servicios que ofrecen.

Con los análisis que arrojo la investigación se puede concluir que los empresarios estarían y se sentirían mucho mejor teniendo a uno de los asesor del call center en su empresa ya que podría estar en contacto con cada una de las dudas o inquietudes que sus clientes tengan y están más a la mano para ellos resolver.

¿Con que frecuencia es necesario realizar llamadas a los clientes para conocer el estado de los servicios prestados?

La percepción que tienen los empresarios y los profesionales ejecutivos se sienten más a gusto cuando se les hace informes cada 15 días ya que tiene un enfoque y una aclaración del panorama sobre sus clientes.

Al tener esta herramienta los empresarios y los profesionales ejecutivos ven más comprometido al call center para solucionar las necesidades que ellos tienen. Yendo a un plano más amplio los call center se vuelven fundamentales y herramienta de primera mano para las empresas que solicitan su servicio ya que enfocan más a las empresas y a los profesionales ejecutivos en sus debilidades y ellos reponencializarlas.

¿Cómo elaborar y entregar un formulario donde se realicen preguntas de satisfacción con los servicios prestados?

Sin duda alguna estamos en la era tecnológica y por más que no queramos, la tecnología ha hecho grandes impactos sociales y gracias a ellas la comunicación hacia las empresas ya se hace más cercana por medio de los programas o plataformas que existen en la web.

A lo anterior la empresa línea se ha acogido a la herramienta y plataforma de Gmail el cual presenta una opción para realizar encuesta con las diferentes elecciones preguntas abiertas, cerradas, selección múltiple y falsa verdadera, es un

servicio gratuito que es solo necesario tener el correo electrónico de la persona para hacer llegar la información que se busca brindar al cliente.

¿Cada cuánto se debe programar reuniones entre gerentes con el fin de evaluar los servicios prestados por la empresa?

Según el análisis que se obtuvo por la encuesta y por lo arrojado en la investigación se programara reuniones periódicamente según la necesidad de la operación contratada y de la empresa contratante con el fin de mejorar constantemente, todas estas reuniones se deben hacer desde el comienzo para evitar que se avancen en decisiones o procesos no correctos.

También se llegara a informarle a la empresa y al profesional ejecutivo su antes y sus después con resultados tanto en cifras como en satisfacción a los clientes de la empresa contratante.

Cada cuánto y de qué modo se deben presentar la siguiente información: Gestión realizada, aspectos por mejorar, incremento de ventas, satisfacción de los servicios ofrecidos a los clientes. ¿La información se debe presentar cada mes para hacer seguimiento y correctivos?

Se replantea según el análisis y lo arrojado por esta investigación Cada mes se debe presentar un informe con el fin de evaluar, hacer seguimientos y correctivos a los procesos pactados por entre las empresas (call center y cliente).

Con la determinación que la empresa LINEA S.A.S haga con sus clientes sería un punto de apoyo para este ya que se curaría en salud y estaría haciendo una labor eficaz así su cliente ya que estaría dando un informe como se mencionó en un párrafo anterior y el cliente estaría al tanto del proceso y los resultados.

¿Cómo clasificar las bases de datos?

Después de analizar los procesos de la investigación se llega o se concluye que la empresa LINEA S.A.S implementaría en sus estrategias de mercado unas clasificaciones de clientes como clientes vip para estandarizar y volver potencial todas las estrategias que surgen con estos clientes.

Con lo anterior se estaría fortaleciendo estas áreas para los clientes que se están formando como los profesionales ejecutivos que serían clientes demasiados potenciales para esta.

¿Qué información se debe implementar en el brochure comercial?

Como se mencionó en una de las preguntas anteriores se está fortaleciendo las herramientas y plataformas de la web donde con este se estaría comercializando fuerte mente el brochure de la compañía digitalmente.

Fortaleciendo y enfocándose a que cada uno de los empresarios y profesionales ejecutivos tengan a la mano esta herramienta tanto para el conocimiento de cada uno de los servicios que la compañía está ofreciendo.

¿Cómo implementar estrategias de referidos?

Para dar respuesta a esta pregunta se necesita implementar la eficacia y la eficiencia hacia los servicios que la compañía presta como se mencionó anterior mente en una de las respuestas la compañía está haciendo una labor de estrategia de tener al cliente lo más informado hacia lo que lo direcciona su necesidad.

La compañía lo que está fortaleciendo es cerrar las brechas con cada uno de los servicios y las necesidades que los clientes y los profesionales ejecutivos tienen con los informes detallados.

¿Cómo implementar estrategias de envío de correos electrónicos masivos?

Como se menciona anteriormente hay plataformas y herramientas fortalecedoras para gestionar este proceso que se vuelve herramienta fundamental sobre una compañía y más en las compañías como son los call center que se basa sobre esta plata forma para generar calidad y rendimiento sobre estos procesos.

Se direcciona por medio de esta herramienta y plataforma el mailchimp la cual permite llegar hasta 2000 personas mensuales con diferente información de interés.

¿Cómo implementar las facturas que se le hace llegar a los clientes en un medio de comunicación que la empresa tiene?

La estrategia que se logra implementar es que la factura se vuelve un medio de comunicación donde está representado el proveedor (call center) y cliente donde el call center interactúa permanentemente con el cliente poniendo al tanto sobre las promociones, eventos, medios de pagos y de más programaciones e interacciones.

Basado en lo anterior lo que la compañía logra es que la voz a voz tenga un fortalecimiento hacia la plataforma que los call center están fortaleciendo y haciendo crecer ya que es una de las debilidades que muchos de los empresarios nos hicieron notar por medio de esta investigación.

¿Qué empresas contratar y como pautar por medio de redes sociales?

Las redes sociales ha hecho que las compañías cojan más al cliente como parte de ellos así como sus productos o servicios que ofrecen, porque se menciona esto ya que las redes sociales han hecho que la información que se suministra en una compañía sea divulgada y conocida de sus estrategias y de los servicios que se presta para los usuarios viéndose vulnerables o cogiendo esto como fortaleza.

La base de esta análisis se apoya por el desarrollo que se obtuvo por medio de esta investigación que las empresas se fortalezcan y crezcan al servicio de los clientes, la compañía está tercerizando este proceso con la empresa arquitectura de mercadeo ya que es una de las empresas que cuenta con el servicio que Línea S.A.S requiere.

¿Cómo hacer análisis a la competencia sobre las estrategias de marketing y comerciales que utiliza la competencia?

Como se ha ido mencionando se llega a una conclusión es que la mayoría de las compañías empiezan a jugar estratégicamente para lograr una mejor empatía con su cliente, muchos llegan a utilizar herramientas o páginas web, como otro lo hacen por medio de sus empleados haciendo pasar como cliente incognito.

Dado esto se hace un análisis donde se arroja experiencia a clientes conocidos o proveedores que hayan tenido contacto con la competencia para conocer sobre los servicios productos y precio que manejan.

¿Qué lugar, hora, cuantas personas y que volantes se deben implementar para fomentar los servicios del call center?

Después de analizar los resultados de ésta investigación se llega a la conclusión y es buscar por todos los medios posibles dar a conocer los servicios que presta el call center, se desea conseguir más clientes, para esto se deberá programar visitas a centros empresariales, aeropuertos, centros de reuniones.

La voz a voz de las experiencias poco gratas de estos servicios afectan a las empresas ya que hay poca confianza con los servicios, realizar aclaraciones a los clientes sobre el manejo de la seguridad de la información.

16. DESCRIPCION DE LIMITACIONES DE INVESTIGACION

La presente encuesta realizada a empresarios de la ciudad de Medellín que han adquirido relación laboral con la empresa Línea S.A.S durante la elaboración de las encuestas se detectó que la mayoría de empresas no tenían el conocimiento como tal de los call center.

Esta fue una de las barreras que nos encontramos en el desarrollo de la investigación debido a que las personas eran reacias en contestar las encuestas o en el momento de responderlas no tenían claro cómo responderlas, para superar esta barrera se dio una breve introducción de lo que es un call center para responder las preguntas.

Otra barrera que se presento es que el gerente contaba con poco tiempo para atendernos y podernos brindar toda la información que se necesitaba para realizar la recolección de información.

Para eliminar esta barrera se programó una reunión con el gerente un día domingo para que informara los procesos internos de la empresa.

17 RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS

Se recomienda programar con tiempo las reuniones con gerencia para que la información sea oportuna y no se presente retraso con los resultados de la investigación.

Es necesario realizar una proyección de gastos económicos teniendo en cuenta fotocopias, desplazamientos a otros lugares y refrigerios. Con esta proyección de gastos la empresa tendrá un mayor control hacia los gastos, hacia la realización de cada evento y de cada material a utilizar.

Vivir la experiencia de un día laboral con la empresa que se investiga para que la información que se realice sea más objetiva. Con esto la empresa Call Center tendrá información más a la mano y así detectar directamente las debilidades de ésta.

Personalizar más los servicios a los empresarios y profesionales con el fin de suplir sus necesidades con eficacia y eficiencia, para que así minimizar los errores y al visitar otros call center de la ciudad, para ampliar más el panorama de los servicios ofrecidos. Con estas visitas se llevará un control de los debidos procesos.

18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS

A continuación mencionaremos algunos servicios que estimamos podrían potencializarse como resultado de este trabajo de grado como: secretaria virtual, actualización de datos, cobranzas, tele mercadeo, para ofrecerlo a los profesionales y micro empresarios con el fin de modificar el concepto que los call center serán implementados por empresas grandes y que son costos.

La investigación realizada queda abierta a los futuros investigadores los cuales determinen que el análisis de este trabajo de grado es una herramienta fructífero e interesante para los micro empresarios e independientes o profesionales puedan beneficiarse y conocer a grandes rasgos los beneficios que tiene la utilización de un call center.

19 BIBLIOGRAFIA

Página (2017) Contact centers y BPO, principales generadores de primer empleo

http://www.eempleo.com/colombia/pulso_laboral/contact-centers-y-bpo-principales-generadores-de-primer-empleo-/16538327

Página Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI (Micheli Thiri3n, 2007)

<http://www.redalyc.org/pdf/633/63300505.pdf>

Revista Dinero (2015). ¿Por qu3 Colombia es un pa3s atractivo para los call center?

Recuperado de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/colombia-ha-convertido-pais-atractivo-para-call-center/214593>

Revista Dinero (2014). Colombia ¿la pr3xima India de Contac Centers y BPO?

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-del-sector-contact-centers-bpo-colombia-2014/200915>

Revista Dinero (2014). Colombia ¿la pr3xima India de Contac Centers y BPO?

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-del-sector-contact-centers-bpo-colombia-2014/200915>

Definici3n de call center: (Gardey, 2014)

<http://definicion.de/call-center/>

Definiciones relacionadas (2016). Definición de call center (Gardey, 2014)

<http://definicion.de/call-center/#ixzz4PMOldG2C>

Definición (2016). Significado de outsourcing (7Graus, 2016)

<https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=significado+de+outsourcing>

Enciclopedia política (2010).

<http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=v&idind=1552&termino=>

Definición Estructuración: (Claudia, 2012)

<http://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

Definición de Unidad de Negocio: (Prado, s.f.)

<http://www.aulamarketing.net/definir-unidades-estrategicas-negocio-empresa/>

Definición de Cliente (Concepto Definición, 2015)

<http://conceptodefinicion.de/cliente/>

Revista dinero. (2014). Colombia ¿la próxima India de Contac Centers y BPO?

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-del-sector-contact-centers-bpo-colombia-2014/200915>

Revista haga negocio. (2016). Elaborar una estrategia para obtener clientes referidos por tus actuales clientes para ganar más dinero

<http://haganegocios.com/elaborar-una-estrategia-para-obtener-clientes-referidos-por-tus-actuales-clientes-para-ganar-mas-dinero.html>

Block MailChimp. (2016).

<https://login.mailchimp.com/?referrer=%2Ftemplates%2Fedit%3Fid%3D128773&wcookie=107b97cb51144caaa8fb>

(Sanchez, 2016) http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/call-centers-opcin-n-de-ingreso-y-desarrollo-laborales

-----/11920901

Código de campo cambiado

20 ANEXOS

<http://www.linea.com.co/Inicio/>

Código de campo cambiado

En las visitas realizadas a los empresarios, algunos tomaron la encuesta como aportes positivos que la empresa recibirá, ya que la información tomada ayudará a organizar los procesos y estructurar el call center para que sea competitivo en el futuro.

Otras personas fueron groseras cuando se les hizo la pregunta de los informes ya que dicen que no entregan información sobre el desarrollo de las actividades según les han contado.

La gente se ha interesado por conocer que es un call center por medio de las encuestas les interesa conocer más y empiezan a solicitar información.

En el desarrollo de este trabajo se tuvo la colaboración y el apoyo de:

Gerencia (Sommerson Quintero)

Asesoras comerciales: Nora Pulgarin-Lisa Zapata

Auxiliar de soporte: José Luis Brito

Coordinadora Comercial Gloria Vélez

Infraestructura del call center

Figura24: oficina



Foto tomada por: Gloria Vélez

Figura 25: puesto personal del call center



Foto tomada por: Yised Gomez

Figura 26: puesto Directora Comercial



Foto tomada por: Gloria Velez

Figura 27: Puestos del personal call center



Foto tomada por: Yised Gomez