

Incidencia en las ventas de una empresa de Telecomunicaciones en la ciudad de Barranquilla

Sales affectation in a Telecommunications Company from Barranquilla

DOI: <http://doi.org/10.17981/bilo.2.1.2020.8>

Artículo de Investigación Científica. Fecha de Recepción: 30/05/2020. Fecha de Aceptación: 14/06/2020

Gloria Camargo-Rey

Universidad de la Costa CUC, Barranquilla, (Colombia)
camargorey7@gmail.com

Alexander Troncoso-Palacio 

Universidad de la costa CUC, Barranquilla, (Colombia)
atroncos1@cuc.edu.co

Para citar este artículo:

G. Camargo Rey y A. Troncoso Palacio, "Incidencia en las ventas de una empresa de Telecomunicaciones en la ciudad de Barranquilla", BILO, vol. 2, no. 1, 2020. DOI: <http://doi.org/10.17981/bilo.2.1.2020.8>

Resumen

En el presente artículo se analiza por medio de la herramienta de la calidad Diagrama de Ishikawa cuales serían las consecuencias del aislamiento preventivo originado por la pandemia COVID-19 en la calidad referente al servicio de atención al cliente y ventas de una empresa de comunicaciones; el análisis se realiza también con ayuda del método de las 5 "M" donde se establece los factores que más se ven afectados por la situación de salud pública; en consecuencia se buscan alternativas para solventar estas situación sin que se vea afectada la calidad del servicio prestado en el área de ventas de una empresa de telecomunicaciones. Además, identificar las afectaciones que trae una situación de aislamiento preventivo o cuarentena en la calidad del servicio ofrecido en el área de ventas de una empresa de telecomunicaciones, teniendo en cuenta los principales factores que influyen en el servicio.

Palabras clave: Calidad, aislamiento, servicio al cliente, indicadores de calidad.

Abstract

In this article, the Ishikawa Diagram quality tool is used to analyze the consequences of the preventive isolation caused by the COVID-19 pandemic on the quality of customer service and sales of a communications company; The analysis is also carried out with the help of the 5 "M" method, where the factors that are most affected by the public health situation are established; Consequently, alternatives are sought to resolve these situations without affecting the quality of the service provided in the sales area of a telecommunications company. In addition, identify the effects that a situation of preventive isolation or quarantine brings on the quality of the service offered in the sales area of a telecommunications company, taking into account the main factors that influence the service.

Keywords: Quality, isolation, customer service

I. INTRODUCCIÓN

La situación de aislamiento social preventivo por la que pasa el mundo en estos momentos a causa del COVID-19 genera en muchas organizaciones la necesidad de innovar en sus procesos con el fin de garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos, pero para ello es necesario primero realizar un análisis sobre cómo esta situación afecta directamente

diferentes factores que influyen en la calidad de los mismos. Por tal motivo se hace necesario el uso de herramientas de la calidad para ver con mayor claridad qué consecuencias tiene la situación descrita anteriormente y con base en los resultados obtenidos proponer alternativas para adaptarse a la situación por la que se pasa en estos momentos y así definir pautas para en un futuro saber cómo actuar y así no disminuir la calidad y eficiencia de los productos y servicios ofrecidos.

II. Estudios primarios de la literatura.

Las organizaciones actualmente deben procurar estar al día con los problemas que afectan sus procesos directamente, pues la avanzada globalización que se está viviendo en el siglo XIX provoca constantes cambios los cuales obligan a las empresas a estar siempre alerta para garantizar su existencia en el mercado actual. El SARS-CoV-2 es un nuevo coronavirus agente causal de la pandemia de COVID-19. A la fecha del 18 de marzo de 2020, y desde sus primeros reportes en China en diciembre de 2019, el virus ha llegado a 176 países e infectado a más de 230000 personas, de las cuales han muerto más de 9 300. Por tratarse de un virus nuevo, la falta de vacunas y medicamentos eficaces comprobados mediante ensayos clínicos, hace que las medidas de aislamiento con fines de mitigación o supresión, sean relevantes a la hora de contener el avance de la pandemia. [1]. Ante esta pandemia, los países han tomado decisiones de aislamiento de las poblaciones. En el caso de Colombia, se tomaron medidas de cuarentena tanto locales como nacionales en una misma semana, aspecto que no les dio tiempo a las organizaciones de considerar cambios en las dinámicas de trabajo de sus colaboradores. En este sentido, las organizaciones, principalmente las prestadoras de servicios enviaron a sus colaboradores a modalidad de teletrabajo y trabajo en casa, muchas de ellas sin contar con políticas claras para este esquema de trabajo. [2] [3]. Tales medidas impactan directamente en la prestación de un servicio, razón por la cual en el presente escrito se analizará cómo los diferentes factores de una empresa de telecomunicaciones se ven afectados por las medidas implementadas, dicho estudio se realizará con datos obtenidos de un grupo de funcionarios del área a evaluar y con base en los resultados obtenidos se plantearán medidas para garantizar la calidad del servicio ofrecido [4]-[6]

III. METODOLOGÍA

Se hace uso de la herramienta diagrama de Ishikawa para analizar las causas y consecuencias del aislamiento social en la calidad del servicio ofrecido en el área de ventas y servicio al cliente de una empresa de comunicaciones, con ayuda de la metodología de las 5”M” se establecen los factores a determinar: Máquina, Mano de obra; Método, Materia Prima y Medio ambiente. La información se recolectará por medio de encuestas a los funcionarios, indicadores de ventas en el mes de abril de 2020 de cada funcionario y número de quejas recibidas en los períodos de abril de 2020 y abril de 2019 (este último periodo en el cual no había medida de aislamiento social) a fin de comparar cómo se comportan estos indicadores antes y durante la situación de cuarentena. Posterior a los datos obtenidos se propondrán alternativas con ayuda de otra herramienta de calidad para garantizar el cumplimiento de la calidad en el ofrecimiento del servicio cuando se presente alguna situación similar a futuro

IV. RESULTADOS

En la encuesta realizada a 15 funcionarios del área de ventas, se obtuvo los siguientes resultados: al realizar un promedio del número de ventas de servicios de telefonía realizadas en los meses de abril de 2019 y 2020 respectivamente se obtuvo una disminución promedio del 35% en las ventas. Respecto a los contactos efectivos, los cuales se definen como el número de llamadas contestadas por posibles titulares que a los cuales se les brinda el servicio; de igual forma, también se observa el indicador posible titulares el cual se define como el número de contactados interesados en adquirir el servicio a futuro con el fin de continuar con las gestiones de venta. Es preciso aclarar que el indicador porcentaje de intención de compra se toma como el porcentaje de clientes interesados en adquirir el servicio sobre los clientes contactados.

Indicadores	Abril 2019	Abril 2020
Meta Comercial Ventas	20	10
Número de Servicios de Telefonía Vendidos	15	3
Porcentaje del Cumplimiento de Metas	75%	30%
Contactos Efectivos	160	32
Intenciones de Compra	51	3
Porcentaje de Intención De Compra	32%	9%

Tabla 1. Indicadores en el área de ventas y servicios. Valores promedio

Se observa que, en el área de ventas con base en los resultados obtenidos en las encuestas, que el número de contactos efectivos en el mes de abril de 2020 disminuyó y por ende las intenciones de compra de los servicios.

En el siguiente gráfico se observan las razones principales que las personas contactadas manifiestan para no querer adquirir los servicios ofrecidos por parte de los funcionarios.

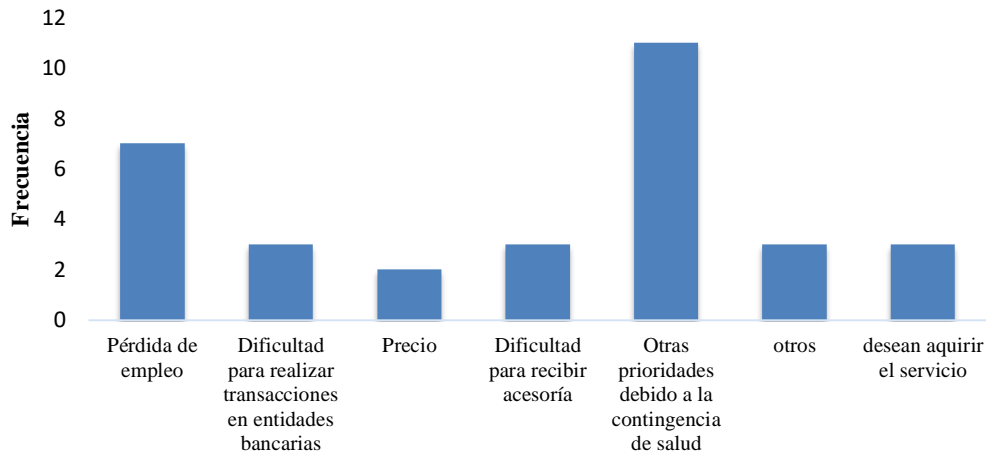


Gráfico 1. Causas que manifiestan los contactados para no adquirir los servicios

En el gráfico se puede observar que de las 32 personas con las que ese tuvo contacto efectivo en el mes de abril de 2020, la mayoría manifiestan que no desean adquirir el servicio pues por la declaración de emergencia sanitaria y asilamiento social el poco dinero con el que cuentan desean invertirlo en otras prioridades como compra de alimentos y productos de aseo y reservas para medicamentos o transporte en situaciones de emergencia. Entre las diferentes causas que se evidencian también se encuentra la pérdida de empleo pues algunas personas manifiestan que debido a la declaración de emergencia sanitaria se vieron obligados a dejar sus lugares de trabajo por dedicarse e actividades independientes o en su defecto las compañías donde se encontraban laborando decidieron cancelar sus contratos y prescindir de sus servicios hasta cuando se normalice la situación. De los 32 contactos efectivos solamente 3 personas se encontraron interesadas en adquirir los servicios ofrecidos, lo que se refleja en la Tabla 1 en el indicador Número de servicios de telefonía vendidos.

En el área de servicio al cliente se obtuvieron los siguientes resultados. Al realizar un análisis de las diferentes quejas que podían recibir los funcionarios debido al servicio prestado, los datos obtenidos se observan a continuación:

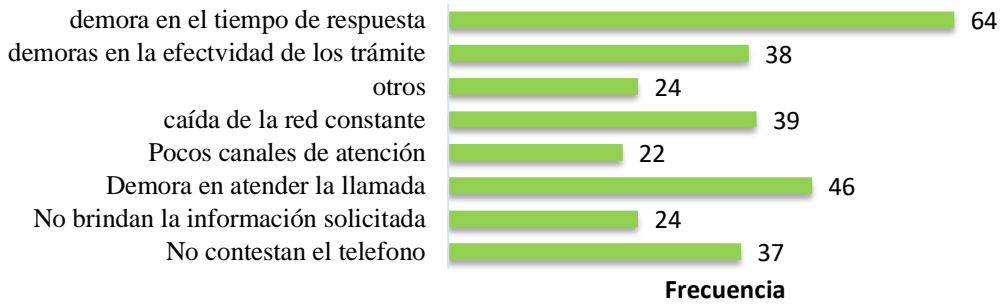


Gráfico 2. Quejas que manifiestan los usuarios al contactarse a servicio al cliente en abril 2020.

Se puede evidenciar que la mayoría de los clientes que ya cuentan con un servicio presentan quejas debido a que los funcionarios se demoran un tiempo excesivo en atender los trámites realizados por los diferentes canales de comunicación; en promedio para los canales telefónicos y chat los tiempo de respuesta son 11 y 32 días aproximadamente lo que genera molestias en los usuarios puesto que se sienten algo desatendidos por parte del área del servicio al cliente y podría traer como consecuencia las perdida de la fidelización del cliente. Por otro lado, también se puede evidenciar que una gran parte de los usuarios presentan quejas por la demora en ser atendidos por los diferentes canales, obteniendo como promedio por el canal telefónico y chat una demora de 9 y 16 minutos respectivamente en obtener comunicación alguna por una persona por parte del área de servicio al cliente, generando molestias al momento de solicitar algún tipo de asesoría para un trámite. Con base en los resultados obtenidos, se realiza un análisis de las causas que pueden generar estas quejas; el análisis realizado sobre los 5 factores (Mano de obra, Materia Prima, Maquina, Método y Medio ambiente) arroja lo siguiente:

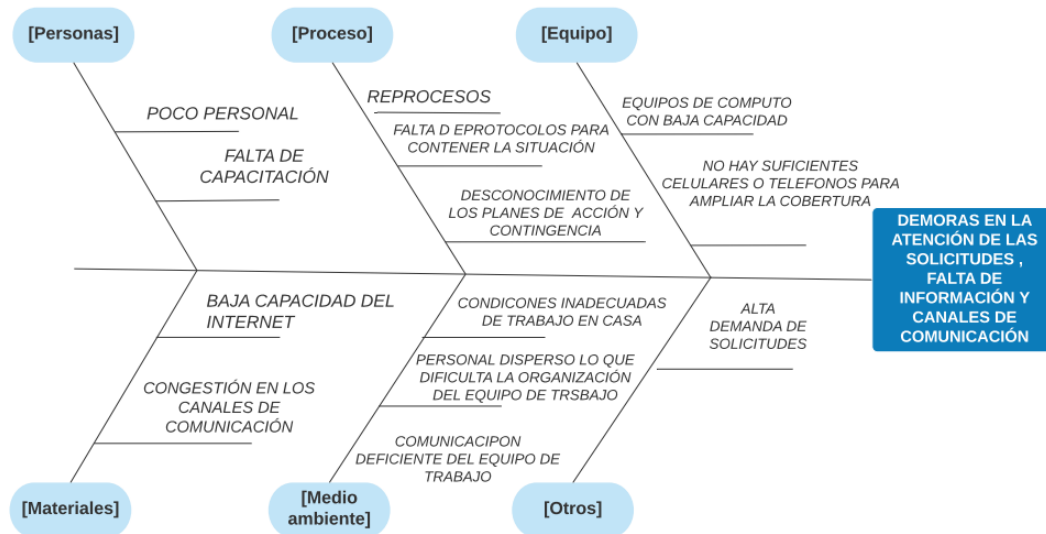


Gráfico 3. Principales causas que originan las quejas

Se puede observar que las diferentes causas que manifiestan los funcionarios por las cuales se originan las quejas están englobadas en los 5 factores mencionados anteriormente. Si bien es una situación poco predecible, es necesario crear planes de acción que involucren la mejora continua de los equipos y la capacitación del personal, así como la verificación constante de las condiciones de trabajo de los mismos para disminuir al máximo las quejas presentadas por los clientes y demás inconvenientes todo con el fin de que la operación no se vea afectada y se pueda continuar brindando una calidad considerable en el servicio ofrecido.

V. CONCLUSIONES

La condición de aislamiento social trae como consecuencia que muchas organizaciones se vean obligadas a accionar inmediatamente con el fin de garantizar la continuidad de sus procesos y brindar la mayor calidad posible en sus productos, estas herramientas nos dan una idea de cuáles son las causas comunes que originan la inconformidad de los clientes y de

esta manera se tengan planes de acción para actuar y así poder garantizar el mejoramiento continuo de ella organización; que de igual forma se vea reflejado en indicadores como ventas y solución de inconvenientes presentados.

Se cuenta con aprobación de los respectivos líderes de los procesos implicados para realizar el estudio y la toma de datos. No se necesita de una fuente de financiamiento externa puesto que el análisis de datos se realizará con ayuda de herramientas ofimáticas como procesadores de textos y hojas de cálculo.

Referencias

- [1] V. González-Jaramillo, N. González-Jaramillo, C. Gómez-Restrepo, C. A. Palacio-Acosta, A. Gómez-López y O. H. Franco, «Proyecciones de impacto de la pandemia COVID-19 en la población de Colombia, según medidas de mitigación. Datos preliminares de modelos epidemiológicos para el periodo del 18 de marzo al 18 de abril del 2020.,» *Revista de Salud pública*, vol. 22, n° 1-6, 2020.
- [2] Y. L. Rodríguez-Rojas, «COVID-19 (coronavirus): un peligro emergente que requiere abordaje en las organizaciones,» *Revista SIGNOS*, vol. 12, n° 2, 2020.
- [3] A. Trilla, «Un mundo, una salud: la epidemia por el nuevo coronavirus COVID-19,» *Revista Medicina Clínica*, vol. 154, n° 5, pp. 175-177, 2020.
- [4] BMJ Best Practice, «www.BMJBestpractice.com,» Nuevo Coronavirus (COVID-19): recursos y evidencia científica, 29 mayo 2020. [En línea]. Available: <https://bestpractice.bmj.com/topics/en-gb/3000168>.
- [5] Bertolli, M., Roark, G., Urrutia, S., & Chiodi, F. (2017). Revisión de modelos de madurez en la medición del desempeño. *INGE CUC*, 13(1), 70-83. <https://doi.org/10.17981/ingecuc.13.1.2017.07>
- [6] Rodríguez, L., Castellano, M., & Caridad, M. (2017). Planificación estratégica de recursos humanos en empresas de consumo masivo. *IJMSOR: International Journal of Management Science & Operation Research*, 2(1), 38-43. Recuperado a partir de <http://ijmsoridi.com/index.php/ijmsor/article/view/84>