

**DISEÑO DE UN MODELO DE ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA
LA CENTRAL DE DOMICILIOS DEL GRUPO CBC S.A.**

MILTON MARINO MESA MARTÍNEZ

**UNIVERSIDAD ECCI
DIRECCIÓN DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL
BOGOTÁ
2014**

**DISEÑO DE UN MODELO DE ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA
LA CENTRAL DE DOMICILIOS DEL GRUPO CBC S.A.**

MILTON MARINO MESA MARTÍNEZ

**Monografía como requisito para optar al título de Especialista en
Producción y Logística Internacional**

ING. MIGUEL ÁNGEL URIÁN
Esp. En Ingeniería de Producción

UNIVERSIDAD ECCI
DIRECCIÓN DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL
BOGOTÁ
2014

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, Septiembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios quién siempre me ha bendecido y brindado la oportunidad de estar rodeado de personas especiales e importantes en mi vida, quienes con su apoyo, compañía y dedicación han aportado desde su corazón todo lo necesario para la realización de todos mis proyectos.

A la Junta Directiva del Grupo CBC S.A en cabeza de su presidente el Sr. César García Segura y del Gerente General Carlos Alberto García Arenas, quienes apoyaron el desarrollo y realización de este proyecto como opción de grado para alcanzar la Especialización en Producción y Logística Internacional.

A la Doctora Diana García Jaimes por sus aportes, asesoría y apoyo en la implementación y desarrollo de este proyecto en la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A.

A los Coordinadores y Asesores de Servicio de la Central de Domicilios quienes garantizan el éxito y cumplimiento de este proyecto.

A todos los clientes de nuestros restaurantes Cali Mío, La Brasa Roja y Cali vea por darnos la oportunidad de ser empresa y sus prestadores de servicios y productos a través de las líneas únicas de domicilios.

A todos los docentes, asesores de proyectos, compañeros Ingenieros Industriales, familiares y amigos.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
1. TÍTULO.....	3
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
2.1 Descripción del Problema.....	4
2.2 Formulación del Problema.....	5
2.3 Sistematización del Problema.....	5
3. OBJETIVOS.....	6
3.1 Objetivo General.....	6
3.2 Objetivos Específicos.....	6
4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN.....	7
4.1 Justificación.....	7
4.2 Delimitación.....	8
4.3 Limitaciones.....	9
5. MARCO CONCEPTUAL.....	10
5.1 Marco Teórico.....	10
5.2 Estado del Arte.....	14
5.2.1 Estado del Arte Internacional.....	15
5.2.2 Estado del Arte Nacional.....	16
5.2.3 Estado del Arte Institucional.....	18
5.3 MARCO LEGAL.....	22
6. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
6.1 Enfoque.....	24
6.2 Tipo de Investigación.....	24
6.3 Fases de la Investigación.....	25

7.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	26
7.1	Recopilación de la Información.....	26
7.2	Análisis de Datos.....	42
7.3	Propuesta de Solución.....	43
8.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	55
8.1	Fuentes Primarias.....	55
8.2	Fuentes Secundarias.....	55
9.	RECURSOS.....	56
10.	TALENTO HUMANO.....	57
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
11.1	Conclusiones.....	58
11.2	Recomendaciones.....	58
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	59
13.	CIBERGRAFÍA.....	60

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Participación canales 2013.....	30
Cuadro 2. Participación Total de Canales 2013.....	31
Cuadro 3. Participación canales Cali Mío 2013.....	32
Cuadro 4. Participación canales La Brasa Roja 2013.....	33
Cuadro 5. PQR´S-Cancelaciones DIC 2013.....	34
Cuadro 6. Inbound DIC 2013.....	35
Cuadro 7. Inbound horarios lunes-martes.....	38
Cuadro 8. Inbound horarios Miércoles-Jueves.....	39
Cuadro 9. Inbound horarios Viernes Sábado.....	40
Cuadro 10. Inbound horarios Domingo-Total semana.....	41
Cuadro 11. Indicador KPI- 1.....	46
Cuadro 12. Indicador KPI- 2.....	46
Cuadro 13. Indicador KPI- 3.....	47
Cuadro 14. Indicador KPI- 4.....	47
Cuadro 15. Indicador KPI- 5.....	48
Cuadro 16. Programa de Capacitación TME.....	53
Cuadro 17. Cronograma de Capacitación Coordinadores.....	54

Cuadro 18. ROI.....	56
Cuadro 19. Base de Personal.....	57
Cuadro 20. Gestión inbound 2012-2013.....	61
Cuadro 21. Gestión inbound 2013.....	63
Cuadro 22. Indicadores de gestión TME dic-2013.....	64
Cuadro 23. Checklist.....	70

LISTA DE GRÀFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Aspectos base Estandarización.....	26
Gráfica 2. Central de Domicilios.....	27
Gráfica 3. Participación 2013.....	28
Gráfica 4. Participación Total 2013.....	29
Gráfica 5. Propuesta de Optimización 01.....	36
Gráfica 6. Propuesta de Optimización 02.....	37
Gráfica 7. Flujo-grama de Procesos No. 01.....	44
Gráfica 8. Flujo-grama de Procesos No. 02.....	45
Gráfica 9. Comportamiento llamadas Vs pedidos efectivo 2013.....	61
Gráfica 10. Comportamiento inbound 2012-2013.....	62
Gráfica 11. . Pedidos efectivo 2012-2013.....	62
Gráfica 12. Ventas promedio Año (Millones) 2006-2012.....	65
Gráfica 13. Participación Ventas en el sector 2006-2012.....	65
Gráfica 14. Cronograma Project.....	66

ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Informe de Gestión 2013.....	61
Anexo 2. Cronograma.....	66
Anexo 3. Normas de piso Central de Domicilios.....	67
Anexo 4. Lista de Chequeo Supervisores/Coordinadores.....	70
Anexo 5. Plan de Incentivos.....	71
Anexo 6. Plan de Inducción Asesores de Servicio TME.....	73
Anexo 7. Malla de Horarios quincenal.....	77
Anexo 8. Comportamiento de canales ETB-UNE.....	78
Anexo 9. Manuela de Operación Asesores de Servicio TME.....	79
Anexo 10. Sistema y Aplicativos.....	93
Anexo 11. Terminología.....	94

INTRODUCCIÓN

Alcanzar los resultados operativos y comerciales en la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A. requiere de un trabajo de estandarización de los procesos al interior de la misma. La exigencia de los TME en asegurar calidad y efectividad de cada una de las llamadas entrantes gestionadas en un tiempo estándar AHT, apoyados con una serie de scripts y ayudas en el sistema Teledial, determinarán la efectividad en ventas del 75% de éstas llamadas sobre el total INBOUND recibido por el IVR de cada una de las marcas comerciales de restaurantes Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Vea en la ciudad de Bogotá para el año 2014. El soporte Tecnológico, Comercial y Operativo es primordial en el montaje, estandarización, implementación y medición de la gestión individual de cada Asesor de Servicio (TME), Coordinadores y Jefe de la Central de Domicilios. Para asegurar en las instalaciones un ambiente laboral dinámico, organizado, responsable y medido del cumplimiento de los lineamientos de Servicio establecidos y así para mantener el nivel y posicionamiento tanto de nuestros productos como de nuestro servicio a Domicilios. La Central de Domicilios del Grupo CBC S.A. con su estandarización de procesos Operativos y Comerciales generará una diferencia y ventaja competitiva con los similares en el mercado Local, Regional y Nacional. Esta unidad de negocio se caracterizará no solo por la efectividad en la gestión oportuna y ágil de cada una de las llamadas concretadas en ventas reales, sino que su personal se destacará por ser el mejor capacitado y motivado con un programa atractivo de incentivos ligado al cumplimiento de los presupuestos en ventas por unidades de productos, promedio de factura y efectividad en las llamadas gestionadas, que mejorará su nivel laboral y personal dentro del Grupo CBC S.A. Los resultados se medirán a diario a través de unos KPI's claramente definidos y serán los indicadores claves de desempeño monitoreados y evaluados por la Gerencia Comercial, para determinar la efectividad y resultados de todo el proceso de estandarización implementado en la Central de Domicilios. El programa de capacitación desde el ingreso y durante la permanencia en la

Central de Domicilios está bien definida en el Manual de Procesos Operativos, el cual brindará todas las herramientas necesarias para el mejor de los desempeños de cada uno de los Asesores de Servicio frente al sistema Teledial, Scripts de ventas, Scripts de servicio, Scripts de PQR's y recomendaciones para adecuado manejo de las relaciones comerciales con los diferentes tipos de clientes de cada una de las marcas de restaurantes.

PALABRAS CLAVES

Estandarización, Procesos, Eficiencia, Rendimiento, Servicio, Desempeño, Sistema, KPI, TME, Capacitación, Calidad, Gestión, Capacitación, Evaluación, Inbound, Scripts.

1. TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

**DISEÑO DE UN MODELO DE ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA
LA CENTRAL DE DOMICILIOS DEL GRUPO CBC S.A.**

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El Grupo CBC S.A.(Restaurantes Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Vea)¹ dedicada a la prestación de servicios mediante establecimientos de comercio que procuran alimentos o bebidas preparadas para el consumo bajo la modalidad de restaurantes en la ciudad de Bogotá cuenta con una Central de Domicilios encargada de recibir y gestionar todas las llamadas realizadas a los números únicos (**6004300, 6004565 y 6002929** respectivamente) se evidenció en el informe de gestión del año 2013 que con respecto al año 2012 hubo un incremento del 60% en ingreso de llamadas, pero la efectividad del servicio que se concreta en realización de pedido a domicilio pasó de un 66% en 2012 a un 63% en 2013, es decir un decrecimiento del -3%, cifra que se aleja del ideal propuesto en el plan estratégico de ser efectivos en un 75% del 100% de las llamadas entrantes atendidas por los Asesores de Servicio². Lo anterior a causa de una falta de estandarización de los procesos actuales tanto operativos como comerciales para los Asesores de Servicio de la Central de Domicilios de Grupo CBC S.A. Estos tienen el contacto directo con el cliente y la responsabilidad no solo de recibir y atender cada llamada sino de asegurar su efectividad concretando una venta. Se ha detectado que hay tiempos vacíos en las llamadas, falta de Asesoría, falta de herramientas comerciales, no aprovechamiento de tiempos en línea y tiempos muertos.

ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PLANTEADO

Diseño de un modelo de estandarización en los procesos comerciales, operativos y de servicio para los Asesores de Servicio responsables de la gestión de cada una de las llamadas recibidas en la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A, con el fin de optimizar los niveles de efectividad al 75%.

¹ Cámara de Comercio de Bogotá ,Certificado de Existencia y representación legal R039928368

² Mesa M Informe de Gestión Central de Domicilios Grupo CBC S.A. 2013

Para el presente proyecto esta alternativa de estandarizar los procesos operativos y comerciales asegurará una medición más efectiva de los resultados mediante el seguimiento diario de los indicadores propuestos y respaldados por la plataforma tecnológica del sistema ®Teledial Plus.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El diseño de un modelo estandarizado de procesos operativos y comerciales para la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A. logrará un incremento de pedidos efectivos para el año 2014?

2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Los actuales procesos operativos y comerciales en la recepción y administración de llamadas en la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A se encuentran definidos y están plasmados en un flujograma?

¿Cuáles de los procedimientos en la Central de Domicilios establecidos para los diferentes cargos se encuentran documentados en un manual?

¿Se tienen determinados indicadores de gestión y protocolos de medición y evaluación en la Central de Domicilios del grupo CBC S.A. que apliquen tanto a la operación general como para los Asesores de Servicio TME?

¿Se cuenta con un programa de capacitación tanto en el proceso de ingreso como de mantenimiento dentro de la Central de Domicilios del Grupo CBC S.A. para los Asesores de Servicio TME?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar un modelo que estandarice los procesos comerciales y operativos en la recepción, administración y gestión de las llamadas recibidas en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Elaborar un flujograma del proceso actual de recibo y gestión de llamadas en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A.

3.2.2 Realizar la descripción detallada de este proceso y documentarlo junto con manuales de procedimiento para los cargos de operación y dirección.

3.2.3 Implementar indicadores de Gestión con un protocolo de seguimiento y medición.

3.2.4 Desarrollar un plan de capacitación que asegure el aprendizaje y la estandarización de los procesos inherentes al cargo TME.

4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

4.1 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto de investigación beneficiará inicialmente al Grupo CBC S.A. ya que la unidad de negocio denominada CENTRAL DE DOMICILIOS generará una efectividad en los pedidos efectivos del 75% sobre el 100% gestionado durante el año 2014, con un crecimiento esperado del 12% en pedidos efectivos con respecto al año 2013, por otro lado redundará el beneficio en la fuerza comercial de la CENTRAL DE DOMICILIOS denominados ASESORES DE SERVICIO ya que permitirá un nivel de efectividad comercial en su gestión INBOUND alcanzando el cumplimiento de las cuotas asignadas en domicilios efectivos y promedio de factura lo cual permitirá generar incentivos económicos que mejorarán su nivel de ingresos mensuales y su calidad de vida.

Por otra parte la Junta Directiva del Grupo CBC S.A. en cabeza de su Gerente General y grupo primario apoyan la iniciativa de diseño de un modelo de estandarización en los procesos comerciales y operativos en la recepción de llamadas en la CENTRAL DE DOMICILIOS, ya que a corto plazo marcaremos una ventaja competitiva en el sector de restaurantes en la ciudad de Bogotá y esta unidad de negocio se caracterizará no sólo por ser la cadena de restaurantes del sector de Pollo que mayor número de llamadas INBOUND gestione, sino que tendrá el número más alto de efectividad en el total gestionado, garantizando al cliente del domicilio del GRUPO CBC S.A un servicio integral con asesoría permanente, rapidez en el mismo y calidad en los productos dentro del cumplimiento de unos estándares establecidos en promesa de tiempo y calidad.

Finalmente, este trabajo de investigación contribuye con el cumplimiento de las premisas comerciales propuestas en el plan estratégico para el periodo 2014-2016 dónde el canal de Domicilio de GRUPO CBC S.A será el de mayor importancia y participación dentro de las ventas totales globales (45%),

caracterizado por tener a nivel Bogotá y Regional (Medellín y Cali) la Mejor Central de Domicilios competitiva y ejemplo dentro del sector de restaurantes, generando valor en cada una de las llamadas gestionadas y en cada uno de los pedidos efectivos logrados, con un personal profesional, idóneo, motivado, lo cual va debidamente alineado con los Objetivos específicos expuestos en los numerales 3.2.1; 3.2.2 y 3.2.4 del numeral 3.2

4.2 DELIMITACIÓN

La problemática descrita en el numeral 2.1 de este documento se ubica en la empresa GRUPO CBC S.A, en la sede para la CENTRAL DE DOMICILIOS en la Avenida Suba No. 118-65 Torre C Piso 5to, Oficina 502, en el Barrio Ilarco en la ciudad de Bogotá, Colombia.

Así mismo, el problema a tratar delimita su alcance para dar solución y presentar como resultado final un crecimiento del 12% de los domicilios efectivos en el año 2014 con respecto al 2013, es decir pasar de 483.771 domicilios efectivos en 2013 a 541.824 en 2014

Para lograr lo anterior se analizaran las variables que intervienen en la gestión operativa y comercial de los asesores de servicios responsables de la recepción de las llamadas entrantes en la CENTRAL DE DOMICILIOS del mes de Diciembre de 2013. Las variables objeto de estudio son: AHT, TMO, AUX, LLAMADAS IN BOUND, ABANDONO EN TME, EFECTIVIDAD, PORCENTAJE DE SERVICIOS Y PROMEDIO DE VENTAS POR TME

Es importante resaltar que el análisis efectuado que justifica la problemática de investigación, fue realizado por el jefe de la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A, arrojada por la información suministrada del sistema ©TELEDIAL PLUS³.

³ Teledial Plus, marca registrada propiedad de Asellerator Copyright 2010

4.3 LIMITACIONES

Geográficas: Aplica en principio para la operación en la ciudad de Bogotá, D.C., no se contempla a corto plazo las regionales de Cali y Medellín.

Gestión: No aplica para campaña OUTBOUND al menos hasta el segundo semestre de 2015

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1 MARCO TEÓRICO

De acuerdo con Serna Gómez el cliente requiere un canal de comunicación con la empresa. El Call Center es hoy una solución necesaria para contar con un sistema de comunicación y relaciones con el cliente. Hay que dar un salto total a los sistemas que, como el **Contact Center**, satisfacen las necesidades de comunicación con el cliente en doble dirección: del cliente a la organización y de esta con el cliente. En este caso, la satisfacción y tecnología pueden mejorar en niveles no imaginados.

Sumado a esta necesidad de comunicación y de alguna manera satisfecha se deben contar con varios elementos que los acompañan como la Amabilidad, la Actitud de servicio, información oportuna y clara, atención al detalle, ofertas y solución de situaciones difíciles. Es aquí donde el profesionalismo, la vocación y la oportuna capacitación de los Asesores de Servicio pueden determinar la pequeña línea entre el realizar o no un pedido efectivo, los cuáles sumados de manera positiva llevan a alcanzar el objetivo de efectividad del 75% sobre el 100% de llamadas atendidas. Por otro lado medir cada uno de las variables de los Asesores de Servicio - **AHT, TMO, AUX, LLAMADAS IN BOUND, ABANDONO EN TME, EFECTIVIDAD, PROCENTAJE DE SERVICIOS Y PROMEDIO DE VENTAS POR TME**- para determinar quiénes están dentro del indicador y quiénes no, de tal manera que facilite a la Administración aplicar oportunamente los correctivos. Por otro lado todo este proceso de estandarización de los procesos operativos y comerciales debe estar acompañado de un programa de **CRM** (Customer Relationship Management) que apoyada con herramientas tecnológicas y de servicio garantizarán un proceso de fidelización y confianza en la utilización de los servicios ofrecidos a través de un Call Center o Central de Domicilios. Los modelos para plantear una estandarización requiere de asegurar por parte de los Asesores de servicio la utilización de herramientas tecnológicas apropiadas y de una claridad en la comunicación para así asegurar en alto porcentaje de efectividad en ese “corto”

tiempo de interlocución que puede ser la única oportunidad para concretar una venta efectiva.

El Autor **Kevan Hall** dice: “Al combinar las tecnologías y sacar el máximo de provecho de sus fortalezas, se puede mejorar la eficacia de sus comunicaciones en general y usar un escaso tiempo de ancho de banda alto de una manera más eficaz”.

Todos estos esfuerzos sumados lleva a un fin y es lograr la satisfacción integral de nuestros clientes quiénes son la base de todo negocio y desde esa necesidad proyectar no sólo el mejor servicio, sino el mejor producto con la optimización de los recursos y la profesionalización de las personas.

Riveros Silva dice: “Alcanzar el resultado requerido por el cliente es tener eficacia, la cual se define como la óptima relación entre el servicio prestado y las necesidades del cliente y satisfacer las necesidades debe ser un resultado que se ha planificado, que normalmente se traducen en una especificación ya sea explícita o implícita”

Por consiguiente este contenido ilustra de tal manera que podemos pensar que este argumento es válido para el objeto problema del presente trabajo de investigación.

A partir de la problemática objeto del presente trabajo de investigación, se entiende dentro del contexto problémico el **Call Center** o Central de Domicilios como un espacio amplio, ordenado, ventilado, iluminado, dotado de muebles cómodos y ergonómicos e implementos de trabajo necesarios para la adecuada y cómoda gestión de cada uno de los **Asesores de Servicio**. Estos llamados **TME** a su vez son profesionales “integrales” en servicio, ventas, asesoría, atención al cliente y la imagen viva de la empresa. Estos agentes son los responsables de gestionar todas las llamadas **INBOUND**, es decir todas las llamadas que ingresan al sistema a través de los números únicos **6004300, 6004565 y 6002929**, de una manera efectiva y dentro del promedio estándar catalogado en la sigla AHT y las llamadas **OUTBOUND** que son aquellas que

bajo una metodología clara se direcciona como estrategia comercial se realizan hacia afuera o de salida.

Estos deben estar enmarcados dentro de procesos estandarizados a nivel operativo y comercial que aseguren la medición de los indicadores mayores elementos para su análisis y mejoras a que haya lugar. Un **proceso estandarizado** se puede definir con un método ordenado, simplificado y con sentido hacia el logro de un objetivo trazado que pueda ser aplicado por uno o varios individuos responsables de una actividad específica Para alcanzar esta estandarización hay que considerar tres etapas básicas: Elaboración de flujogramas, descripción del procedimiento y registro en formato estándar. Dentro del modelo de estandarización citamos la **teoría TFV** “Las más recientes investigaciones de la literatura especializada sobre las teorías de producción, identifican tres modelos de producción dominantes en el mundo moderno de hoy, que se apoyan en sus respectivas teorías, siendo éstas el de transformación, el del flujo y el de generación de valor (**Koskela 2000**)”. El planteamiento de estas tres teorías se toma del autor: “El modelo de transformación ha dominado la mayor parte del siglo veinte, tanto en el sentido práctico como en el científico, como también sus nociones asociadas de organización y administración. Este modelo se apoya en la estrategia de la administración formulada por **Taylor (1913)**, siendo uno de sus elementos centrales el concepto de tarea, el que permite identificar todos los prerrequisitos para que se ejecute una tarea y asegurar que se utilice el mejor método para su ejecución. En general este argumento promueve los bien conocidos conceptos y principios de la planificación sistemática de la producción: investiga qué tiene que ser hecho, descomponiendo **en tareas** y resuelve su método y secuencia óptima, asegurando que todos los recursos estén disponibles y asignando cada tarea a un operador o funcionario. La teoría de producción en flujo tiene sus fundamentos en las críticas al método de transformación, que vienen a partir del campo representativo de justo a tiempo (JIT). El razonamiento teórico del movimiento justo a tiempo tiene su explicación en una visión errada que prevalece de los conceptos de procesos y operaciones. Para este modelo, un proceso se refiere al flujo de un producto

donde un trabajador a otro, que es la etapa a través de la cual las materias primas gradualmente se mueven y se convierten en productos terminados. Una operación que se refiere a una etapa discontinua en la que un trabajador puede trabajar sobre diferentes productos. Dicho de otra forma, los procesos representan el cambio que toma lugar en el material que está siendo trabajado, que es el objeto de producción; las operaciones representan las acciones que están siendo realizadas sobre un material por los trabajadores y la máquina, que es el sujeto de producción. Los principios más importantes de la teoría de producción por flujo son de tres tipos. El primer tipo consiste de un principio que actualmente es parte del fundamento teórico y conceptual que indica que la fuente fundamental del **mejoramiento es la reducción** de la participación de las actividades que no agregan valor (pérdida). El segundo tipo, es que hay principios que pueden ser derivados de esta teoría, como son la reducción del tiempo principal y la reducción de la variabilidad. Y el tercer tipo, que son más o menos del tipo heurístico, los que se han observado en la práctica como útiles pero que están menos directamente conectados a la teoría, son la simplificación por la **minimización** del número de pasos, partes y vínculos; el aumento de la flexibilidad y el aumento de la transparencia. La teoría de la producción por generación de valor considera tres subsistemas: El diseño del producto, las órdenes de entrega y la producción, en el que los subsistemas de diseño y órdenes de entrega están completamente alineados con los requerimientos del cliente, y éstos a su vez, determinan los requisitos del subsistema de producción”. (Arriaga, 2002)

El proceso de estandarización se trabajará bajo la metodología **KAIZEN** dando alcance a las herramientas: Diagramas de Pareto, Diagramas causa-efecto, Histogramas, Cartas de Control, Diagrama de dispersión, Gráficas y hojas de comprobación. Sobre este se cita: “Construir calidad en las personas significa ayudarlas a llegar a ser conscientes de Kaizen. En el entorno del trabajo abundan los problemas tanto funcionales como funcionales transversales y debe ayudarse a la gente a identificar éstos problemas. Luego se le debe entrenar en el uso de herramientas para la resolución de los problemas a fin de que puedan tratar aquellos que hayan identificado. Una vez

que se ha resuelto un problema, los resultados deben estandarizarse para evitar recurrencias. Yendo a través de este ciclo de mejoramiento que nunca termina la gente puede llegar a estar orientada al KAIZEN y tratar de disciplinarse para lograr el KAIZEN en su trabajo". (Imai, 1989)

Cuando hacemos referencia a **Nivel Operativo** damos alcance a todas las actividades inherentes al cargo de **TME** o Asesor de Servicio como: Protocolos o guiones de servicio, tiempo de conexión en el sistema, manejo del sistema ©Teledial Plus, utilización adecuada de la diadema, lectura de los monitores de alertas, utilización y aprovechamiento de las herramientas del sistema y la utilización del recurso tiempo. Cuando se hace referencia al **Nivel comercial** son todas aquellas actividades que llevan a la venta, es decir: Programas de telemarketing, campañas de impulso, promociones, técnicas efectivas de ventas, etiqueta telefónica, Script, promedios de factura, productos vendidos por factura, entre otros.

El resultado final culmina en un **proceso integral** y claro donde se alcance la satisfacción total del cliente al 100%, el cumplimiento del objetivo comercial de la Administración de lograr una **efectividad** del 75% del 100% de las llamadas gestionadas y alcanzar con la implementación del modelo de estandarización de los procesos comerciales y operativos en la recepción de llamadas en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A una diferenciación y/o **Ventaja Competitiva** con los pares en el sector de Restaurantes en la ciudad de Bogotá a corto plazo y a nivel nacional a largo plazo.

5.2 ESTADO DEL ARTE

De cara a la problemática planteada en este proyecto de no alcanzar el objetivo exigido por la dirección estratégica del Grupo CBC S.A. para la Central de Domicilios de generar un 75% de efectividad del 100% en llamadas recibidas durante un período anual- se revisarán algunas fuentes de índole académico, nacionales e internacionales, dónde se coloca en contexto el trabajo al interior de un Call Center y los alcances para orientar todos los

planes al logro de un excelente trabajo operativo y comercial desde adentro para ser efectivos en un alto porcentaje minimizando costos y optimizando la operación mediante la estandarización de los procesos operativos y comerciales.

5.2.1 ESTADO DEL ARTE INTERNACIONAL

En consecuencia se mira un contexto internacional a nivel latinoamericano se puede citar a **Ricardo Márquez** consultor especializado en la industria del call center para la región, donde respondiendo a una entrevista frente a la pregunta: ¿Qué es lo que más le preocupa de lo que pasa actualmente en los centros de contacto? Lo que falta por mejorar o dónde se alojan las mayores inquietudes de los participantes en este ámbito, responde: “Las preocupaciones son diversas, pero me inclino por la administración y manejo operativo del recurso humano. Nuestra industria depende de la calidad de interacción entre personas, por lo tanto existe una búsqueda continua de mejores prácticas que ayuden a mejorarla. Una de las principales inquietudes es el incremento de costos de capacitación del personal más especializados Vs las tasas de rotación. Como alternativas, los intentos están centrados en soluciones tecnológicas que automatizan procesos o que mejoran el control y seguimiento de prestación del servicio” (Márquez, 2013).

Esta premisa ratifica la problemática a la que se hace referencia. Por otro lado las diferentes situaciones que se pueden presentar desde una óptica negativa en cuanto a la Gestión al interior de un Call center o Contact Center afectan los diferentes indicadores de efectividad que se presenta en trabajadores directos o subcontractados, sobre estos últimos dice el Mexicano **José Antonio Bohón**: “Los trabajadores subcontractados no son empleados pagados por la empresa, por lo cual no tienen un incentivo de lealtad hacia ésta. No tienen un sentido de pertenencia. Son trabajadores contratados por "proyecto", a pesar de que la tarea que realizan suele ser continua. Por este motivo es común la "huida" de los trabajadores si encuentran un empleo de mayor calidad, con lo cual la calidad del servicio se suele resentir, ya que sustituir a los empleados que se van, no es fácil. La alta rotación de personal de la empresa que ofrece

el outsourcing, debido a que sus empleados hacen trabajos muy rutinarios, repetitivos, que no les ofrece un espacio de promoción o de integración real a la empresa que los contrata. Elimina puestos de trabajo de la empresa contratante porque son los "externos" los que comienzan a realizar las actividades no prioritarias de la empresa" (Bohón, 2014)

5.2.2 ESTADO DEL ARTE NACIONAL

En el contexto nacional la situación es muy similar y la dificultad para alcanzar una estandarización en los procesos operativos y comerciales para asegurar tanto la efectividad en la venta con la satisfacción y calidad en el servicio al cliente se hace un poco más difícil y esto repercute en los resultados de efectividad que se requiere y por ende en el cumplimiento de los indicadores propuestos. **Fernández Gómez** dice: "Proveer un buen servicio al cliente tiene mucho que ver con la comunicación. Escuchar qué es lo que quieren los clientes y proporcionarles soluciones a sus demandas de una forma rápida, eficaz y eficiente es uno de los objetivos del servicio al cliente" (Gómez, 2004)

Sin embargo, es visto como un gran potencial de crecimiento y desarrollo del mercado de call center, pero con una educación tanto del cliente interno como el cliente externo ya que la estrategia de servicio debe ser conocida por toda la organización y el cliente externo. Una vez sea socializado y mercadeado hacia el interior de la organización será posible ir al cliente externo con estrategias de educación y ventas. **González Arelys** dice: "Los Call Center hoy en día constituyen un modelo de organización empresarial con características muy atractivas para toda empresa que quiera brindarle un servicio completo a sus clientes" (González, 2014)

La implementación, desarrollo y buen desempeño de un Call center deberá cumplir con las normas y requerimientos mínimos establecidos para alcanzar los objetivos de confiabilidad y soluciones demandadas por los clientes que buscan una respuesta a todas sus necesidades. **Pineda Moreno**, Ingeniera estudiante de especialización en Gerencia de Proyectos de la Universidad de la Salle dice: "El desarrollo de una empresa que presta servicios de contact center

depende en gran proporción de la tecnología con la que se cuente para generar en los clientes confianza, inmediatez y altos niveles de productividad” (Moreno, 2007). Por otro lado el soporte tecnológico y de comunicaciones deberá complementar y apoyar la labor de los Asesores de Servicio de la Central de Domicilios como lo expresa el **ingeniero Gallego A**, especialista en Gerencia de proyectos de la EAN “Las comunicaciones conforman la base de la tecnología que soporta este negocio. Sin embargo estas comunicaciones requieren contemplar las últimas tendencias, avances y desarrollos, debido a que la forma de comunicarse hoy en día no depende únicamente de un teléfono, sino que estamos en el momento donde varios medios como el chat, internet, mail, fax entre otros, se han convertido en la alternativa altamente fiable y eficiente a la hora de estar en contacto con el cliente” (Gallego A. 2012)

Finalmente entrando más a detalle con empresas del sector Restaurantes podemos hacer referencia a la importancia del suministro de alimentos preparados en restaurantes por medio del domicilio debido a las tendencia misma del mercado que ha llevado a la utilización de este servicio cada vez mayor, sobre el particular dice **Sanclemente Yamil**: “Las comidas rápidas, los drive-true y el servicio a domicilio, crecen a pasos agigantados porque como en las grandes metrópolis, la vida laboral, el crecimiento urbano, los trancones vehiculares, etc., dificultan el desplazamiento de los ciudadanos a sus hogares para comer, obligándolos a buscar alternativas para alimentarse en su diario vivir” (Sanclemente, 2012). Para este fin damos alcance a tres marcas comerciales líderes en el sector de restaurantes especializados en pollo: Frisby, Kokoriko y Grupo CBC S.A.(Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Vea) (Axioma, La Barra, 2010)⁴, siendo estos últimos los que marcan la pauta tanto en cantidad de llamadas gestionadas como pedidos efectivos entregados promedio mes en la ciudad de Bogotá, ahora los tres cuentan con la modalidad de gestión de Domicilios a través de Call center o Centrales de Contacto o Central de Domicilios como es el caso del GRUPO CBC S.A. con muy buenos

⁴ http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles-218036_archivo_pdf3.pdf

niveles de servicio y respuestas de tiempo, pero todos en busca permanente de la estandarización de los procesos para mejorar los indicadores de efectividad con altos estándares de servicio. En el caso de Grupo CBC S.A. (Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Vea) la idea es generar una ventaja Competitiva y mantener el liderazgo dentro del sector en la ciudad de Bogotá y a largo plazo a nivel nacional.

5.2.3 ESTADO DEL ARTE INSTITUCIONAL

Los Ingenieros Industriales de la ECCI Andrés Camilo Neira Quiroga y Sergio Felipe Parra Beltrán en su tesis de grado titulada “**Diseño y Estandarización para el proceso de fabricación de productos para el control de ruido en la empresa Acústica Nacional Ltda.**” en el año 2012, definen la Estandarización como: “El proceso mediante el cual se realiza una actividad de manera estándar o previamente establecida. El término estandarización proviene del término estándar, aquel que refiere a un modo o método establecido, aceptado y normalmente seguido para realizar determinado tipo de actividades o funciones. Un estándar es un parámetro más o menos esperable para ciertas circunstancias o espacios y es aquello que debe ser seguido en caso de recurrir a algún tipo de acción”⁵

El Ingeniero Electrónico de la ECCI Jhon Darwin Delgado Mesa en su tesis de grado titulada “**Soporte para realizar una Implementación de VOIP**” en el año 2010 hace referencia a las propiedades estadísticas del tráfico: “Las demandas de los usuarios son modelados por las propiedades estadísticas del tráfico. Solo llevando a cabo mediciones en sistemas reales es posible validar que el modelo teórico describe la realidad. Este proceso es iterativo, las propiedades son derivadas del modelo y comparado con los datos medidos, si no existe un acuerdo satisfactorio entre ambas, una nueva iteración del proceso es llevada a cabo”. También el Ing. Delgado Mesa da alcance a los conceptos **Tráfico** y lo define como: “a la cantidad de llamadas que realizan por la ruta en hora pico de un día normal identificando la capacidad necesaria para

⁵ Niebel, Freivalds, Ingeniería de Métodos, estándares y diseño de trabajo. 11 ed. México: Alfaomega, 2004. Pág. 8

el enlace, y el concepto de **Ocupación o tiempo de retención de llamada** como: “El tiempo de duración promedio de las llamadas que se efectúan por un canal”. **Erlang**: “Número de llamadas por promedio de ocupación (seg/360seg)”. **Grado de Servicio**: “Es la medida de probabilidad de que una llamada realizada a una central determinada no encuentre un circuito de voz desocupado en el primer intento. Y hace referencia también a la Calidad del Servicio QoS donde en una red IP es necesario tener un trato especial para la información de voz, debido a que IP es un protocolo diseñado para entregar un paquete de forma segura a su destino sin importancia del tiempo que tomó realizar esto. En la actualidad las redes IP soportan un sinnúmero de aplicaciones distintas, muchas de las cuales requieren bajo retardo, de otra manera se verán afectada la calidad o causará que la aplicación simplemente no funcione. Para poder dar un tratamiento diferenciado a la VOZ con respecto a los DATOS, es necesario implementar métodos de discriminación o parametrización de TRÁFICO, es decir implementar técnicas de calidad de servicio. QoS, es un término globalmente para describir las técnicas utilizadas a nivel de red y no la calidad percibida por el usuario, por esto QoS envuelve un conjunto de Tecnologías, Arquitecturas y protocolos”.

Por otro lado los Ingenieros Industriales de la ECCI Gerson Andretti Casas Figueroa y Wilder Ordoñez Ariza en su tesis de grado titulada “ **Proyecto de estandarización de procesos de reestructuración organizacional y requerimientos del sistema de manejo de integración para el área de transporte de la empresa Suply chain Colombia**” en el año 2010 dan alcance al término Indicadores de Gestión bajo el concepto KPI`s y lo define como: “ Del inglés Key Performance Indicators o indicadores claves de desempeño, miden el nivel de desempeño de un proceso, enfocándose en el “cómo” e indicando qué tan buenos son los procesos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado. Los KPI`s son métricas financieras o no financieras, utilizadas para cuantificar objetivos que reflejan el rendimiento de una organización y que generalmente se recogen en su plan estratégico. Estos indicadores son utilizados en inteligencia de negocios para asistir o ayudar al estado actual de un negocio a prescribir una línea de acción futura”.

Siguiendo la línea de indicadores damos alcance al Ingeniero Mecánico Especialista en Gerencia de Mantenimiento en su tesis de grado titulada **“Diseño de un sistema de indicadores de Gestión para el Departamento de Mantenimiento de Servinco Drilling S.A.”** define un Indicador como: “Una medida utilizada para cuantificar la eficiencia y/o eficacia de una actividad o proceso. Un sistema de indicadores puede definirse como un conjunto de indicadores relacionados”. Ahora bien, enfocando el tema hacia la parte de servicio los Ingenieros Industriales de la ECCI Leonardo Páez Rodríguez, Lorena Patricia Gómez Rodríguez y Juliette Milena Campos Lozano en su tesis de grado titulada **“ Diagnóstico de fallas en proceso INBOUND, campaña solicitudes y reclamos ETB corporativo, aplicando teoría de restricciones (TOC)”** en 2011, dan alcance al Nivel de Servicio y lo definen como: “ Dato que indica el porcentaje de llamadas recibidas en una operación, en comparación con las llamadas ofrecidas o que ingresan por un IVR. Este dato da a entender si el área se encuentra controlada o no, informando las llamadas que se contestan en un día, mes u otra unidad de tiempo”. También se da alcance al concepto de Contact Center y lo definen como: “Una plataforma integrada de todos los posibles canales de comunicación con el cliente que ofrece servicios y productos y la gestión de los procesos de negocio que cada contacto implique”.

La Ingeniera Electrónica Claudia Patricia Silva Triana en su trabajo de grado titulado: **“Monitoreo, Gestión y Administración de la Central telefónica IBM como proyecto de pasantía para la empresa Servitepro Ltda.”** en 2009 define los conceptos **Call Center** diciendo: “También conocidos como centros de atención de llamadas, son compañías que disponen de una serie de personas que se dedican a atender llamadas o a realizar llamadas o incluso ambas tareas, el fin de estas llamadas pueden ser con diversos objetivos como por ejemplo: departamentos de atención a clientes, atención a reclamaciones, asistencias y soporte técnico, departamentos que hacen encuestas, empresas de Telemarketing, etc. **Call manager** es un software basado en un sistema de tratamiento de llamadas y telefonía sobre IP desarrollado por CISCO SYSTEMS el cual rastrea todos los componentes VoIP activos en la red, esto

incluye teléfonos, gateways, puentes de conferencia, recursos para las transcodificación y sistemas de mensajería, entre otros. **Centrex**, central virtual cerrada por un proveedor de servicios sobre una central digital pública, la cual no requiere equipo de conmutación en el domicilio del cliente, ya que son las propias extensiones de la central pública las que se prolongan hasta el mismo, pero sí requieren de un tendido con mayor número de cables, tantos pares como terminales telefónicos se instalen”.

Para los Tecnólogos en sistemas Jonathan Eduardo Morales León y José Alejandro Hurtado Lozano en su trabajo de grado titulado **“Sistema de Indicadores de Gestión para la Coordinación de Sistemas de la Escuela Colombiana de Carreras Industriales”** en 2011 concluyen diciendo: “Los Sistemas de Información actualmente están involucrados en todas las actividades del día a día de las personas, la sistematización de procesos se hace cada vez más evidente y necesaria ya que los datos manejados en herramientas tecnológicas son de más confiabilidad y de mayor rendimiento haciendo que los resultados de las organizaciones que las usan sean más efectivas y precisas. La medición de metas y objetivos mediante Indicadores de Gestión en las distintas áreas de una empresa es conveniente para identificar los aspectos que no permiten el correcto desarrollo de las actividades propuestas para luego crear planes de mejoramiento para cada uno de los indicadores y de este modo culminar los objetivos de manera satisfactoria”.

Uno de los productos que genera valor con el tiempo para las empresas es el crecimiento de su base de datos, la cual se debe administrar y cuidar para asegurar su integridad. Para los Tecnólogos en Desarrollo Informático Carlos Andrés Hernández Vega, Sandra Milena Hernández Hernández y Xilson Realpe Lasso en su trabajo de grado titulado: **“Sistema de Indicadores de Gestión para la Coordinación de Sistemas de la Escuela Colombiana de Carreras Industriales”** en 2011 definen las Bases de Datos como “Un sistema computarizado que sirve para guardar registros organizados y relacionados entre sí, puesto que su finalidad es almacenar información en grandes cantidades, permitiendo a los usuarios recuperar y actualizar la información con

base en peticiones (referenciado C.J.Date, Introducción a los sistemas de bases de datos [consultado en línea el 12 de Julio de 2011]). La Base de Datos denominada Relacional son las más populares actualmente, la posibilidad de relacionar varias tablas de datos entre sí, compartiendo información y evitando la duplicidad y los problemas que ello conlleva (espacio de almacenamiento y redundancia). Existen numerosas bases de datos relacionales para distintas plataformas- Access, Paradox, Oracle, Sybase- y son ampliamente utilizadas”.

Frente al tema de la importancia de la estandarización de procesos operativos los Tecnólogos en Gestión de Procesos Industriales Jhon Alexander Garay Sanabria, Sergio Antonio Silva Velásquez y Fabio Andrés Soto cortés en su trabajo de grado titulado: “ **Propuesta para la Estandarización del proceso de diseño y mantenimiento de dispositivos de carga de material, que contribuye a la aseguración de las operaciones en el área de Lean material de la empresa General Motors Colmotores S.A**” en 2011 dicen: “ Luego de analizadas las variables se entra a revisar qué requiere el proceso para poder estandarizar u organizar cada requerimiento para la mejora del mismo y para implementar una adecuada estandarización se requiere: Que los miembros del proceso participen en la estandarización, que el personal involucrado reciba capacitación en el estándar y que el estándar represente la forma más fácil, segura y mejor de hacer el trabajo”.

5.3 MARCO LEGAL

Damos alcance a la Norma Internacional ISO 9001-2008 (ICONTEC, 2008), ya que brinda las guías y herramientas necesarias para la implementación y auditoría de nuestro modelo de estandarización de los procesos comerciales y operativos en la recepción de llamadas en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A. Norma COPC-2000: “La Norma COPC-2000® detalla las prácticas de clase mundial orientadas a la gestión de procesos propios de operaciones de contacto con clientes, en cualquiera de sus modalidades: atención telefónica, el chat, la interacción por web, la atención personalizada,

así como todo tipo de transacciones off-line que sea parte de la cadena de servicios a clientes." (Grupo GSS, 2014)

6. TIPO DE INVESTIGACIÓN

6.1 ENFOQUE

Este trabajo de investigación tiene un enfoque de carácter cuantitativo ya que parte del análisis documental generado en el Informe de Gestión de la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A. del año 2013 elaborado por el Jefe de la Central basado en la información suministrada por los sistemas: ©TELEDIAL CRM y ©ECS COMUNICACIONES ASELLERATOR (Cuadros No. 02 y 03). Estos datos se analizaron y estudiaron con el fin de respaldar el planteamiento del problema, Objetivos, justificación y Delimitación presentados en los numerales 3.2.1; 3.2.3 y 3.2.4 del numeral 3.2 del presente trabajo.

6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo ESTUDIO DEL CASO, ya que parte de un proceso de indagación que nace de una problemática real presentada en la CENTRAL DE DOMICILIOS de la empresa GRUPO CBC S.A. que aplica a la línea de PRODUCTIVIDAD del grupo Institucional GIPA. El investigador: Ing. Milton Marino Mesa Martínez con CV LAC No. 0001578820201407071856.

El trabajo de observación y estudio del caso para la propuesta se realiza sobre la gestión operativa y comercial de los Asesores de Servicio, la medición de tiempos de gestión, tiempos de conexión y desconexión, desempeños particulares en horas pico y horas valle apoyan la lectura y entendimiento de los datos recopilados y procesados por los sistemas OPERATIVOS de la CENTRAL DE DOMICILIOS, protocolo de servicio, script, mezcla de menú y habilidades comerciales efectivas.

6.3 FASES DE INVESTIGACIÓN

Para su desarrollo y organización esta investigación se estructura a partir de las fases de ciclo PHVA. En la fase PLANEAR se propone la idea de investigación a partir de una problemática determinada en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A, la cual permite plantear la Descripción del problema, la Pregunta de investigación, la Línea de investigación, Objetivo General, Objetivos específicos, Justificación, Delimitación, Marcos Teórico, Conceptual y Lega. Esta fase inicia el 05 de febrero de 2014 y termina el 19 de febrero de 2014 con la sustentación final del anteproyecto. La fase HACER se desarrollará en el segundo módulo de la Especialización DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA INERNACIONAL desde el 07 de Julio de 2014 hasta el 26 de Septiembre de 2014. La fase ACTUAR corresponde a la Implementación como tal del proyecto en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A a partir del 01 de Octubre de 2014 y finaliza el 03 de Febrero de 2015. La etapa de VERIFICACIÓN será el monitoreo y evaluaciones (2 semanales) al proceso de implementación con el fin de “ajustar” y hacer la correcciones a que haya lugar y comparar los datos con los RESULTADOS ESPERADOS (Numeral 9) y medir el indicador para que una vez terminado el proceso de implementación contemos con las cifras y porcentajes obtenidos como respaldo a la iniciativa.

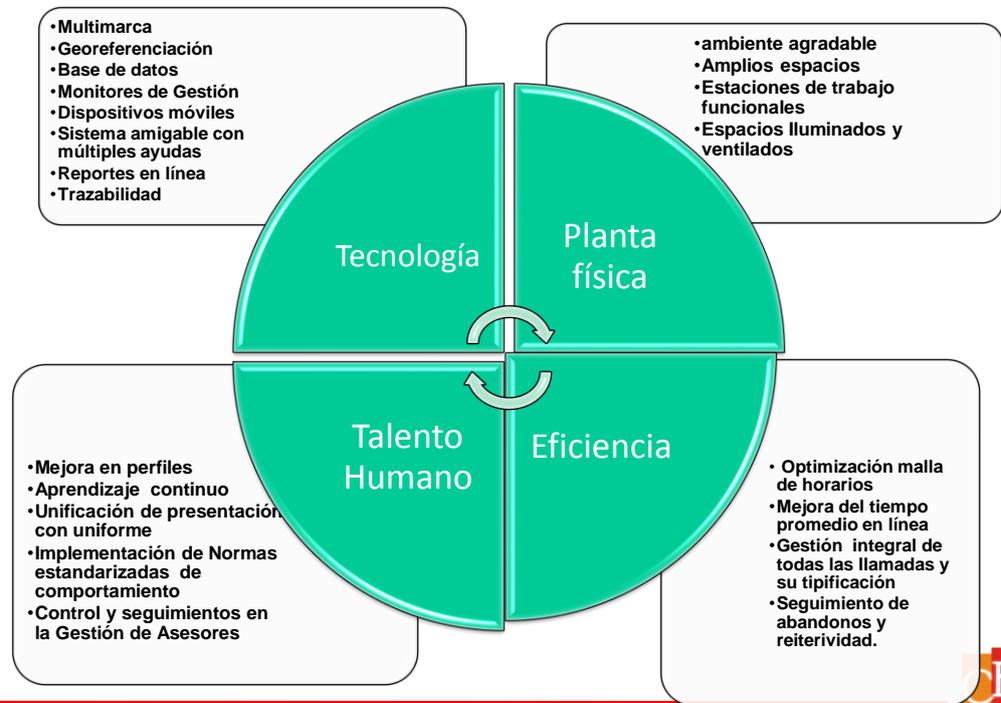
7. DISEÑO METODOLÒGICO

7.1 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se realiza un análisis de cuatro áreas claves de desempeño en la Central de Domicilios: **Tecnología, Planta física, Talento Humano y Eficiencia.**

GRÁFICO No. 01 ASPECTOS BASE ESTANDARIZACIÓN
(Describe el trabajo de observación de campo en la Central)

PROCESOS DE ESTANDARIZACIÓN CENTRAL DE DOMICILIOS GRUPO CBC S.A.



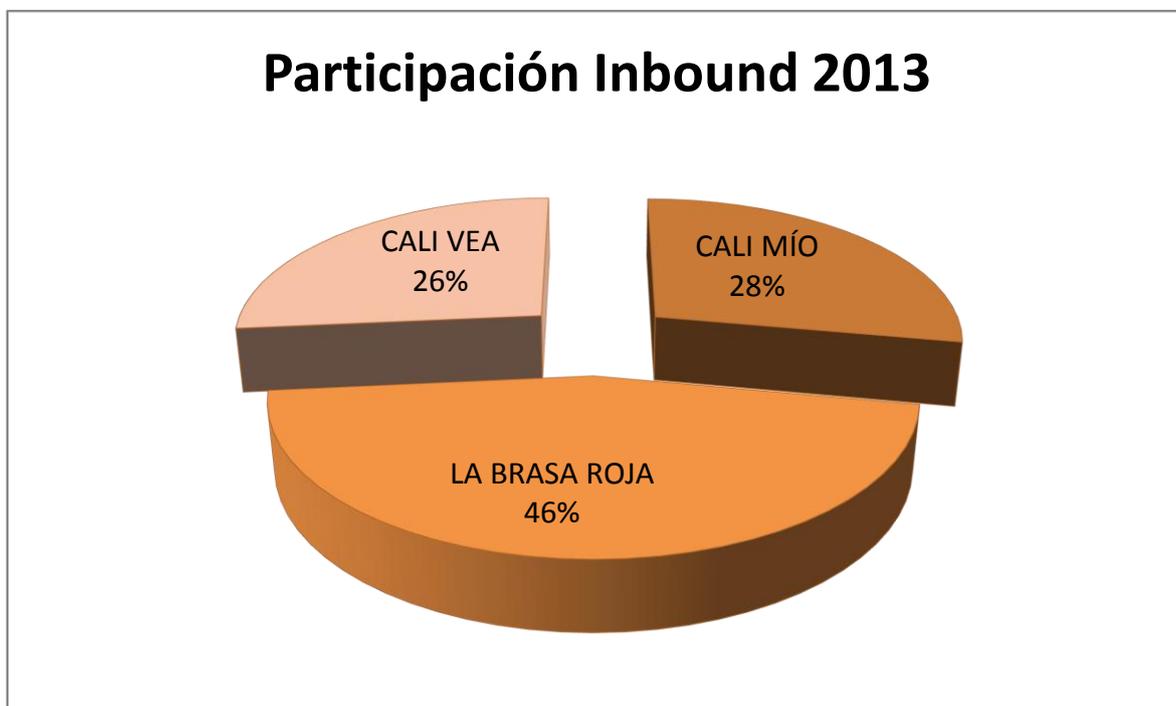
Fuente: Autor

**GRÁFICO No. 02 CENTRAL DE DOMICILIOS
(Registro fotográfico áreas de operación)**



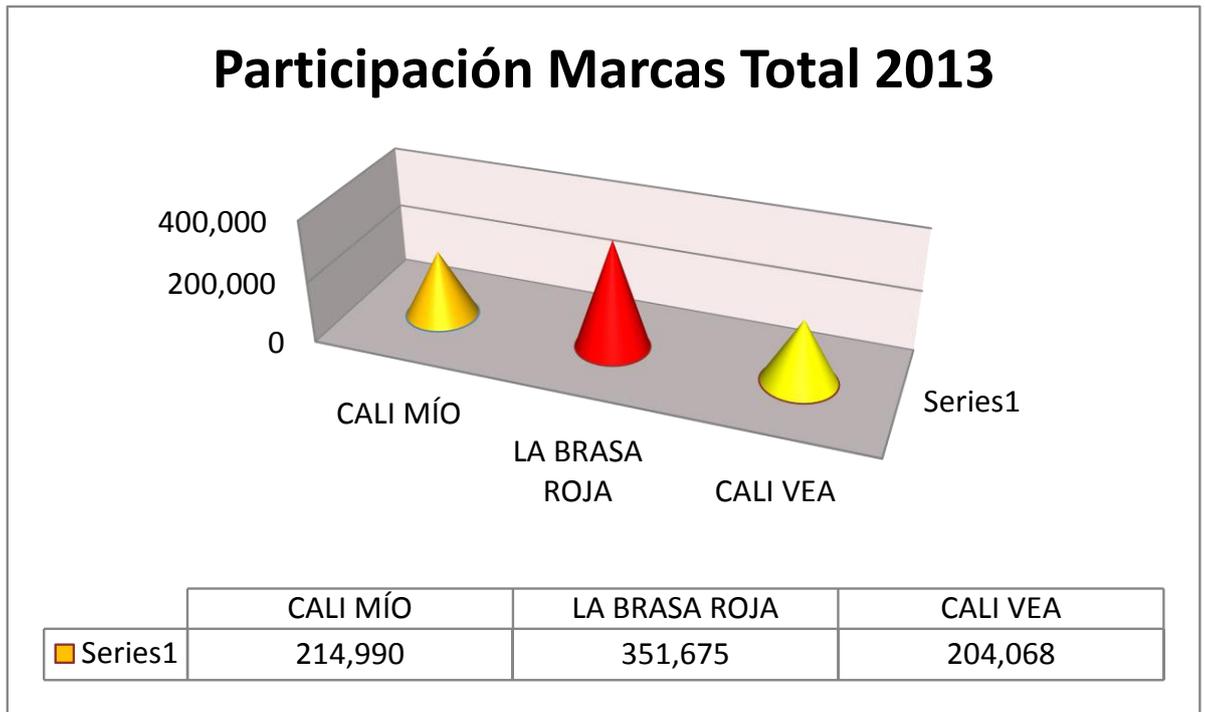
Fuente: Autor

**GRÁFICO No. 03 PARTICIPACIÓN 2013
(% PARTICIPACIÓN DE CADA UNA DE LAS MARCAS EN EL TOTAL
LLAMADAS ENTRANTES)**



Fuente: Autor

**GRÁFICO No. 04 PARTICIPACIÓN TOTAL INBOUND 2013
(PARTICIPACIÓN CANTIDAD DE LLAMADAS DE CADA UNA DE LAS
MARCAS EN EL TOTAL AÑO)**



Fuente: Autor

**CUADRO No. 01 PARTICIPACIÓN CANALES 2013
(GESTIÓN, ABANDONOS, AHT, EFECTIVIDAD Y PROMEDIO FACTURA
GENERAL MARCAS Y CBC)**

**PARTICIPACIÓN LLAMADAS POR CANALES DE
COMUNICACIÓN BRASA ROJA**

CALI MIO	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos/llamadas	Promedio factura
2012(Marzo a Dic)	116,006	1,414	1.2%	2.37	73,849	64%	29,426
2013	214,930	3,728	1.7%	1.40	135,964	63%	31,043
Totales	85%	164%	42%	-0.97	84%	-0.4%	5%

BRASA ROJA	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% Efectivos/llamadas	Promedio factura
2012	230,055	3,051	1.3%	2.16	152,229	66%	29,952
2013	351,675	6,561	1.9%	1.46	212,376	60%	30,811
Totales	53%	115%	41%	-0.69	40%	-5.8%	3%

CALI VEA	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos/llamadas	Promedio factura
2012	157,952	1,900	1.2%	2.38	106,222	67%	28,177
2013	204,068	2,284	1.1%	1.42	135,431	66%	29,333
Totales	29%	20%	-7%	-0.96	27%	-0.9%	4%

CBC	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos vs llamadas	Promedio factura
2012	482,189	5,969	1.2%	2.17	318,614	66%	29,247
2013	770,674	12,573	1.6%	1.42	483,771	63%	30,459
Totales	60%	111%	32%	-0.75	52%	-3.3%	4%



Fuente: Autor

**CUADRO No. 02 PARTICIPACIÓN CANALES CALI MÍO 2013
(GESTIÓN, ABANDONOS, AHT, EFECTIVIDAD Y PROMEDIO FACTURA-
CALI MÍO)**

CALI MIO	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos/ llamadas	Promedio factura
Ene-13	12,608	122	1.0%	1.45	8,201	65%	31,788
Feb-13	13,636	163	1.2%	1.41	8,472	62%	30,420
Mar-13	16,597	373	2.2%	1.4	11,013	66%	30,824
Abr-13	15,939	995	6.2%	1.34	9,859	62%	31,421
May-13	16,610	583	3.5%	1.42	10,168	61%	30,869
Jun-13	15,987	247	1.5%	1.44	10,055	63%	31,024
Jul-13	18,127	178	1.0%	1.4	12,114	67%	30,085
Ago-13	20,991	281	1.3%	1.46	13,255	63%	29,838
Sep-13	20,444	263	1.3%	1.41	12,798	63%	28,975
Oct-13	20,087	232	1.2%	1.42	12,642	63%	30,393
Nov-13	21,091	169	0.6%	1.39	13,345	63%	30,849
Dic-13	22,813	122	0.6%	1.27	14,041	62%	35,405
Totales	214,930	3,728	1.7%	1.40	135,964	63%	31,043



Fuente: Autor

**CUADRO No. 03 PARTICIPACIÓN CANALES BRASA ROJA
2013(GESTIÓN, ABANDONOS, AHT, EFECTIVIDAD Y PROMEDIO
FACTURA- BRASA ROJA)**

BRASA ROJA	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% Efectivos/llamadas	Promedio factura
Ene-13	19,624	233	1.2%	1.43	13,385	68%	30,578
Feb-13	20,899	283	1.4%	1.45	13,235	63%	29,900
Mar-13	25,370	767	3.0%	1.52	17,461	69%	31,227
Abr-13	23,178	1,543	6.7%	1.46	14,769	64%	30,456
May-13	25,180	1,129	4.5%	1.52	15,553	62%	30,201
Jun-13	24,470	304	1.2%	1.54	15,180	62%	30,857
Jul-13	26,774	333	1.2%	1.51	15,906	59%	30,962
Ago-13	29,704	303	1.0%	1.57	17,505	59%	28,968
Sep-13	27,553	220	0.8%	1.62	16,925	61%	27,937
Oct-13	38,196	483	1.3%	1.39	21,643	57%	28,913
Nov-13	47,902	494	1.0%	1.26	24,300	51%	32,761
Dic-13	42,825	469	1.1%	1.26	26,515	62%	34,501
Totales	351,675	6,561	1.9%	1.46	212,376	60%	30,811



Fuente: Autor

**CUADRO No. 04 PARTICIPACIÓN CANALES CALI VEA 2013
(GESTIÓN, ABANDONOS, AHT, EFECTIVIDAD Y PROMEDIO FACTURA-
CALI VEA)**

CALI VEA	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos/Llamadas	Promedio factura
Ene-13	12,231	96	0.8%	1.46	8,397	69%	29,747
Feb-13	12,269	90	0.7%	1.44	8,667	71%	29,097
Mar-13	15,394	215	1.4%	1.52	11,328	74%	29,015
Abr-13	14,410	616	4.3%	1.43	10,075	70%	28,440
May-13	15,100	346	2.3%	1.46	10,511	70%	29,536
Jun-13	15,336	150	1.0%	1.44	10,705	70%	29,979
Jul-13	16,103	97	0.6%	1.39	11,646	72%	30,189
Ago-13	20,261	189	0.9%	1.46	13,142	65%	27,860
Sep-13	19,581	125	0.6%	1.42	12,332	63%	27,480
Oct-13	20,391	151	0.7%	1.38	12,324	60%	28,720
Nov-13	21,411	128	0.6%	1.39	13,192	62%	29,150
Dic-13	21,582	81	0.4%	1.28	13,112	61%	33,811
Totales	204,068	2,284	1.1%	1.42	135,431	66%	29,333



Fuente: Autor

**CUADRO No. 05 PQR's Y CANCELADOS DIC 2013
(TIPIFICACIÓN PETICIONES, QUEJAS , RECLAMOS Y CANCELADOS
GENERAL Y POR MARCAS)**

Dic-13	CALI MIO	%	BRASA ROJA	%	CALI VEA	%	CBC	%
DEMORA	519	4.6%	833	6.0%	323	3.3%	1675	4.8%
INCOMPLETOS	91	0.8%	138	1.0%	49	0.5%	278	0.8%
EQUIVOCADOS	26	0.2%	37	0.3%	21	0.2%	84	0.2%
CALIDAD	18	0.2%	60	0.4%	25	0.3%	103	0.3%
SERVICIO	12	0.1%	38	0.3%	11	0.1%	61	0.2%
TOTALES	666	5.9%	1,106	8.0%	429	0.04	2,201	6.31%
PEDIDOS EFECTIVOS CENTRAL	11,233		13,788		9,834		34,855	
CANCELADOS	256	2.3%	536	3.9%	302	3.1%	1,094	3.1%

Fuente: Autor

**CUADRO No. 06 INBOUND DIC 2013
(GESTIÓN GENERAL DE LLAMADAS DETALLE)**

Diciembre 2013				
	Cali Mío	Brasa Roja	Cali Veá	CBC
Entrada llamadas	19,391	23,554	17,266	60,210
IVR	1,759	2,022	1,504	5,285
Única llamada	1,340	1,940	1,380	4,660
Clientes Entrantes	17,632	21,532	15,762	54,925
Abandono	122	269	81	472
%IVR	9.1%	8.6%	8.7%	8.8%
% Abandono	0.6%	1.1%	0.5%	0.8%
Clientes Efectivos	11,233	13,788	9,834	34,855
Tipificadas otros Conceptos	6,891	10,819	6,505	25,215
Sin Gestión	3	33	2	38
Solicita Pedido/cotización	835	1,681	872	3,388
Información	4,209	6,474	3,752	14,435
No cobertura	82	114	117	313
PQR	615	1,000	382	1,997
Cancela Servicio	132	272	139	543
Codifica Servicio	19	28	13	60
Equivocado	124	221	121	466
Broma	90	169	137	396
No tipifica	782	1,827	970	3,579
% participación(Efectivos Vs Entrantes)	64%	64%	62%	63%
AHT	187	186	188	187
Asesores de Servicio Fijo	16	240	hH/mes	
Asesores de Servicio F.S	24	80	hH/mes	
Tiempo Efectivo Fijo		61%	146.4	
Tiempo Efectivo F.S		66%	52.8	
Total Tiempo Efectivo Fijo		2,342	hH/mes	
Total Tiempo Efectivo F.S		1,267	hH/mes	
No. llamadas por hora Erlang	16			
Llamadas Máx Asesores Fijos		37,478		
Llamadas Máx Asesores F.S		20,275		
Totales Llamadas Máx a recibir		57,754		
Totales Llamadas IVR Dic 2013		54,925		
Holgura		5%		

Fuente: Autor

**GRÁFICO No. 05 PROPUESTA OPTIMIZACIÓN 01
(BASE DE PERSONAL CIERRE 2013 Y PROPUESTA DE MEJORA AÑO
2014 EN PESOS)**

Base Inicial Proyectada Central

Asesores Fijos T.C	20	20,912,400
Asesores Fijos M.T	0	0
Asesores Refuerzo F.S.	26	9,062,040
Totales	46	29,974,440
Jefe Central	1	3,630,900
Coordinadores	2	3,281,300
Totales	49	36,886,640

Base Propuesta Central Año 2014

Asesores Fijos T.C	10	10,456,200
Asesores Fijos M.T	12	6,273,720
Asesores Refuerzo F.S.	23	8,016,420
Totales	45	24,746,340
Jefe Central	1	3,630,900
Coordinadores	2	3,281,300
Totales	48	31,658,540

Optimización	-5,228,100
---------------------	-------------------

Fuente: Autor

**GRÁFICO No. 06 PROPUESTA OPTIMIZACIÓN 02
(BASE DE PERSONAL CIERRE 2013 Y PROPUESTA DE MEJORA AÑO
2014 EN NÚMERO DE COLABORADORES)**

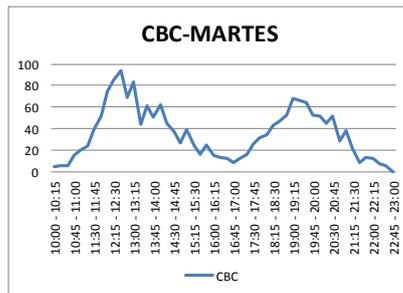
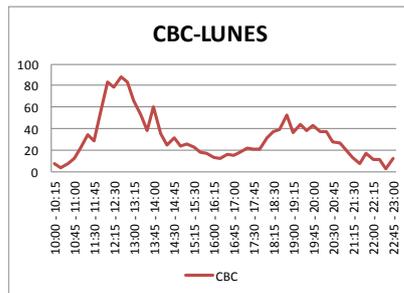
Base a Dic 2013	
Asesores Fijos T.C	16
Asesores Fijos M.T	0
Asesores Refuerzo F.S.	24
Totales	40
Jefe Central	1
Coordinadores	2
Totales	43

Base Propuesta Central 2014	
Asesores Fijos T.C	10
Asesores Fijos M.T	12
Asesores Refuerzo F.S.	23
Totales	45
Jefe Central	1
Coordinadores	2
Totales	48

Fuente: Autor

CUADRO No. 07 INBOUND HORARIO LUNES-MARTES (INGRESO DE LLAMAS POR FRANJA DE TIEMPO Y AHT)

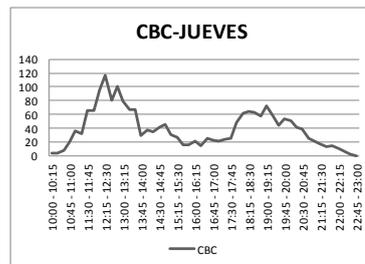
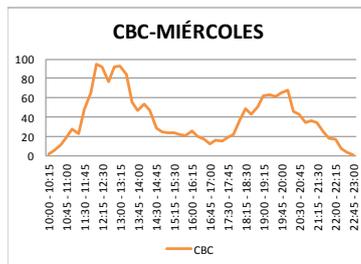
Horario	LUNES			AHT	Horario	MARTES			AHT
	135	133	137	135		136	134	138	136
	CM	BR	CV	CBC		CM	BR	CV	CBC
10:00 - 10:15	5	0	3	8	10:00 - 10:15	0	3	2	5
10:15 - 10:30	1	2	1	4	10:15 - 10:30	1	3	2	6
10:30 - 10:45	2	4	2	8	10:30 - 10:45	1	1	4	6
10:45 - 11:00	4	7	1	12	10:45 - 11:00	1	10	4	15
11:00 - 11:15	8	8	6	22	11:00 - 11:15	3	13	4	20
11:15 - 11:30	12	16	6	34	11:15 - 11:30	6	12	6	24
11:30 - 11:45	10	9	10	29	11:30 - 11:45	8	17	14	39
11:45 - 12:00	14	31	13	58	11:45 - 12:00	12	25	15	52
12:00 - 12:15	26	30	27	83	12:00 - 12:15	14	36	25	75
12:15 - 12:30	23	25	31	79	12:15 - 12:30	27	27	31	85
12:30 - 12:45	24	35	29	88	12:30 - 12:45	31	27	36	94
12:45 - 13:00	30	27	26	83	12:45 - 13:00	28	25	16	69
13:00 - 13:15	19	21	26	66	13:00 - 13:15	27	29	27	83
13:15 - 13:30	16	16	21	53	13:15 - 13:30	17	13	14	44
13:30 - 13:45	11	13	14	38	13:30 - 13:45	25	19	17	61
13:45 - 14:00	21	22	17	60	13:45 - 14:00	20	20	11	51
14:00 - 14:15	8	10	17	35	14:00 - 14:15	19	25	18	62
14:15 - 14:30	9	7	9	25	14:15 - 14:30	12	14	19	45
14:30 - 14:45	8	12	12	32	14:30 - 14:45	18	7	12	37
14:45 - 15:00	9	8	7	24	14:45 - 15:00	7	8	12	27
15:00 - 15:15	8	5	13	26	15:00 - 15:15	16	9	14	39
15:15 - 15:30	9	8	6	23	15:15 - 15:30	8	7	10	25
15:30 - 15:45	9	5	4	18	15:30 - 15:45	4	3	9	16
15:45 - 16:00	3	8	6	17	15:45 - 16:00	8	6	11	25
16:00 - 16:15	6	2	5	13	16:00 - 16:15	5	6	4	15
16:15 - 16:30	3	4	5	12	16:15 - 16:30	4	1	8	13
16:30 - 16:45	6	4	6	16	16:30 - 16:45	6	3	3	12
16:45 - 17:00	7	4	4	15	16:45 - 17:00	4	1	4	9
17:00 - 17:15	5	9	4	18	17:00 - 17:15	3	4	5	12
17:15 - 17:30	8	9	5	22	17:15 - 17:30	3	6	7	16
17:30 - 17:45	7	5	9	21	17:30 - 17:45	8	11	7	26
17:45 - 18:00	7	9	5	21	17:45 - 18:00	8	17	7	32
18:00 - 18:15	12	13	7	32	18:00 - 18:15	6	19	9	34
18:15 - 18:30	10	13	14	37	18:15 - 18:30	8	17	18	43
18:30 - 18:45	17	10	12	39	18:30 - 18:45	15	14	18	47
18:45 - 19:00	22	12	19	53	18:45 - 19:00	14	26	13	53
19:00 - 19:15	14	12	10	36	19:00 - 19:15	18	29	21	68
19:15 - 19:30	17	12	15	44	19:15 - 19:30	17	25	24	66
19:30 - 19:45	16	9	13	38	19:30 - 19:45	21	18	25	64
19:45 - 20:00	8	22	13	43	19:45 - 20:00	11	16	26	53
20:00 - 20:15	10	13	14	37	20:00 - 20:15	12	19	21	52
20:15 - 20:30	13	13	11	37	20:15 - 20:30	11	14	20	45
20:30 - 20:45	8	8	12	28	20:30 - 20:45	16	12	24	52
20:45 - 21:00	8	10	9	27	20:45 - 21:00	7	8	14	29
21:00 - 21:15	2	8	10	20	21:00 - 21:15	9	12	17	38
21:15 - 21:30	2	6	5	13	21:15 - 21:30	5	5	12	22
21:30 - 21:45	1	2	5	8	21:30 - 21:45	3	1	5	9
21:45 - 22:00	3	3	11	17	21:45 - 22:00	4	3	6	13
22:00 - 22:15	3	5	3	11	22:00 - 22:15	5	4	3	12
22:15 - 22:30	2	5	4	11	22:15 - 22:30	4	2	2	8
22:30 - 22:45	1	1	1	3	22:30 - 22:45	4	1	1	6
22:45 - 23:00	4	4	4	12	22:45 - 23:00				0
Totales	511	556	542	1,609	Totales	544	653	657	1,854



Fuente: Autor

**CUADRO No. 08 INBOUND HORARIO MIÉRCOLES-JUEVES
(INGRESO DE LLAMAS POR FRANJA DE TIEMPO Y AHT)**

Horario	MIÉRCOLES				AHT	JUEVES				AHT
	137	135	137	136		139	138	139	139	
	CM	BR	CV	CBC	Horario	CM	BR	CV	CBC	
10:00 - 10:15	2	0	0	2	10:00 - 10:15	0	1	3	4	
10:15 - 10:30	3	2	1	6	10:15 - 10:30	0	2	2	4	
10:30 - 10:45	3	6	2	11	10:30 - 10:45	0	1	7	8	
10:45 - 11:00	8	2	9	19	10:45 - 11:00	3	8	9	20	
11:00 - 11:15	7	6	15	28	11:00 - 11:15	9	11	16	36	
11:15 - 11:30	8	7	8	23	11:15 - 11:30	4	11	17	32	
11:30 - 11:45	15	9	24	48	11:30 - 11:45	18	20	28	66	
11:45 - 12:00	17	19	29	65	11:45 - 12:00	21	27	18	66	
12:00 - 12:15	34	26	35	95	12:00 - 12:15	24	48	23	95	
12:15 - 12:30	32	38	22	92	12:15 - 12:30	38	34	45	117	
12:30 - 12:45	31	20	26	77	12:30 - 12:45	30	16	35	81	
12:45 - 13:00	27	31	34	92	12:45 - 13:00	39	36	26	101	
13:00 - 13:15	33	31	29	93	13:00 - 13:15	28	27	24	79	
13:15 - 13:30	34	27	23	84	13:15 - 13:30	28	26	13	67	
13:30 - 13:45	20	19	17	56	13:30 - 13:45	30	17	20	67	
13:45 - 14:00	13	14	20	47	13:45 - 14:00	8	8	13	29	
14:00 - 14:15	16	26	12	54	14:00 - 14:15	9	14	14	37	
14:15 - 14:30	22	13	12	47	14:15 - 14:30	15	14	6	35	
14:30 - 14:45	12	13	4	29	14:30 - 14:45	19	13	9	41	
14:45 - 15:00	5	6	14	25	14:45 - 15:00	17	10	18	45	
15:00 - 15:15	5	6	13	24	15:00 - 15:15	13	5	13	31	
15:15 - 15:30	7	10	7	24	15:15 - 15:30	10	9	8	27	
15:30 - 15:45	8	7	7	22	15:30 - 15:45	3	8	5	16	
15:45 - 16:00	2	10	9	21	15:45 - 16:00	9	3	4	16	
16:00 - 16:15	11	4	11	26	16:00 - 16:15	5	11	5	21	
16:15 - 16:30	10	7	3	20	16:15 - 16:30	2	6	7	15	
16:30 - 16:45	5	6	6	17	16:30 - 16:45	7	6	12	25	
16:45 - 17:00	3	2	7	12	16:45 - 17:00	5	10	8	23	
17:00 - 17:15	6	2	8	16	17:00 - 17:15	5	10	6	21	
17:15 - 17:30	8	6	1	15	17:15 - 17:30	5	12	7	24	
17:30 - 17:45	3	9	7	19	17:30 - 17:45	6	9	10	25	
17:45 - 18:00	4	5	13	22	17:45 - 18:00	18	10	20	48	
18:00 - 18:15	9	15	13	37	18:00 - 18:15	16	19	26	61	
18:15 - 18:30	13	20	16	49	18:15 - 18:30	15	20	29	64	
18:30 - 18:45	12	18	13	43	18:30 - 18:45	17	16	30	63	
18:45 - 19:00	10	11	30	51	18:45 - 19:00	22	23	13	58	
19:00 - 19:15	15	26	21	62	19:00 - 19:15	20	24	28	72	
19:15 - 19:30	22	14	27	63	19:15 - 19:30	16	16	26	58	
19:30 - 19:45	19	20	22	61	19:30 - 19:45	9	5	30	44	
19:45 - 20:00	14	26	25	65	19:45 - 20:00	15	10	29	54	
20:00 - 20:15	16	27	25	68	20:00 - 20:15	15	14	22	51	
20:15 - 20:30	17	15	14	46	20:15 - 20:30	14	17	11	42	
20:30 - 20:45	12	16	15	43	20:30 - 20:45	10	12	17	39	
20:45 - 21:00	10	8	16	34	20:45 - 21:00	11	8	7	26	
21:00 - 21:15	16	9	11	36	21:00 - 21:15	7	9	6	22	
21:15 - 21:30	12	15	7	34	21:15 - 21:30	6	8	3	17	
21:30 - 21:45	10	9	6	25	21:30 - 21:45	2	4	8	14	
21:45 - 22:00	5	6	7	18	21:45 - 22:00	3	6	6	15	
22:00 - 22:15	7	4	6	17	22:00 - 22:15	4	4	3	11	
22:15 - 22:30	3	2	3	8	22:15 - 22:30	2	2	2	6	
22:30 - 22:45	1	1	2	4	22:30 - 22:45	1	1	1	3	
22:45 - 23:00			1	1	22:45 - 23:00				0	
Totales	637	651	708	1,996	Totales	633	661	748	2,042	

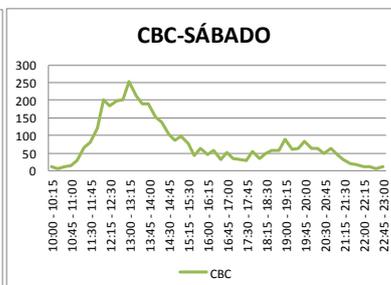
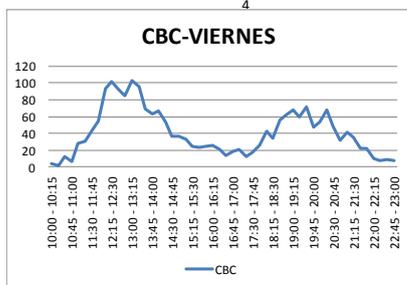


Fuente: Autor

CUADRO No. 09 INBOUND HORARIO VIERNES- SÁBADO (INGRESO DE LLAMAS POR FRANJA DE TIEMPO Y AHT-FS)

Horario	VIERNES				AHT 132 CBC	Horario	SABADO				AHT 136 CBC
	135 CM	132 BR	130 CV	132 CBC			135 CM	134 BR	138 CV	136 CBC	
10:00 - 10:15	4	0	0	4	10:00 - 10:15	2	5	5	12		
10:15 - 10:30	1	0	1	2	10:15 - 10:30	1	4	2	7		
10:30 - 10:45	4	2	7	13	10:30 - 10:45	4	4	3	11		
10:45 - 11:00	3	2	2	7	10:45 - 11:00	5	9	1	15		
11:00 - 11:15	9	10	9	28	11:00 - 11:15	6	8	14	28		
11:15 - 11:30	10	13	8	31	11:15 - 11:30	23	28	16	67		
11:30 - 11:45	18	9	17	44	11:30 - 11:45	20	35	26	81		
11:45 - 12:00	18	11	26	55	11:45 - 12:00	23	65	33	121		
12:00 - 12:15	27	34	32	93	12:00 - 12:15	74	75	52	201		
12:15 - 12:30	33	29	40	102	12:15 - 12:30	51	61	71	183		
12:30 - 12:45	30	30	32	92	12:30 - 12:45	58	69	72	199		
12:45 - 13:00	33	24	28	85	12:45 - 13:00	60	87	54	201		
13:00 - 13:15	40	29	34	103	13:00 - 13:15	86	93	75	254		
13:15 - 13:30	42	18	36	96	13:15 - 13:30	62	69	81	212		
13:30 - 13:45	22	18	29	69	13:30 - 13:45	64	56	70	190		
13:45 - 14:00	14	17	32	63	13:45 - 14:00	62	57	72	191		
14:00 - 14:15	19	21	27	67	14:00 - 14:15	44	48	59	151		
14:15 - 14:30	16	14	23	53	14:15 - 14:30	41	54	44	139		
14:30 - 14:45	9	13	15	37	14:30 - 14:45	27	33	43	103		
14:45 - 15:00	8	16	13	37	14:45 - 15:00	17	35	34	86		
15:00 - 15:15	8	10	15	33	15:00 - 15:15	24	30	44	98		
15:15 - 15:30	7	4	14	25	15:15 - 15:30	23	24	30	77		
15:30 - 15:45	5	14	4	23	15:30 - 15:45	12	11	21	44		
15:45 - 16:00	8	9	8	25	15:45 - 16:00	20	20	22	62		
16:00 - 16:15	9	8	9	26	16:00 - 16:15	17	14	16	47		
16:15 - 16:30	8	6	7	21	16:15 - 16:30	14	21	21	56		
16:30 - 16:45	6	2	6	14	16:30 - 16:45	10	9	12	31		
16:45 - 17:00	4	8	6	18	16:45 - 17:00	20	19	13	52		
17:00 - 17:15	6	10	5	21	17:00 - 17:15	7	14	14	35		
17:15 - 17:30	3	4	5	12	17:15 - 17:30	9	8	14	31		
17:30 - 17:45	4	4	9	17	17:30 - 17:45	4	14	11	29		
17:45 - 18:00	8	11	7	26	17:45 - 18:00	6	29	20	55		
18:00 - 18:15	18	8	17	43	18:00 - 18:15	12	16	7	35		
18:15 - 18:30	6	16	12	34	18:15 - 18:30	12	19	18	49		
18:30 - 18:45	18	18	20	56	18:30 - 18:45	13	18	25	56		
18:45 - 19:00	20	26	16	62	18:45 - 19:00	12	25	19	56		
19:00 - 19:15	21	22	25	68	19:00 - 19:15	20	28	42	90		
19:15 - 19:30	15	25	19	59	19:15 - 19:30	17	26	17	60		
19:30 - 19:45	21	30	20	71	19:30 - 19:45	18	20	25	63		
19:45 - 20:00	17	17	14	48	19:45 - 20:00	17	34	33	84		
20:00 - 20:15	14	15	25	54	20:00 - 20:15	19	24	21	64		
20:15 - 20:30	18	25	25	68	20:15 - 20:30	23	25	16	64		
20:30 - 20:45	13	21	15	49	20:30 - 20:45	17	16	15	48		
20:45 - 21:00	7	12	13	32	20:45 - 21:00	16	27	19	62		
21:00 - 21:15	16	14	11	41	21:00 - 21:15	9	15	21	45		
21:15 - 21:30	6	9	20	35	21:15 - 21:30	11	11	9	31		
21:30 - 21:45	11	6	5	22	21:30 - 21:45	4	7	10	21		
21:45 - 22:00	5	6	11	22	21:45 - 22:00	3	6	9	18		
22:00 - 22:15	4	1	5	10	22:00 - 22:15	4	5	3	12		
22:15 - 22:30	3	3	2	8	22:15 - 22:30	2	5	4	11		
22:30 - 22:45	3	4	2	9	22:30 - 22:45	3	1	1	5		
22:45 - 23:00	2	2	4	8	22:45 - 23:00	4	4	4	12		
Totales	674	680	787	2,141	Totales	1,132	1,440	1,383	3,955		

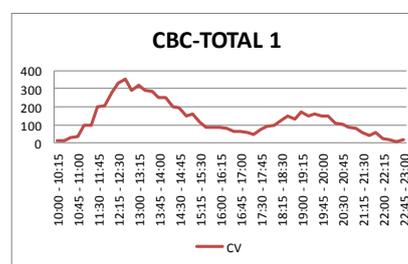
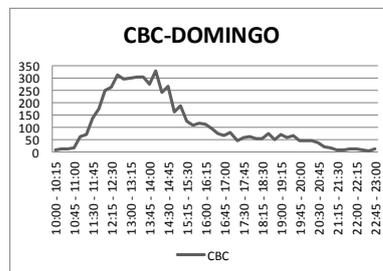
4



Fuente: Autor

CUADRO No. 10 INBOUND HORARIO DOMINGO- TOT SEMANA (INGRESO DE LLAMAS POR FRANJA DE TIEMPO Y AHT-FS)

Horario	DOMINGO				AHT	Horario	INBOUND				AHT
	139			137	136		137	135	136	136	
	CM	BR	CV	CBC	CM		BR	CV	CBC		
10:00 - 10:15	3	5	2	10	10:00 - 10:15	16	14	15	45		
10:15 - 10:30	7	3	4	14	10:15 - 10:30	14	16	13	43		
10:30 - 10:45	4	3	7	14	10:30 - 10:45	18	21	32	71		
10:45 - 11:00	3	1	12	16	10:45 - 11:00	27	39	38	104		
11:00 - 11:15	14	13	34	61	11:00 - 11:15	56	69	98	223		
11:15 - 11:30	11	20	38	69	11:15 - 11:30	74	107	99	280		
11:30 - 11:45	29	29	79	137	11:30 - 11:45	118	128	198	444		
11:45 - 12:00	46	59	71	176	11:45 - 12:00	151	237	205	593		
12:00 - 12:15	78	83	88	249	12:00 - 12:15	277	332	282	891		
12:15 - 12:30	90	83	89	262	12:15 - 12:30	294	297	329	920		
12:30 - 12:45	81	107	121	309	12:30 - 12:45	285	304	351	940		
12:45 - 13:00	94	97	105	296	12:45 - 13:00	311	327	289	927		
13:00 - 13:15	89	103	106	298	13:00 - 13:15	322	333	321	976		
13:15 - 13:30	97	105	100	302	13:15 - 13:30	296	274	288	858		
13:30 - 13:45	84	100	118	302	13:30 - 13:45	256	242	285	783		
13:45 - 14:00	79	110	85	274	13:45 - 14:00	217	248	250	715		
14:00 - 14:15	92	130	104	326	14:00 - 14:15	207	274	251	732		
14:15 - 14:30	68	87	85	240	14:15 - 14:30	183	203	198	584		
14:30 - 14:45	79	87	100	266	14:30 - 14:45	172	178	195	545		
14:45 - 15:00	49	60	54	163	14:45 - 15:00	112	143	152	407		
15:00 - 15:15	79	59	49	187	15:00 - 15:15	153	124	161	438		
15:15 - 15:30	34	51	38	123	15:15 - 15:30	98	113	113	324		
15:30 - 15:45	31	43	35	109	15:30 - 15:45	72	91	85	248		
15:45 - 16:00	52	40	26	118	15:45 - 16:00	102	96	86	284		
16:00 - 16:15	30	43	37	110	16:00 - 16:15	83	88	87	258		
16:15 - 16:30	34	31	29	94	16:15 - 16:30	75	76	80	231		
16:30 - 16:45	32	23	20	75	16:30 - 16:45	72	53	65	190		
16:45 - 17:00	18	26	23	67	16:45 - 17:00	61	70	65	196		
17:00 - 17:15	34	29	17	80	17:00 - 17:15	66	78	59	203		
17:15 - 17:30	16	17	11	44	17:15 - 17:30	52	62	50	164		
17:30 - 17:45	12	23	22	57	17:30 - 17:45	44	75	75	194		
17:45 - 18:00	16	25	21	62	17:45 - 18:00	67	106	93	266		
18:00 - 18:15	15	20	17	52	18:00 - 18:15	88	110	96	294		
18:15 - 18:30	18	17	18	53	18:15 - 18:30	82	122	125	329		
18:30 - 18:45	24	17	32	73	18:30 - 18:45	116	111	150	377		
18:45 - 19:00	12	18	20	50	18:45 - 19:00	112	141	130	383		
19:00 - 19:15	21	25	25	71	19:00 - 19:15	129	166	172	467		
19:15 - 19:30	22	16	20	58	19:15 - 19:30	126	134	148	408		
19:30 - 19:45	21	19	25	65	19:30 - 19:45	125	121	160	406		
19:45 - 20:00	9	26	10	45	19:45 - 20:00	91	151	150	392		
20:00 - 20:15	10	18	19	47	20:00 - 20:15	96	130	147	373		
20:15 - 20:30	16	20	11	47	20:15 - 20:30	112	129	108	349		
20:30 - 20:45	13	16	7	36	20:30 - 20:45	89	101	105	295		
20:45 - 21:00	9	4	7	20	20:45 - 21:00	68	77	85	230		
21:00 - 21:15	4	9	4	17	21:00 - 21:15	63	76	80	219		
21:15 - 21:30	4	3	2	9	21:15 - 21:30	46	57	58	161		
21:30 - 21:45	2	4	2	8	21:30 - 21:45	33	33	41	107		
21:45 - 22:00	1	3	9	13	21:45 - 22:00	24	33	59	116		
22:00 - 22:15	3	5	3	11	22:00 - 22:15	30	28	26	84		
22:15 - 22:30	1	5	4	10	22:15 - 22:30	17	24	21	62		
22:30 - 22:45	1	1	1	3	22:30 - 22:45	14	10	9	33		
22:45 - 23:00	4	4	4	12	22:45 - 23:00	14	14	17	45		
Totales	1,695	1,945	1,970	5,610	Totales	5,826	6,586	6,795	19,207		



Fuente: Autor

7.2 ANÁLISIS DE DATOS

Se hace un comparativo de la participación actual de cada una de las marcas en unidades efectivas sobre el total gestionado vs el ingreso por la Central de Domicilios del año 2013 por cada una de las marcas.

Se analiza la Gestión INBOUND 2013 vs 2012 para las variables: Llamadas entrantes, Abandono de Llamadas, Tiempo promedio atención en línea (AHT), domicilios efectivos y promedio de factura por cada una de las marcas y totalizada como grupo CBC S.A.

Se revisa la tipificación PQR Cancelados para las tres marcas y acumulado CBC S.A. del mes de Diciembre de 2013 y establecer una tendencia y peso % sobre los domicilios efectivos.

Se revisa la base cierre Diciembre/13 y Enero de 2014 y se optimiza para el año 2014, asegurando eficiencia en la operación y mejoramiento proyectado en un ahorro aproximado de \$5.228.100 mes.

Se establece el personal de Asesores de Servicio mínimos por hora según lo arrojado por la herramienta Erlang para la administración y atención del número de Llamadas que ingresan.

7.3 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

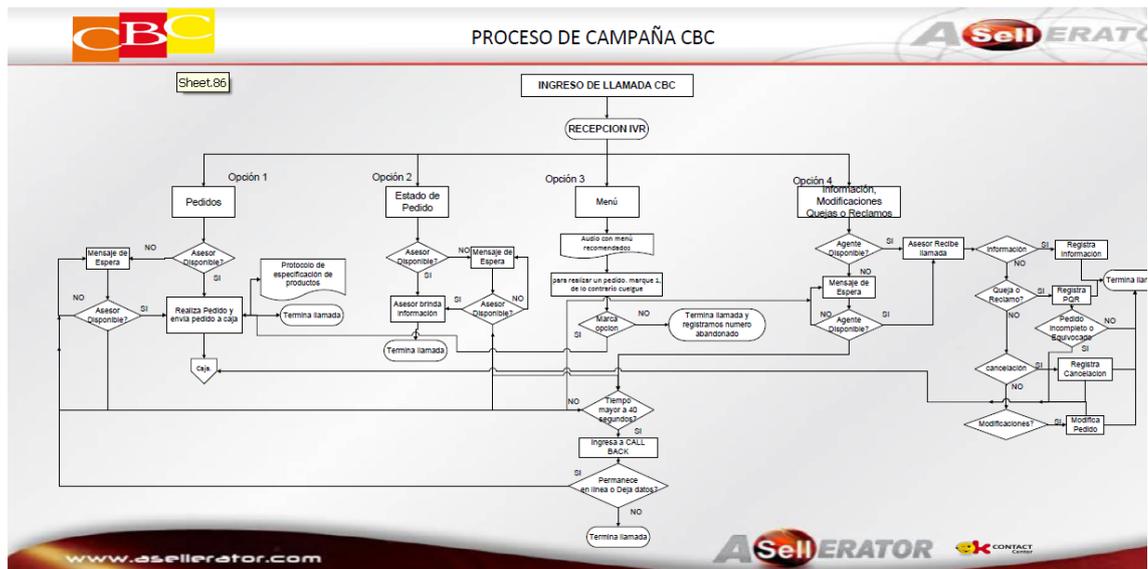
EL DISEÑO DE UN MODELO DE ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA LA CENTRAL DE DOMICILIOS DEL GRUPO CBC S.A. se realizará bajo la filosofía KAIZEN de mejoramiento continuo. “Kaizen es un asunto de todos. El concepto Kaizen es vital para entender las diferencias entre los enfoques Japonés y Occidental de la administración. La Estrategia Kaizen es el concepto de más importancia en la administración Japonesa. Kaizen significa, el mejoramiento en marcha que involucra a todos-Alta administración, gerentes y trabajadores”. (Imai, 1989)

Desde el mismo momento del inicio del programa de capacitación se involucrará el equipo de dirección en cabeza del Jefe de la Central de Domicilios, los Coordinadores y Asesores de Servicio en hacer de todos los procesos una revisión permanente y seguimiento de cada uno de los KPI`s establecidos con el fin de alcanzar los objetivos comerciales y operativos trazados por la alta dirección.

7.4 ENTREGA DE RESULTADOS

Se da alcance al objetivo específico 3.2.1 y se elabora el flujograma del proceso actual de recibo y gestión de llamadas en la CENTRAL DE DOMICILIOS del GRUPO CBC S.A.

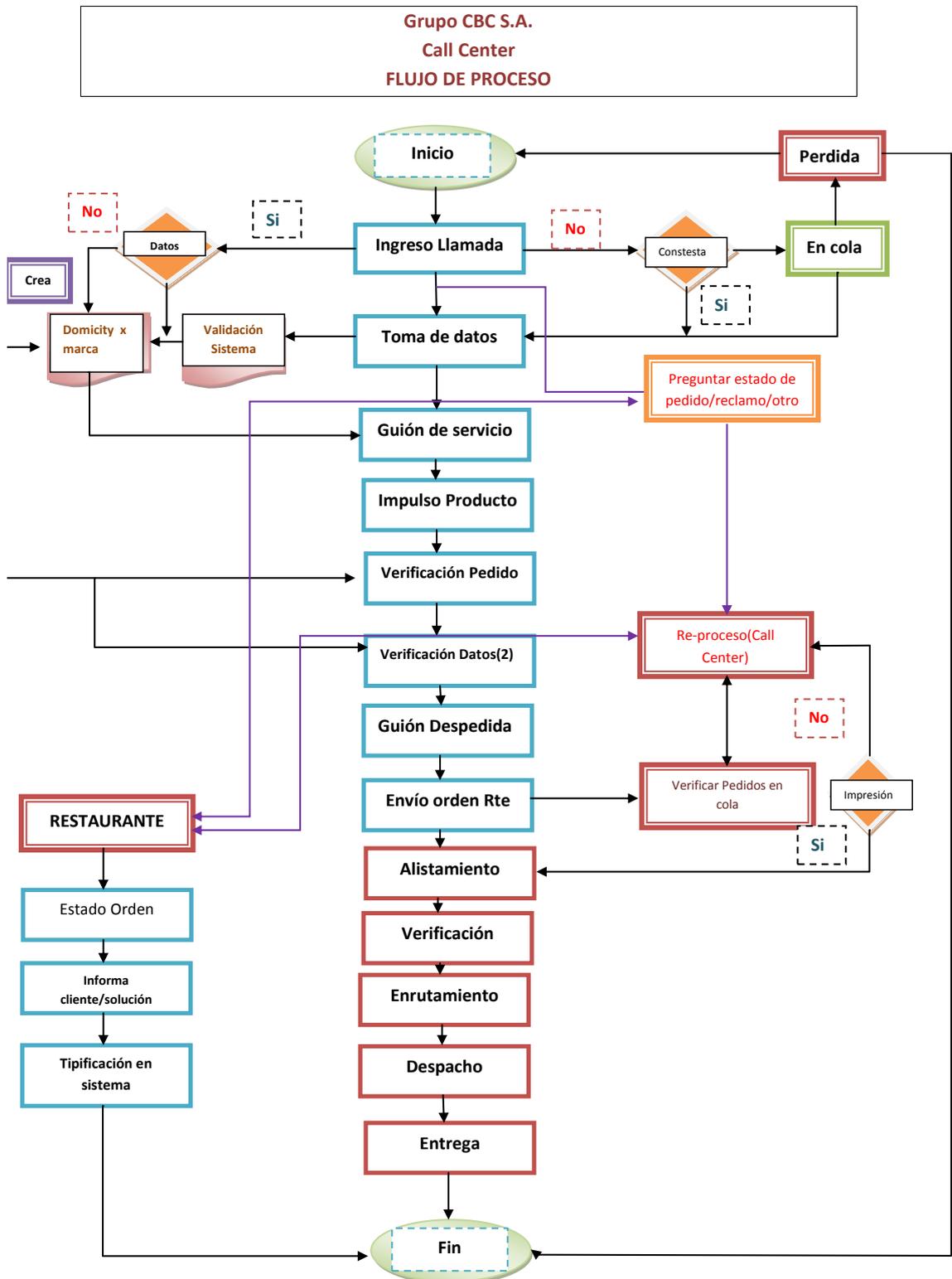
GRÁFICO No. 07 FLUJOGRAMA PROCESO 1



Fuente: Asellerator-CBC

Se da alcance al objetivo específico 3.2.2 y se realiza la descripción detallada de este proceso se documentar junto con el manual de procedimientos para los TME (ANEXO 9)

GRÁFICO No. 08 FLUJOGRAMA PROCESO 2



Fuente: Autor

Se da alcance al objetivo específico 3.2.3 y se Montan indicadores de Gestión junto con un protocolo de seguimiento y medición.

CUADRO No. 11 INDICADOR KPI-1

Indicador Gestión Llamadas por Hora		
Indicador Gestión Llamadas	$\frac{\text{No. Llamadas Atendidas/ hora}}{\text{No. Llamadas Ideal/ hora}}$	* 100%
Indicador Gestión Llamadas	$\frac{15}{16}$	* 100%
Indicador Gestión Llamadas	94%	

Fuente: Autor

CUADRO No. 12 INDICADOR KPI-2

Indicador Tiempo Promedio llamada AHT		
AHT	$\frac{\text{Tiempo promedio estandar/ segundos}}{\text{Tiempo realizado/ segundos}}$	* 100%
AHT	$\frac{185}{182}$	* 100%
AHT	102%	

Fuente: Autor

CUADRO No. 13 INDICADOR KPI-3

Indicador Promedio de Factura		
Indicador Promedio Ticket	$\frac{\text{Promedio Ticket mes realizado/pesos}}{\text{Promedio Ticket mes estandar/pesos}}$	* 100%
Indicador Promedio Ticket	$\frac{31,800}{30,100}$	* 100%
Indicador Promedio Ticket	106%	> o = 100% Aplica incentivo

Fuente: Autor

CUADRO No. 14 INDICADOR KPI-4

Indicador Efectividad Domicilios		
Indicador Domicilios Efectivos	$\frac{\text{Domicilios Efectivos/unidades mes}}{\text{Domicilios Presupuesto/unidades mes}}$	* 100%
Indicador Domicilios Efectivos	$\frac{1,800}{1,810}$	* 100%
Indicador Domicilios Efectivos	99%	> o = 100% Aplica incentivo

Fuente: Autor

CUADRO No. 15 INDICADOR KPI-5

Indicador Efectividad Productos		
Indicador Efectividad unidades de producto	$\frac{\text{Productos categorías efectivos/und/mes}}{\text{Productos categorías PPTO/und/mes}}$	* 100%
Indicador Efectividad unidades de producto	$\frac{3,250}{3,550}$	* 100%
Indicador Efectividad unidades de producto	92% > o = 100% Aplica incentivo	

Fuente: Autor

Se da alcance al objetivo específico 3.2.4 y se desarrollará un plan de capacitación que asegure el aprendizaje y la estandarización de los procesos inherentes al cargo TME, Coordinadores y estandarización de los Script para TME

Script TME

Guiones para entre semana y horas Valle

CLIENTE YA REGISTRADO

Asesora de Servicio - Buenos días (tardes o noches), Gracias por llamar a _____ (aquí se menciona la marca). Mi nombre es (nombre completo – nombre y apellido - de la asesora de servicio) _____, con quien tengo el gusto de hablar? (preguntar el nombre del cliente)

Cliente – responde su nombre

Asesora de Servicio – Señor (Señora) _____ me podría confirmar su número de teléfono _____.

Cliente – El cliente da su número de teléfono

Asesora de Servicio - Nota: Aquí entra por el número de teléfono y aparece la dirección registrada.

Asesora de Servicio - La dirección de envío sería _____. Esta correcta?

Cliente – El cliente acepta o corrige la dirección

Asesora de Servicio - El pedido va a nombre de señor (señora) _____ (nombre que aparece registrado con el teléfono) o a nombre de _____? (si el nombre de la persona que llama es diferente al registrado inicialmente).

Cliente – contesta a nombre de quien es el pedido, en el caso de datos diferentes.

Asesora de Servicio – Como especialidad el día de hoy le ofrecemos _____, Nota: Se ofrecen dos o tres especialidades de acuerdo a las indicaciones del día.

Cliente – Hace algún comentario con respecto a este ofrecimiento

Asesora de Servicio – Señor (Señora) _____ (se dice el nombre del cliente) que le enviamos el día de hoy?

Cliente – Hace el pedido del producto.

Asesora de Servicio – Como acompañamiento le ofrezco _____ (ofrece agrandado, adicionales, entradas).

Cliente – Comenta si hace alguna adición a su pedido inicial

Asesora de Servicio - Para tomar le sugiero _____ (se ofrecen dos o tres bebidas), de postres tenemos _____ (se ofrecen dos postres) o un helado.

Cliente – Comenta si compra una bebida o un postre.

Asesora de Servicio- Le confirmo su orden _____ (se le repite el pedido completo al cliente, incluyendo sugerencias o recomendaciones hechas por el cliente – salsas adicionales, cubiertos, servilletas). El valor total es _____ incluido el recargo a domicilio (se da el valor total).
Cuál va a ser su forma de pago? _____.

Cliente - El cliente indica si paga en efectivo, tarjeta de crédito u otro medio.

Asesora de Servicio – Su pedido llegará _____ (se da el tiempo estimado de entrega que en la mayoría de los casos es de 50 minutos). (Si el tiempo pasa de los 50 minutos hay que aclararle al cliente a que se debe la demora - a las condiciones existentes, fuerte lluvia, condiciones del tráfico, exceso de pedidos)

Asesora de Servicio – Señor (Señora) _____ (nombre del cliente) lo invitamos a que disfrute de nuestra promoción _____ (se explica la promoción vigente). Gracias por preferir _____ (se da la marca), que tenga un buen día.

CLIENTE NO REGISTRADO

Asesora de Servicio - Buenos días (tardes o noches), Gracias por llamar a _____ (aquí se menciona la marca). Mi nombre es (nombre completo – nombre y apellido - de la asesora de servicio) _____, con quien tengo el gusto de hablar? (preguntar el nombre del cliente)

Cliente – responde su nombre

Asesora de Servicio - Señor (Señora) _____ me podría confirmar su número de teléfono_____.

Cliente – El cliente da su número de teléfono

Asesora de Servicio - Nota: No aparece ninguna dirección entonces la asesora debe tomar los datos completos.

Asesora de Servicio - La dirección de envío sería _____.

Cliente – El cliente da la dirección de envío del pedido.

Asesora de Servicio – Le confirmo la dirección _____ (se le dice nuevamente la dirección al cliente).

Asesora de Servicio - El pedido va a nombre del Señor (Señora) _____?

Asesora de Servicio – Como especialidad el día de hoy le ofrecemos _____, Nota: Se ofrecen dos especialidades de acuerdo a las indicaciones del día.

Cliente – Hace algún comentario con respecto a este ofrecimiento

Asesora de Servicio – Señor (Señora) _____ (se dice el nombre del cliente) que le enviamos el día de hoy?

Cliente – Hace el pedido del producto.

Asesora de Servicio – Como acompañamiento le ofrezco _____ (ofrece agrandado, adicionales, entradas).

Cliente – Comenta si hace alguna adición a su pedido inicial

Asesora de Servicio - Para tomar le sugiero _____ (se ofrecen dos bebidas), de postres tenemos _____ (se ofrecen dos postres) o un helado.

Cliente – Comenta si compra una bebida o un postre.

Asesora de Servicio- Le confirmo su orden _____ (se le repite el pedido completo al cliente, incluyendo sugerencias y recomendaciones). El valor total es _____ incluido el recargo a domicilio (se da el valor total). Cuál va a ser su forma de pago?_____.

Cliente - El cliente indica si paga en efectivo o tarjeta de crédito.

Asesora de Servicio – Su pedido llegará _____ (se da el tiempo estimado de entrega que en la mayoría de los casos es de 50 minutos). (Si el tiempo pasa de los 50 minutos hay que aclararle al cliente a que se debe la demora - a las condiciones existentes, fuerte lluvia, condiciones del tráfico, exceso de pedidos)

Asesora de Servicio – Don (Doña) _____ (nombre del cliente) lo invitamos a que disfrute de nuestra promoción _____ (se explica la promoción vigente). Gracias por preferir _____ (se da la marca), que tenga un buen día.

CUADRO No. 16 PROGRAMA CAPACITACIÓN TME

Grupo CBC S.A.
CENTRAL DE DOMICILIOS
Programa de Capacitación Asesores de Servicio

Tiempo completo					
ítem	Tema	Intensidad/ horas	Responsable	Elementos a Utilizar	Entregable
1	Inducción General		Jefe o Coordinador		
1.1	Pasos de Servicio (14) Pasos PQR (8)/A tener en cuenta/Manual	1.5	Jefe o Coordinador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
1.2	Ingreso Biométrico/ asignación puesto/locker/	0.08	Jefe o Coordinador		
1.3	Asignación locker y puesto de trabajo	0.08	Jefe o Coordinador		
1.4	Asignación facilitador	0.08	Jefe o Coordinador		
2	Capacitación en Sistema		facilitador		
2.1	Elementos del puesto de trabajo: Equipo, Monitor, Mouse, teclado, diadema	0.25	facilitador		
2.2	Cómo ingresar al sistema general	0.5	facilitador		
2.3	Cómo ingresar al sistema Teledial	0.5	facilitador		
2.4	Partes del Aplicativo Teledial pág. 27	1	facilitador		
2.5	Guión de servicio(ver aplicativo)	2	facilitador		
2.6	Novedades y Ayudas Pág 28	2	facilitador		
	Total día 1 (horas)	8			Informe escrito H.V
3	Ingresar cliente nuevo Pág 4 a la 6	1	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.1	Ingreso de dirección cuando hay dos registradas Pág 13 y Pág 14	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.2	Ingreso de dirección Pág 15	1	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.3	Ingreso de dirección Sector SOACHA Pág 16	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.4	Ingreso de dirección Sector SIBERIA Pág 17	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.5	Ingreso de dirección Sector CHÍA Pág 18	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.6	Ingreso de dirección Sector MOSQUERA Pág 19	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.7	Ingreso de dirección Sector FUNZA Pág 20	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.8	Ingreso datos EMPRESAS Pág 21	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
3.9	Ingreso nuevo cliente en empresa ya existente Pág 22 a la 24	1	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
	Ingreso CRÉDITOS CORPORATIVOS Pág 25 y Pág 26	1.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
	Total día 2 (horas)	8			Informe escrito H.V
4	Georeferenciación Pág 6	1.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
5	Revisar NOVEDADES Pág 7	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
6	Cargue de pedido Pág 09 al 11	4	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
7	Tipificación de la llamada Pág 12	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
8	Cómo Registrar una PQR Pág 29-32	1	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
9	Texto Estandar para registrar una PQR Pág 33 y 34	0.5	facilitador	Manual de Operación Asesores de Servicio	
	Total día 3 (horas)	8			Informe escrito H.V
10	Capacitación en Restaurante		Gerente/administrador		
10.1	Productos Preparación y servicio	1	Gerente/administrador		
10.2	Productos y empaque	1	Gerente/administrador		
10.3	Enrutamiento domicilios	2	Gerente/administrador		
11	Capacitación Universidad del sabor		Director U.Sabor		
11.1	Productos Preparación y servicio	2	Director U.Sabor		
11.2	Productos y empaque	2	Director U.Sabor		
	Total día 4 (horas)	8			Informe escrito H.V
12	Taller práctico		Jefe o Coordinador		
12.1	Simulación llamada con cargue de pedido	0.5	Jefe o Coordinador		
12.2	Evaluación actividad	0.5	Jefe o Coordinador		
12.3	Simulación llamada para PQR	0.5	Jefe o Coordinador		
12.4	Evaluación actividad	0.5	Jefe o Coordinador		
13	Evaluación General proceso de Capacitación	2	Jefe o Coordinador		
14	Autorización ingreso al sistema o recapacitación	4	Jefe o Coordinador		
15	Auditoría de Calidad en atención real	0.5	Jefe o Coordinador		
	Total día 5 (horas)	8			Formato de Auditoría

0.08	5 minutos
0.25	15 minutos
0.5	30 minutos

Fuente: Autor

CUADRO No. 17 PROGRAMA CAPACITACIÓN COORDINADORES

Grupo CBC S.A

CENTRAL DE DOMICILIOS

CRONOGRAMA DE CAPACITACION COORDINADOR CENTRAL

Año 2014

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
17	18	19	20	21	22	23
	Descanso	Operaciones/Central Domicilios-Applicativo y Aplicativo Teledial	Operaciones/Central Domicilios-Applicativo y Aplicativo Teledial	Operaciones/Central Domicilios-Applicativo y Aplicativo Teledial	Canal de Domicilios/Sistema Coordinador/Actividades de Piso	Sistema Coordinador/Actividades de Piso
		11:00 a.m. a 08:00 p.m.	11:00 a.m. a 08:00 p.m.	11:00 a.m. a 08:00 p.m.	12:00 p.m. a 03:00 p.m. Alver Reyes(BR 02)- 04:00-10:00 p.m.	12:45 P.m. a 10:45 p.m.
		Ing. Calidad Rtes BR 13(Villas)/11:00 a 03:00 p.m./Central de 04:00-08:00 p.m.	Ing. Calidad Rtes CV 03(Castillas)/11:00 a 03:00 p.m./Central de 04:00-08:00 p.m.	Ing. Calidad Rtes CV 04(Cedritos)/11:00 a 03:00 p.m./Central de 04:00-08:00 p.m.	Central de Domicilios/Jefe	Central de Domicilios/Coordinador
24	25	26	27	28	29	30
Sistema Coordinador/Actividades de Piso	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador
p.m.	p.m.	2:45 a.m. a 10:45 p.m.	2:45 a.m. a 10:45 p.m.	p.m.	p.m.	p.m.
Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador
30	31	1	2	3	4	5
Coordinadores	Funciones Coordinador	Funciones Coordinador	descanso			
07:00 a.m. 05:00 p.m	p.m.	2:45 a.m. a 10:45 p.m.		03:00 p.m. 11:00 p.m	01:00 p.m. 11:00 p.m	p.m.
Participa en Reunión Coordinadores	Jefe/Coordinador	Jefe/Coordinador		Operación Central responsable turno	Operación Central responsable turno	Operación Central responsable turno

Fuente: Autor

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1 FUENTES PRIMARIAS

GRUPO CBC S.A, (Restaurantes Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Vea) dedicada a la prestación de servicios mediante establecimientos de comercio que procuran alimentos o bebidas preparadas para el consumo bajo la modalidad de restaurantes.

8.2 FUENTES SECUNDARIAS

Internet, libros, monografías

9. RECURSOS

CUADRO No. 18 ROI

ROI	\$ 262,109,295	12 meses
	\$ 42,240,000	12 meses

ROI	Utilidad - Inversión Inversión
-----	-----------------------------------

ROI	5	meses
-----	---	-------

Total unidades 2013	483,771
Total unidades 2014 *	541,824
Unidades recuperadas	58,053
%	12%

Llamadas proyectadas ingreso 2014
722,432
Llamadas Efectivas proyectadas 2014 (0.75)
541,824

Promedio Factura proyectada 2014	\$ 30,100
----------------------------------	-----------

Total recuperado	\$ 1,747,395,300
Utilidad	\$ 262,109,295

Utilidad	\$ 262,109,295
----------	----------------

Cargos	No.	Incentivo Mensual	Totales
Asesores Fijos	10	\$ 80.000	\$ 800.000
Asesores MT	12	\$ 50.000	\$ 600.000
Asesores FS	23	\$ 40.000	\$ 920.000
Jefe Central	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Coordinadores	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Total Incentivos Mes			\$ 3.520.000
Total Incentivos año 2014			\$ 42.240.000

ROI	\$ 262,109,295	12 meses
	\$ 42,240,000	12 meses

ROI	Utilidad - Inversión Inversión
-----	-----------------------------------

ROI	5	meses
-----	---	-------

Fuente: Autor

10.TALENTO HUMANO

La Central de Domicilios del Grupo CBC S.A tiene una base proyectada según la herramienta Erlang para la operación y Gestión anual de 575.918 llamadas INBOUND de la siguiente manera:

CUADRO No. 19 BASE PERSONAL

Cargos	No.
Asesores Fijos	10
Asesores MT	12
Asesores FS	23
Jefe Central	1
Coordinadores	2

Fuente: Autor

Cada uno de los Asesores de Servicio (TME) cuenta con un programa de Inducción y capacitación orientada a brindarle las herramientas operativas y comerciales para realizar la Gestión Inbound adaptada a las necesidades particulares del Grupo CBC S.A para sus marcas de restaurantes Cali Mío, La Brasa Roja y Cali Veá.

11.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 CONCLUSIONES:

Con el presente trabajo de grado se puede concluir que los objetivos específicos se cumplen en su totalidad con los entregables al 100% en cuanto que se realizaron los numerales 3.2.1 al 3.2.4

En cuanto al Objetivo General se está cumpliendo en un 90% con corte al mes de Junio de 2014(proyectando al cierre Dic 2014) en cuanto se refiere alcanzar las unidades efectivas propuestas.

Lo referente a la estandarización de los procesos operativos se tiene implementado:

- Manual de procedimientos para los Asesores de Servicio TME.
- Plan de Capacitación detallado para los Asesores de Servicio TME tiempo completo, Medio Tiempo y FS
- Indicadores de Gestión montados y en seguimiento
- Programa de Incentivos diseñado y atado al logro del cumplimiento de las unidades efectivas programadas para el año 2014 (Anexo 5)
- ROI establecido y se recupera la inversión en programa de Incentivos recuperable en 03 meses.
- Normas de Piso personal TME (Anexo 3)
- Lista de chequeo Supervisores/Coordinadores (Anexo 4)

11.2 RECOMENDACIONES

Realizar la socialización individual de los resultados de cada uno de los indicadores a diario y grupal con una frecuencia semanal. Se recomienda la utilización de tableros acrílicos para destacar los 15 mejores indicadores en cada uno de los KPI`s.

12. BIBLIOGRAFÍA

ARRIAGA, R. Diseño de un sistema de medición de desempeño para evaluar la gestión municipal: Una propuesta metodológica. CEPALECLAC. 2002. Páginas 26-29

BOHÓN, J. Ventajas y desventajas del Outsourcing. Columnista Invitado CNN expansión. Feb 18 de 2014. México

FERNÁNDEZ, G. Conocimientos y aplicaciones tecnológicas para la dirección Comercial. ESIC EDITORIAL. 2004. Pág. 174

HALL, K, Gerenciar con sentido Común. 3R Editores. 2009. Pág. 102

MÁRQUES, R. La importancia de regular la industria del Call Center en Latinoamérica by Angeles Rivera September 26, 2013

IMAI, M. Kaizen, La Clave de la ventaja competitiva Japonesa. Ed. Cecsá. 1989. México. Pág. 80

RIVEROS, P, Sistema de Gestión de Calidad del Servicio. Ecoe Ediciones. 2002. Pág. 3 y 157

SERNA, G, Mercadeo Estratégico. 3R Editores. 2009. Pág. 164

13. CIBERGRAFÍA

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3304/Fasc%C3%ADculo87.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [En línea Consultado el 14 de Julio de 2014]

<http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/3304> [En línea Consultado el 14 de Julio de 2014]

<http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/940/Completo?sequence=2> [En línea Consultado el 21 de Julio de 2014]

http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Sostenibilidad_y_call_centers_en_America.pdf [En línea Consultado el 21 de Julio de 2014]

http://biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/b/b3/Exportaciones_de_servicios_de_LAC_y_CGV_Cepal_2009.pdf (pág. 14) [En línea Consultado el 21 de Julio de 2014]

http://books.google.com.co/books?id=np0RtFjCu2MC&pg=PA60&dq=Eficiencia+Call+Center&hl=es&sa=X&ei=sbPNU92BEKO-sQT324CQDQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Eficiencia%20Call%20Center&f=false (página 59 y más) [En línea Consultado el 21 de Julio de 2014]

http://books.google.com.co/books?id=JvXbRLUpZiwC&pg=PA174&dq=Eficiencia+Call+Center&hl=es&sa=X&ei=sbPNU92BEKO-sQT324CQDQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Eficiencia%20Call%20Center&f=false (pág. 174 y más) [En línea consultado el 28 de Julio de 2014]

http://books.google.com.co/books?id=mlAsRGChBc8C&pg=PA138&dq=Eficiencia+Call+Center&hl=es&sa=X&ei=UbTNU5mwd8XLsQT54YGQBw&redir_esc=y#v=onepage&q=Eficiencia%20Call%20Center&f=false (pág. 138 y más) [En línea Consultado el 28 de Julio de 2014]

<file:///C:/Users/ESTACION%207/Downloads/241-883-1-PB.pdf> [En línea consultado el 28 de Julio de 2014]

<http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/11944> [En línea consultado el 28 de Julio de 2014]

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/10185/2175/1/T91.07%20P653e.pdf> [En línea consultada el 28 de Julio de 2014]

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/3325/1/GallegoGeovanny2012.pdf> [En línea consultado el 28 de Julio de 2014]

http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/3471/1/nestor%20andres%20sanclemente%20yamil_152732.pdf [En línea consultado 21 de Julio de 2014]

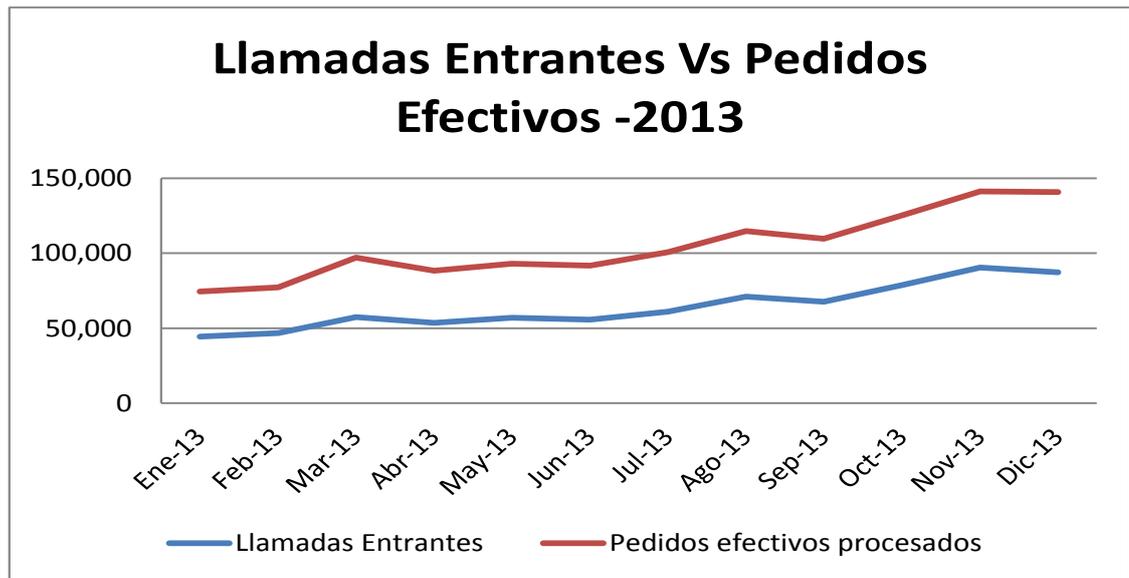
ANEXO No.1 ⁶Informe de Gestión 2013

CUADRO No. 20 GESTIÓN INBOUND 2012-2013

CBC	Llamadas Entrantes	Llamadas Abandonadas	% de Abandono	Prom Tiempo atención en línea	Pedidos efectivos procesados	% efectivos vs llamadas
2012	482,189	5,969	1.2%	2.17	318,614	66%
2013	770,674	12,573	1.6%	1.42	483,771	63%
Totales	60%	111%	32%	-0.75	52%	-3.3%

Fuente: Autor

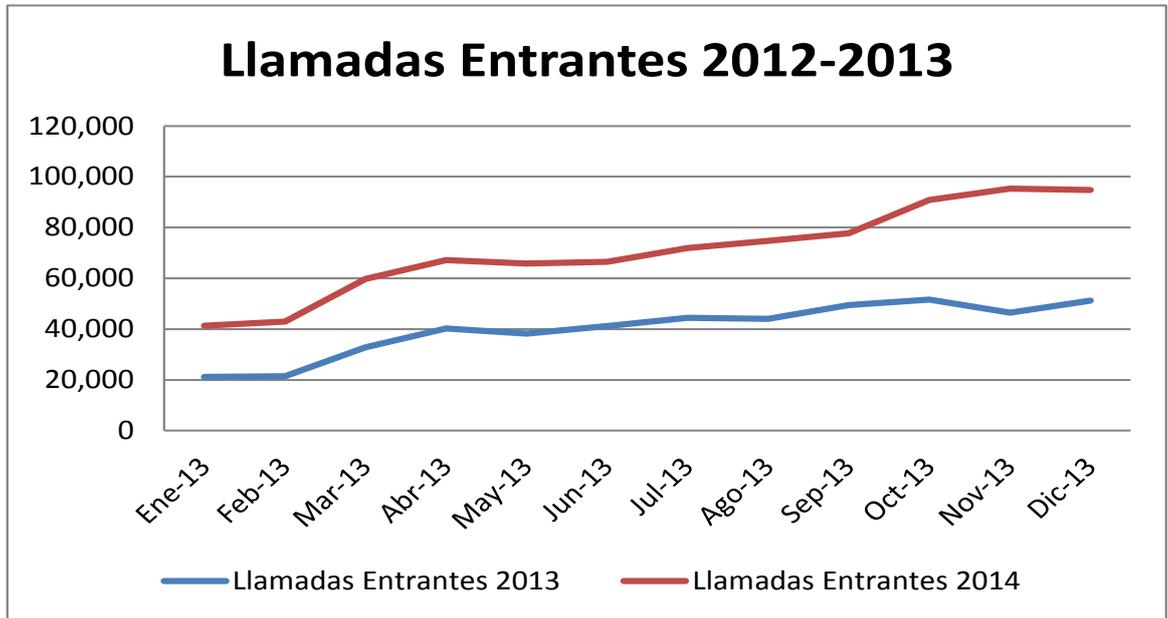
GRÁFICO No. 09 COMPORTAMIENTO LLAMADAS VS PEDIDOS EFECTIVOS 2013



Fuente: Autor

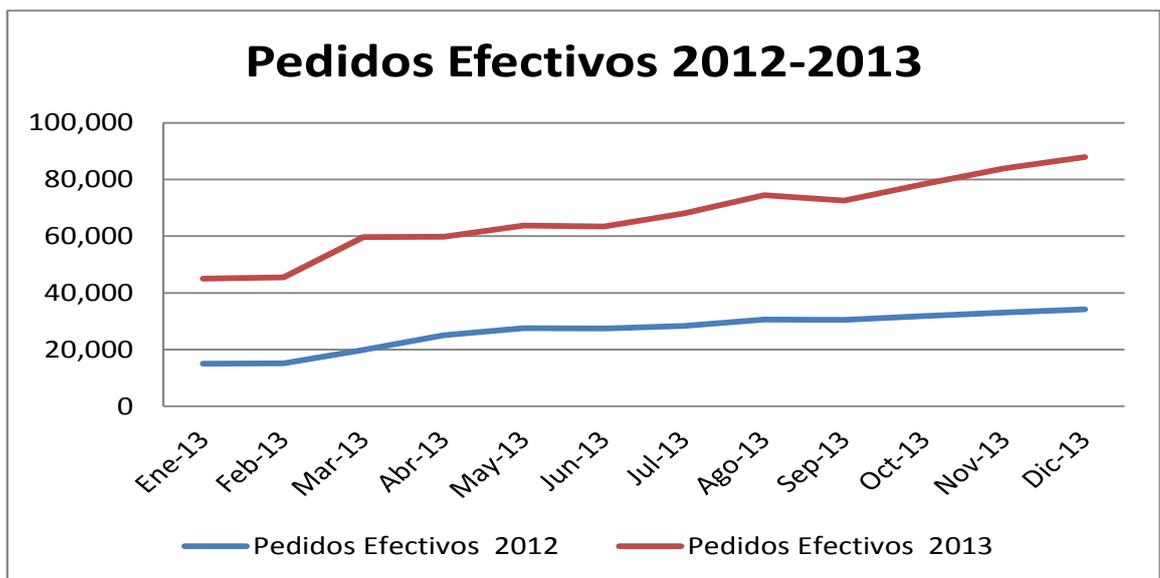
⁶ Grupo CBC S.A. Informe de Gestión Central de Domicilios. Milton M Mesa

GRÁFICO No. 10 COMPARATIVO INBOUND 2012- 2013



Fuente: Autor

GRÁFICO No. 11 PEDIDOS EFECTIVOS 2012-2013



Fuente: Autor

CUADRO No. 21 GESTIÓN INBOUND DIC-2013

Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios
Comportamiento IVR y Gestión Asesores de Servicio

Diciembre 2013				
	Cali Mío	Brasa Roja	Cali Vea	CBC
Entrada llamadas	19,391	23,554	17,266	60,210
IVR	1,759	2,022	1,504	5,285
Única llamada	1,340	1,940	1,380	4,660
Clientes Entrantes	17,632	21,532	15,762	54,925
Abandono	122	269	81	472
%IVR	9.1%	8.6%	8.7%	8.8%
% Abandono	0.6%	1.1%	0.5%	0.8%
Clientes Efectivos	11,233	13,788	9,834	34,855
Tipificadas otros Conceptos	6,891	10,819	6,505	25,215
Sin Gestión	3	33	2	38
Solicita Pedido/cotización	835	1,681	872	3,388
Información	4,209	6,474	3,752	14,435
No cobertura	82	114	117	313
PQR	615	1,000	382	1,997
Cancela Servicio	132	272	139	543
Codifica Servicio	19	28	13	60
Equivocado	124	221	121	466
Broma	90	169	137	396
No tipifica	782	1,827	970	3,579
% participación(Efectivos Vs Entrantes)	64%	64%	62%	63%
AHT	187	186	188	187
Asesores de Servicio Fijo	16	240	hH/mes	
Asesores de Servicio F.S	24	80	hH/mes	
Tiempo Efectivo Fijo		61%	146.4	
Tiempo Efectivo F.S		66%	52.8	
Total Tiempo Efectivo Fijo		2,342	hH/mes	
Total Tiempo Efectivo F.S		1,267	hH/mes	
No. llamadas por hora Erlang	16			
Llamadas Máx Asesores Fijos		37,478		
Llamadas Máx Asesores F.S		20,275		
Totales llamadas Máx a recibir		57,754		
Totales llamadas IVR Dic 2013		54,925		
Holgura		5%		

Fuente: Autor

CUADRO No. 22 INDICADORES GESTIÓN TME DIC-2013

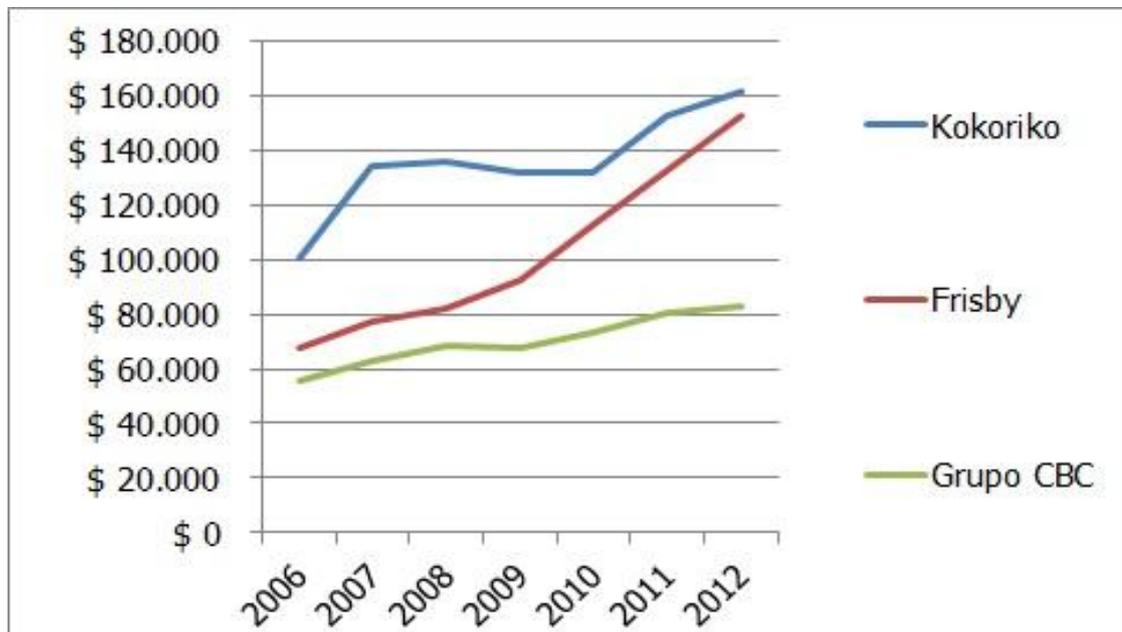
nombre	STATUS	TMO	ACW	ALMUER	DESCAN	BAÑO	ASESOR	TIEMPO_EFECTI	TIEMPO_CONEXI	ADHERENCIA	t.Efectivo
ARELIS	FIJO	01:44.5	01:54.2	00:00:06	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:35:17	10:08:24	33.24	35%
DIANA PAOLA	REFUERZO	01:32.9	01:23.2	01:05:08	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:44:44	09:52:14	36.18	38%
CAROL NATALIA	FIJO	01:59.8	02:33.6	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	02:55:37	06:56:02	38.93	42%
JENNIFER	FIJO	01:24.3	01:18.6	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	02:26:38	05:55:49	40.75	41%
RODRIGUEZ KAREN	REFUERZO	02:16.6	01:50.9	01:07:47	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:51:38	08:52:19	41.23	44%
JUAN JOSE	FIJO	01:58.0	01:27.4	00:59:51	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:17:03	10:00:18	41.7	43%
ANA MARIA	FIJO	02:21.7	01:15.7	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:59:29	08:56:04	41.97	45%
ARCOS FUEL NAYIVI	FIJO	02:06.7	01:31.9	01:00:38	00:00:04	00:03:20	00:00:00	04:40:44	10:09:31	43.64	46%
GUZMAN VALDES	FIJO	01:56.2	01:03.8	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	02:51:56	05:54:45	45.37	48%
DAYAN SLENDY	REFUERZO	02:33.6	01:05.0	01:01:10	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:41:02	09:58:06	46.03	47%
DENNYS CATHERI	REFUERZO	02:30.4	01:30.4	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:49:28	07:58:04	46.08	48%
MABEL ADRIANA	FIJO	02:18.5	01:42.5	00:56:24	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:23:32	09:10:34	46.5	48%
YOLIMA	REFUERZO	02:32.3	01:02.8	01:16:25	00:24:24	00:04:45	00:06:16	04:41:23	09:25:10	47.7	50%
LUBETH	REFUERZO	02:22.2	01:40.2	00:59:01	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:37:44	09:03:11	48.44	51%
ALIX CAROLINA	REFUERZO	02:22.2	01:15.9	00:55:54	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:13:03	08:52:56	48.45	47%
MIGUEL ANGEL	FIJO	02:24.5	01:29.0	01:03:48	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:19:07	06:57:24	48.55	48%
CASTELLANOS YURI	FIJO	01:50.3	01:13.6	01:01:20	00:17:35	00:04:34	00:00:12	04:22:32	08:56:02	49.34	49%
LISETH JADIN	FIJO	02:09.1	01:20.1	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:47:12	07:03:28	49.36	54%
BETANCOURTH	FIJO	02:19.4	01:15.1	00:00:24	00:04:52	00:05:06	00:18:33	04:22:55	08:51:19	49.64	49%
XIMENA ALEXA	FIJO	02:51.6	01:28.3	00:00:10	00:15:20	00:00:00	00:00:00	05:19:34	10:39:34	49.97	50%
LEIDY JOHANN	FIJO	02:52.0	02:02.0	00:00:05	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:55:38	09:05:49	50.29	54%
MARISOL	FIJO	02:12.7	00:48.6	01:11:08	00:18:06	00:00:00	00:00:00	04:31:29	08:57:07	50.32	51%
OSCAR MAURICIO	FIJO	02:32.9	01:00.8	00:56:14	00:10:53	00:04:16	00:02:57	05:35:01	10:54:27	50.75	51%
NICOLAS	REFUERZO	02:43.4	01:24.1	01:03:40	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:34:10	08:40:39	51.65	53%
YURANY	REFUERZO	02:47.7	01:13.7	01:01:31	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:47:43	08:59:44	52.06	53%
DAYANNE ALEJ	REFUERZO	02:13.9	01:24.2	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:42:23	06:55:47	52.21	53%
VINYELY	FIJO	02:49.7	02:02.9	00:00:05	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:26:30	08:12:18	52.49	54%
JOHANNA	FIJO	02:37.9	01:04.3	01:07:18	00:14:31	00:04:23	00:01:51	05:04:12	09:57:45	52.65	51%
YENNIFERNANDA	FIJO	03:17.0	01:26.8	00:00:04	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:54:44	08:56:51	53.06	55%
GLORIA ESPE	REFUERZO	02:52.8	01:24.8	00:58:09	00:00:03	00:00:00	00:00:00	05:35:55	10:06:05	53.23	55%
PAOLA ANDRE	REFUERZO	03:05.4	01:32.5	00:17:53	00:02:28	00:03:19	00:00:00	04:41:54	08:08:51	54.61	58%
KATHERINE	FIJO	02:58.3	01:28.4	00:00:04	00:21:54	00:04:21	00:00:44	05:26:37	09:55:41	55.09	55%
ROMERO CINDY	REFUERZO	03:11.4	01:03.0	01:01:17	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:13:17	07:49:19	55.15	54%
RODRIGUEZ JUAN	REFUERZO	03:05.3	01:56.2	00:56:28	00:00:00	00:00:00	00:00:00	05:02:54	09:01:04	55.77	56%
JESSICA MARIA	FIJO	02:42.1	01:09.1	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:09:17	05:51:14	56.1	54%
VAQUIO ADRIANA	REFUERZO	02:27.1	01:54.1	00:00:08	00:00:00	00:00:00	00:00:00	05:08:28	09:03:59	56.25	57%
HILDA	REFUERZO	03:16.7	01:25.7	01:08:56	00:00:03	00:12:42	00:05:43	04:23:56	07:48:24	56.61	56%
ZABALA LUZNENCIA	REFUERZO	03:05.0	01:13.5	00:47:09	00:00:02	00:00:00	00:00:00	05:27:36	09:25:56	56.98	58%
LEIDY BIBIANA	REFUERZO	02:55.1	01:10.2	00:14:25	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:03:09	07:00:58	57.54	58%
SONIA MILEN	REFUERZO	03:13.5	01:16.3	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:21:45	07:08:25	59.51	61%
JOHANNA	FIJO	02:15.7	01:25.0	00:18:35	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:28:04	05:50:42	59.6	59%
CHAVES	FIJO	02:27.0	00:55.2	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:33:26	05:59:01	59.62	59%
PATRICIA ELENA	REFUERZO	04:34.5	01:28.6	00:57:22	00:00:00	00:00:00	00:00:00	05:45:51	09:07:21	60.13	63%
CARMEN CECILIA	FIJO	02:38.5	01:00.5	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:00:03	06:55:01	61.07	58%
DERLY ALEJANDRA	REFUERZO	02:26.4	01:12.1	00:03:19	00:19:55	00:12:35	00:11:04	06:16:06	10:06:20	61.23	62%
DELGADO CAROL	REFUERZO	02:39.3	01:36.9	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:14:50	06:59:12	62.89	61%
BUITRAGO LEIDY	FIJO	02:29.8	01:01.2	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	03:47:02	05:46:16	63.54	66%
LAURA MARCELA	REFUERZO	03:14.1	01:03.7	00:22:56	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:19:48	06:55:14	64.03	63%
BETANCOURTH	REFUERZO	03:11.1	01:00.8	00:21:35	00:00:17	00:00:00	00:00:00	04:17:50	06:50:45	64.19	63%
CARLOS ALBERTO	REFUERZO	03:21.3	01:10.1	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:35:36	06:55:21	66.45	66%
ALEJANDRA	REFUERZO	03:43.5	00:57.5	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	04:49:04	06:58:39	68.2	69%

00:02:37 00:01:23

53%

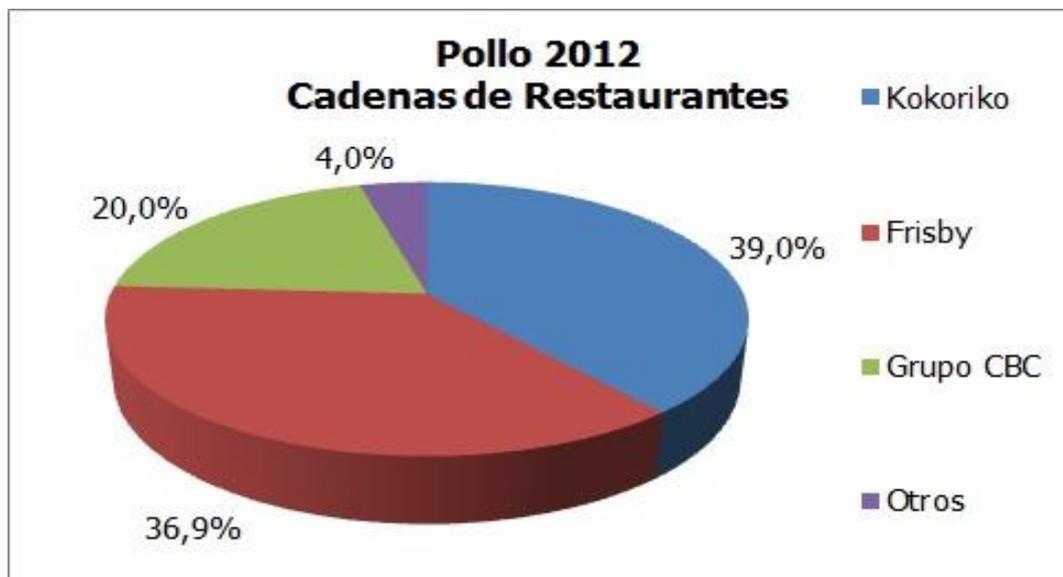
Fuente: Autor

GRÁFICO No. 12 VENTAS PROMEDIO AÑO (MILLONES) 2006-2012



Fuente: Alberto Aguirre⁷

GRÁFICO No. 13 PARTICIPACIÓN VENTAS EN EL SECTOR 2006-2012



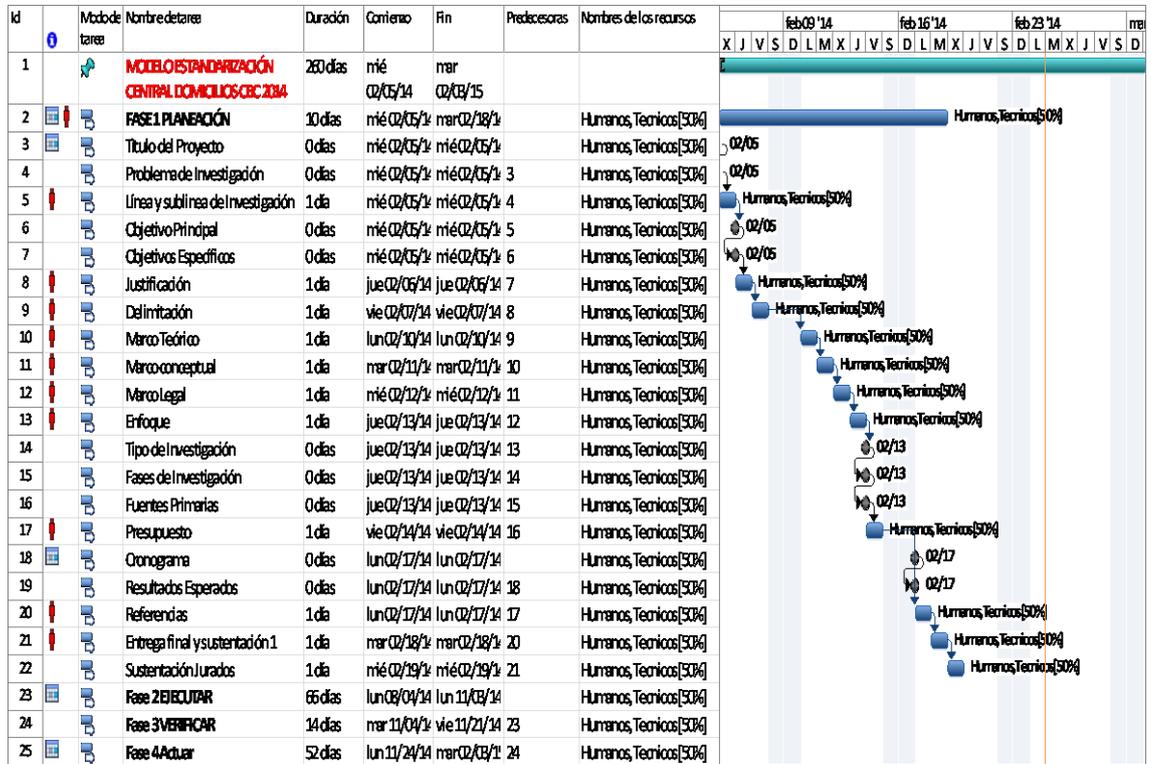
Fuente: Alberto Aguirre⁸

⁷ Beto en el Retail. 12 Sept 2013

⁸ Ídem

ANEXO No.2 CRONOGRAMA

GRÁFICO No. 14 CRONOGRAMA PROJECT



Fuente: Autor

ANEXO No.3

NORMAS DE PISO CENTRAL DE DOMICILIOS



NORMAS DE CENTRAL DE DOMICILIOS⁹ GRUPO CBC S.A.

Por medio del presente documento el **Grupo CBC S.A.** deja por escrito las siguientes normas que propenden por un mejor funcionamiento y convivencia de las personas que laboran en **la Central de Domicilios**. Las cuales deben ser tenidas en cuenta en todo momento.

- ✓ Es de vital importancia el cumplimiento de las horas de entrada a la oficina (inicio de labores, almuerzos, break) de esto depende la productividad de las central de domicilios.
- ✓ Respetar los tiempos de trabajo, no se hacen cambios compensatorios por no tomar Break o menor tiempo de almuerzo.
- ✓ Al inicio de labores debe ingresar al sistema Teledial Plus con su Usuario y contraseña y validar su estado **en línea**.
- ✓ Los asesores de servicio deben acatar las normas internas de la Administración del edificio y respetar la convivencia con las demás compañías.
- ✓ La empresa pone a su disposición Lockeres, con el fin de que sus elementos se encuentre en un lugar seguro, por tal razón no está permitido que hayan ningún tipo de objeto sobre su puesto de trabajo y este se debe dejar abierto y desocupado al terminar el turno, con el fin de que pueda ser usado por otra persona, el candado debe ser de su propiedad y le recomendamos usar uno de clave ya que la empresa no responde por lo objetos que deje allí.
- ✓ El jefe de Central de domicilios y los coordinadores deben velar por que la operación sea lo más productiva posible controlando la puntualidad de llegada, hora de salida, disciplina con los break, etc.

⁹ Ref. Contacto Solutions NIt 900.097.543-9

- ✓ Cuando salgan a los break deben salir del área de trabajo y no quedarse en la oficina con sus compañeros que continúan trabajando ya que esto los interrumpe en sus labores y se crea un ambiente de desorden, no se puede utilizar la sala de recepción en su tiempo de descanso (break u otros tiempos)
- ✓ Cuando salgan al break deben colocar el estado en el sistema y quedar **fuera de línea**, esto es responsabilidad de cada operador y los coordinadores deben velar por que esta instrucción se cumpla.
- ✓ Es importante manejar una presentación personal utilizando la dotación suministrada por la empresa, presentándose a trabajar debidamente uniformados, pudiendo hacer uso de una chaqueta diferente , la cual debe ser retirada cuando se comiencen las labores diarias y deberá dejarse en el locker asignado a cada uno de los asesores de servicio. En el caso del personal femenino el cabello recogido tipo “cola de caballo” con el fin de facilitar la manipulación de los audífonos
- ✓ No se puede usar piercing o aretes grandes.
- ✓ No se puede realizar ninguna actividad que afecte la concentración, como leer revistas, hablar con el compañero, entrar a Internet, chatear, realizar trabajos universitarios, comer, maquillarse, pintarse o limarse las uñas, ventas de catálogos, etc. (para eso están los tiempos de break).
- ✓ Es importante hablar en el cubículo en voz baja, no se debe gritar, esto es con el fin de no interrumpir el trabajo de sus compañeros.
- ✓ Se debe manejar y usar la opción mute en las llamadas para evitar que el cliente escuche cualquier tipo de conversación. No se debe hablar de ningún tipo de tema desde el momento de ingresar a su cubículo de trabajo, nuestras llamadas son grabadas y enviadas a los diferentes clientes y todo lo que se hable queda grabado en el sistema.
- ✓ Está prohibido recibir llamadas a sus extensiones, en caso de extrema urgencia pueden dar la extensión de su coordinador para que ellos tomen el mensaje y les informen.
- ✓ No se deben ingresar al área de trabajo teléfonos celulares, Las llamadas personales únicamente se deben hacer en su tiempo de break, no se deben hacer por el sistema ya que son grabadas.
- ✓ En caso de ausencia debe presentar incapacidad de la EPS a la cual se encuentra afiliado, de lo contrario se tomaran las medidas disciplinarias correspondientes.
- ✓ Prohibido comer o ingerir algún tipo de bebida en su lugar de trabajo, es permitido el consumo de agua únicamente, pero este debe ser en un recipiente (botillito- que no ponga en peligro sus elementos de trabajo (teclado, Mouse, diadema, pantalla, etc.)
- ✓ No se puede comer chicle durante su turno de trabajo.
- ✓ Es responsabilidad de cada usuario el velar por que sus implementos de trabajo estén en óptimo estado (tener precaución con el uso de las diademas y demás herramientas de trabajo), en caso de que estos elementos sufran algún tipo de daño fuera del deterioro normal por su uso, se tomaran las medidas disciplinarias correspondientes

- ✓ No está permitido el cambio de lugar de las diademas o audífonos, Mouse, teclado o demás herramientas de trabajo, la única persona autorizada para este tipo de cambios es el Jefe de Sistemas.
- ✓ Al finalizar sus labores diarias es importante revisar que su equipo quede totalmente apagado. (El coordinador de turno antes de salir debe verificar que los equipos queden apagados)
- ✓ El sistema es exclusivo de la compañía está **PROHIBIDO** utilizarlo para trabajos universitarios, personales, por lo tanto no se debe guardar ningún tipo de información en él.
- ✓ Para tener una mayor productividad en la gestión de la central de domicilios, los operadores **NO PUEDEN IGNORAR NINGUNA LLAMADA ENTRANTE**, esta se debe tomar siempre.
- ✓ Debemos manejar un lenguaje de cordialidad, no se debe tutear, no utilizar las palabras sumerce, diminutivos, ni socializar con el cliente, nuestras llamadas se deben caracterizar por ser claras, eficientes y concretas.
- ✓ Debemos ser claros en el registro de la información en el aplicativo (no utilizar palabras inadecuadas), pues esta información queda grabada en el sistema y se revisara periódicamente, es importante manejar niveles de ortografía, ingreso de datos correctos, verificados y en general ser respetuoso con cada cliente que se realiza una gestión.
- ✓ Está prohibido las demostraciones de afecto dentro de la Central de Domicilios
- ✓ Los coordinadores tiene toda la autoridad para hacer cumplir las normas de la central de domicilios piso, sin importar si son de otra compañía, este tipo de llamado debe realizarse en forma correcta y de manera respetuosa.

FINALMENTE, SE LE SOLICITA ACATAR ESTAS NORMAS PARA QUE EL AMBIENTE DE TRABAJO SEA EL MEJOR Y NO SE PRESENTEN INCONVENIENTES A FUTURO.

GERENCIA GESTION HUMANA

FIRMA DE CONSTANCIA Y COMPROMISO AL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS

NOMBRE: _____ **FECHA:** _____

CC: _____

FIRMA : _____

ANEXO No.4

LISTA DE CHEQUEO SUPERVISORES/COORDINADORES

CUADRO No. 23 CHECKLIST

		Check List Operativo de Supervisores		
Supervisor:				
Fecha:				
Intervalo	No.	Actividad	Estado	Realizado
Antes de Iniciar Operación	1	Verificar el funcionamiento de los equipos		
	2	Verificar que los servidores se encuentren encendidos		
	3	Verificar nivel agua del aire acondicionado (botellón)		
	4	Verificar el funcionamiento de ITDL		
	5	Verificar el funcionamiento de FOP		
	6	Verificar el funcionamiento de IVR (llamadas de prueba)		
	6	Línea domicilios 6004565		
		Llamada a alguna línea de restaurante que se desborde al call center		
	7	Verificar asistencia de personal		
	8	Verificar novedades		
	9	Verificar Conexión de asesores a línea en la hora indicada		
Hora Inicial	10	Revisión de aplicativo		
	11	Inicio de operación		
Horas Intermedias	12	Control de promedio al aire		
	13	Control y revisión continua del FOP y del reporte de Intervalos		
	14	Control de piso en intervalos altos de llamadas		
	15	Registro de incidencias operativas en Bitácora		
Finalizar Jornada	16	Envío de Novedades de personal		
	17	Envío de correo con cierre (novedades y pendientes)		
	18	Verificar que los equipos (estaciones de trabajo) estén apagados		
		Verificar fuera de horario		
	19	Línea domicilios 6004565		
		Llamada a alguna línea de restaurante que se desborde al call center		
Observaciones				

Fuente: Asellerator

ANEXO No.5
PLAN DE INCENTIVOS

Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios

Gerencia Comercial
Plan de Incentivos 2014



Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios
PLAN DE INCENTIVOS

1. Se tendría dos modelos de incentivos para Asesores de Servicio: **Monetario- Especie**
2. **Modelo monetario** aplica para los meses de Ene a Nov
3. **Modelo en Especie** aplica para el mes Dic/14
4. Los Asesores de Servicio pueden ganar incentivo si cumplen al 100% la cuota de: **Promedio de Factura y 5(cinco) categorías de productos(Acompañamientos-Sopas-Postres-Gaseosas Pet y familiares y Bebidas)**
5. Si cumple al 100% una de las dos variables gana incentivo
6. Adicional al requisito de cumplir la cuota al 100% no puede haber en el mes más de dos(2) penalizaciones(retardos, fallas en cargar pedidos, errores en el sistema, quejas de servicio).



Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios
PLAN DE INCENTIVOS

Modelo en Especie aplica para el mes de Dic

- Bonos de Regalo ó Electrodomésticos ó regalos sorpresa.
- Se entregarían semanalmente para los más altos cumplimientos en las cuotas asignadas e impulso de productos.



Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios
PLAN DE INCENTIVOS

Se puede ganar incentivo parcial por cumplir al 100% o más el presupuesto asignado por cada una de las marcas.

Ej: Coordinador

Si cumple CM y CV al 102% en promedio de Factura Ganaría \$ 100.000

Si cumple BR y CV en unidades de Domicilios Ganaría \$ 80.000

Es decir para ese mes podría ganar cada Coordinador \$ 180.000



ANEXO No.6
PLAN DE INDUCCIÓN ASESORES DE SERVICIO TME

Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios

Capacitación Asesores de Servicio

Gerencia Comercial
2014-2015



Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios

Capacitación Asesores de Servicio-
Cierre Proceso e inicio operación en
Central de Domicilios

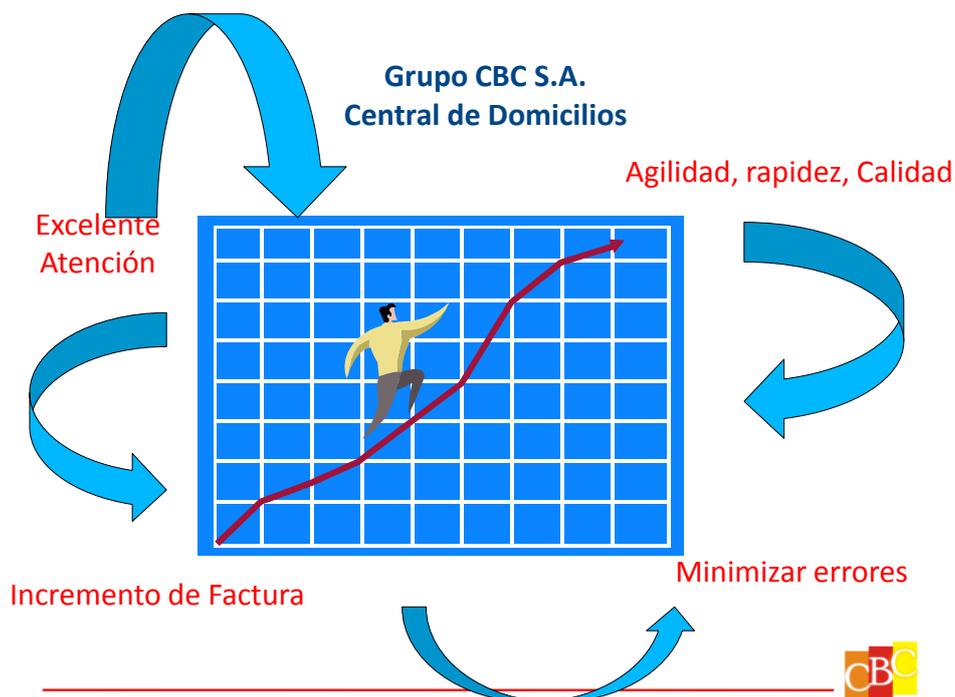
Gerencia Comercial

Jefatura Central de Domicilios



Grupo CBC S.A. Central de Domicilios

- Central de Domicilios- Comercial
 - Aspecto Comercial clave en la función de los asesores de servicio.
 - Objetivo General de alcanzar cifra global de Domicilios (recuperar lo perdido)
 - Gestión e impulso de productos orientado al cumplimiento de cuotas(Programa de Incentivos)
 - Diferenciación y ventaja competitiva en el sector de Restaurantes(cumplimiento de estándares)
- Central de Domicilios (Atención y calidad en el servicio)
 - Guiones de servicio(su alcance)
 - Taller práctico evaluado y premiado.



**Grupo CBC S.A.
Central de Domicilios
Asesores de Servicio**

Profesional

Sentido de
Pertenencia

Proactivo

Cumplir Normas



Gestión
Comercial

Orientado
al Logro

Integral

Trabajo en Equipo



**Grupo CBC S.A.
Guiones de Servicio**

Panel de Ayudas en el Aplicativo :

***Guiones para entre semana y horas Valle**

CLIENTE YA REGISTRADO

CLIENTE NO REGISTRADO

***Guiones para Horas Pico y Fines de semana.**

***Guiones para promociones**

***Guiones para venta de Codensa y cupones**

Campañas vigentes, lista de precios, Convenios, Política de Reparación Clientes.



Grupo CBC S.A. Central de Domicilios

Taller práctico

1. Realizar grupos de 4 personas.
2. Con base a los Guiones de servicio preparar una representación caso real.
3. Hacer la representación (5 Minutos por Grupo)
4. Se elige al Ganador (jurado Comercial) y se le entrega Premio Especial Sorpresa.



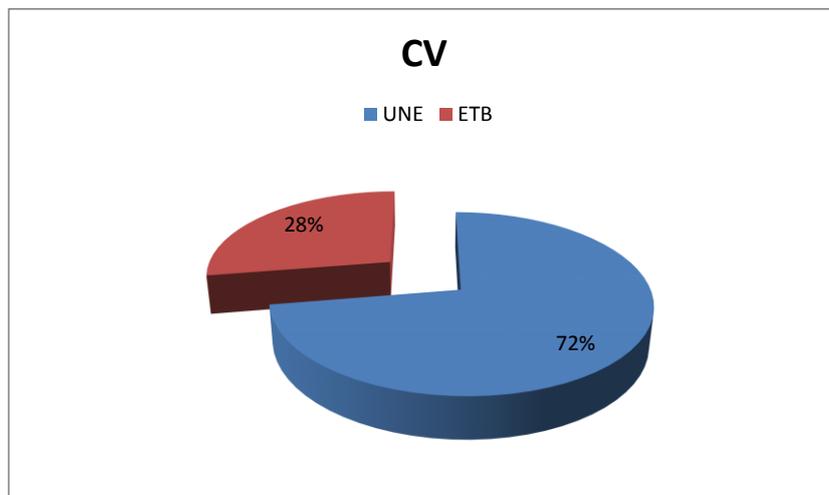
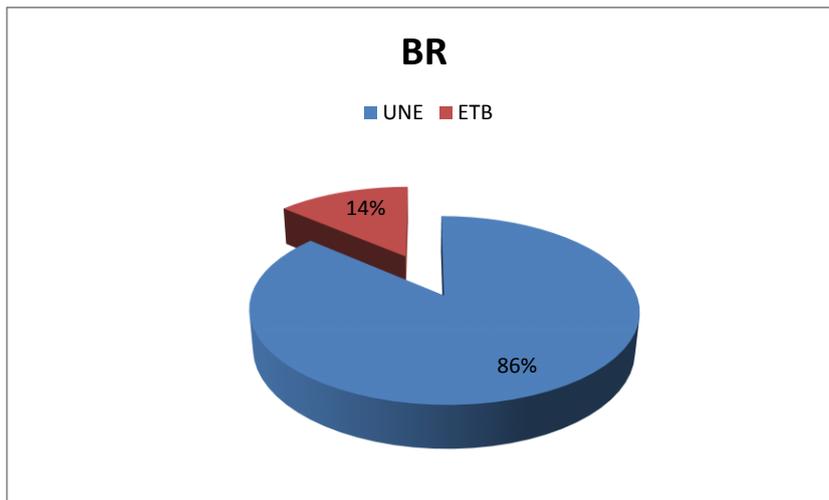
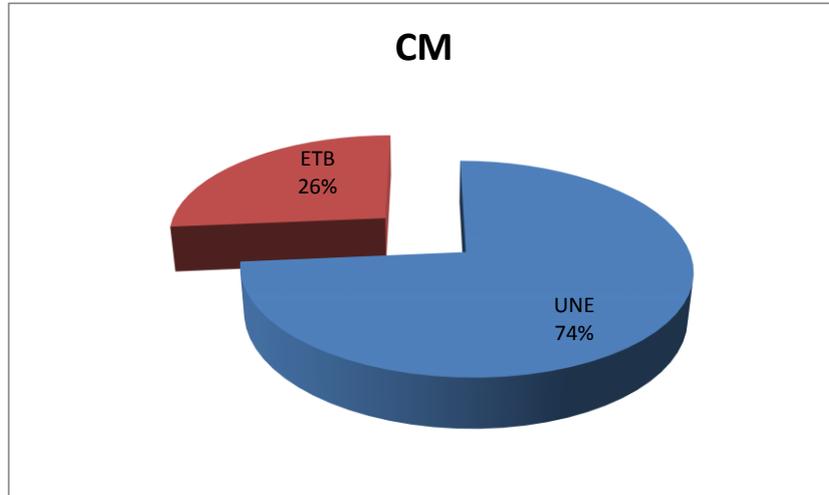
ANEXO No.7 MALLA DE HORARIOS/SEMANAL

GRUPO CBC S.A. CENTRAL DE DOMICILIOS MALLA DE HORARIOS SEMANAL 2014

ID	Estación Asignada	Extensión	APELLIDOS	NOMBRES	CARGO	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Total Horas programadas
2287	AC-036	1004	AGUILERA ARAQUE	CLAUDIA PATRICIA	ASESOR FUJO	10:30-06:30 7	12:00-10:00 9	10:30-05:30 7	09:45 - 05:45 8	D 9	12:00-10:30 8	10:00 - 08:00 8	48
2287	AC-029	1003	ARCOS FUEL	NAYIVI	ASESOR FUJO	10:30-06:30 4	12:00-10:00 9	10:30-05:30 7	09:45 - 05:45 8	D 9	12:30-10:30 8	10:00 - 08:00 8	48
4124	AC-039-1	1052	ALVAREZ VILLABON	WILLIAM FERNANDO	ASESOR FUJO MT-D	12:15- 04:45 4	01:00- 05:30 4	01:00- 05:30 4	01:00- 05:30 4	D 4	01:00- 05:30 4	12:15- 04:45 4	24
2321	sala 2-072	1014	AZUERO SANCHEZ	LUZ ADRIANA	ASESOR FS	12:00-10:00 9						11:00 - 09:00 7	18
4082	AC-034-1	1093	BELTRAN CUAN	JULIÁN ESTIVEN	ASESOR FUJO MT-D	12:15- 04:45 4	01:00- 05:30 4	01:00- 05:30 4	01:00- 05:30 4	D 4	01:00- 05:30 4	12:15- 04:45 4	24
3853	AC-010	1057	BERMUDEZCARRILLO	MONICA CRISTINA	ASESOR FUJO	12:00-10:00 9	10:30-05:30 7	11:30- 09:30 9	09:45 - 04:45 7	D 9	12:30-10:30 8	10:00 - 07:00 7	48
4017	AC-031-2	1081	BONILLA SOTO	DIANA ROSARIO	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	D 4	05:30-10:30 4	05:30-10:30 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	12:30- 05:00 4	24
4063	AC-030-2	1072	BOTELLO GONZALEZ	STEFANIA	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	D 4	05:30-10:30 4	05:30-10:30 4	06:00-10:00 4	06:00-10:00 4	12:30- 05:00 4	24
4134	AC-035-1	1049	CALDERON FERRERA	LUIS MIGUEL	ASESOR FUJO MT-D	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	D 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	24
4137	AC-034-2	1084	CASTRO MIRANDA	JULIO CESAR	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	06:00-10:00 4	D 4	06:00-10:00 4	06:00-10:00 4	06:00-10:00 4	12:30- 05:00 4	24
2325	sala 2-066	1041	CORTES PAEZ	ROSA HILDA	ASESOR FS	10:00-06:00 8		11:30- 03:30 4	11:30- 03:30 4	11:30- 03:30 4		09:30-06:00 8	28
2939	sala 2-075	1076	CORTES PEÑA	ANGIE LIZETH	ASESOR FS	10:00-06:00 8						09:30-05:00 7	15
2295	AC-016	1011	CORTES SOTO	VINY ELLY	ASESOR FUJO	12:00-10:00 9	09:45 - 04:45 7	11:30- 08:30 8	09:45 - 04:45 7	11:30- 08:30 8	12:30-10:30 9	D 7	48
3706	sala 2-065	1006	CUERVO LOPEZ	PATRICIA ELENA	ASESOR FS	10:00-06:00 8						09:30-05:30 8	16
2945	sala 2-064	1040	DELGADO FRANCO	CAROL	ASESOR FS	10:00-06:00 8						09:30-05:30 8	16
4056	SIN PUESTO	1085	DELGADO LOMBANA	CESAR AUGUSTO	ASESOR FS	10:00-06:00 8						09:30-05:30 8	16
3891	AC-028-2	1033	DIAZ CASTRO	ARNULFO	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	06:30-10:30 4	D 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	24
2327	sala 2-040	1043	DIAZ MORENO	YURANI	ASESOR FS	12:00-10:00 9						11:30 - 09:30 9	18
4081	AC-009-1	1092	ESPITIA VEGA	DIEGO ANDRES	ASESOR FUJO MT-D	12:15- 04:45 4	12:00- 04:30 4	D 4	12:00- 04:30 4	12:00- 04:30 4	12:00- 04:30 4	12:15- 04:45 4	24
4051	AC-018	1010	FARIAS CABALLERO	EDGAR	ASESOR FUJO	12:00-10:00 9	10:30-05:30 7	P 9	09:45 - 05:45 8	D 9	12:00-10:00 8	10:00 - 07:00 7	40
4067	AC-033-1	1083	FUERTES LOPEZ	FRANCY JANETH	ASESOR FUJO MT-D	12:15- 04:45 4	12:00- 04:30 4	D 4	12:00- 04:30 4	12:00- 04:30 4	12:00- 04:30 4	12:15- 04:45 4	24
2934	AC-020	1042	FRANCO MARTINEZ	CHRILEY	ASESOR FUJO	12:00-10:00 9	10:30-05:30 7	09:45 - 04:45 9	D 9	12:30-10:30 9	12:00-10:30 9	10:00 - 05:00 8	40
2328	sala 2-060	1044	GARAVITO OSPINA	PAOLA ANDREA	ASESOR FS	12:00-10:00 9						11:30 - 09:30 9	18
2316	sala 2-061	1032	GARCIA RIVERA	LEYDY BIBIANA	ASESOR FS	10:00-06:00 8	11:30- 03:30 4	11:30- 03:30 4	11:30- 03:30 4			09:30-05:30 8	28
3954	AC-032-2	1073	GARZÓN RODRIGUEZ	CRISTIAN DAVID	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	06:00-10:00 4	06:00-10:00 4	D 4	06:00-10:00 4	06:00-10:00 4	12:30- 05:00 4	24
4100	sala 2-063	1018	GIL PUERTO	NORMA CONSTANZA	ASESOR FS	11:00-07:00 8						11:30 - 09:30 9	17
4026	sala 2-058	1056	GONZALEZ RODRIGUEZ	LAURA ESTEFANIA	ASESOR FS	10:00-06:00 8						11:30 - 09:30 9	17
4058	sala 2-061	1087	HERNANDEZ PINILLA	BRYAN DANILO	ASESOR FS	11:00- 08:00 9						11:30 - 09:30 9	17
3702	sala 2-057	1059	HERNANDEZ VAQUIRO	ADRIANA DEL PILAR	ASESOR FS	11:00- 08:00 8			01:00- 05:30 4	01:00- 05:30 4		11:30 - 09:30 8	24
4035	AC-015	1060	JAIMES BENAVIDES	YEMY ESPERANZA	ASESOR FUJO	11:00- 08:00 8	09:45 - 05:45 8	11:30- 08:30 8	12:30-10:30 9	D 9	10:30-05:30 7	11:30- 08:30 8	48
4080	sala 2-040	1091	JUNCA JUYO	NELSON ANDRES	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						11:30 - 09:00 8	16
4125	AC-038-1	1020	MALO MORA	DIANA CATALINA	ASESOR FUJO MT-D	11:00- 08:00 8	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:15- 04:45 4	12:30- 05:00 4	32
4118	sala 2-065	1034	MANGAS GALVAN	KATIA LUCIA	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						11:30 - 09:00 8	16
2299	AC-021	1015	MARIN VILLADA	MARISOL	ASESOR FUJO	11:00- 08:00 8	11:30- 09:30 9	09:45 - 04:45 7	D 9	12:30-10:30 8	10:30-05:30 7	11:30- 08:30 8	48
3892	AC-040-2	1039	MARTINEZ HERNANDEZ	CAROL VIVIANA	ASESOR FUJO MT-N	12:30- 05:00 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	D 4	06:30-10:30 4	06:30-10:30 4	12:30- 05:00 4	24
2300	AC-011	1016	MATEUS LOPEZ	CARMEN CECILIA	ASESOR FUJO	11:00- 08:00 8	11:30- 09:30 9	09:45 - 04:45 7	D 9	12:30-10:30 8	10:30-05:30 7	11:30- 08:30 8	48
4078		1089	MATEUS PAEZ	LEIDY ANDREA	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						11:30 - 08:30 8	16
3800	AC-008	1012	MEDINA CONTRERAS	ANGIE FERNANDA	ASESOR FUJO	11:00- 08:00 8	11:30- 09:30 9	09:45 - 04:45 7	D 9	12:30-10:30 8	10:30-05:30 7	11:30- 08:30 8	48
3809	sala 2-063	1050	PATINO RODRIGUEZ	EDNA ROCÍO	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						12:00-10:00 8	16
2332	sala 2-052	1028	PEREZ GUERRERO	YOLIMA	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						12:00-10:00 8	16
	sala 2-069	1035	RAMIREZ	SIRLEY	ASESOR FS	11:00- 08:00 8						12:00-10:00 8	16
3960	sala 2-059	1080	RIVEROS CARRILLO	DIANA MARCELA	ASESOR FS	12:00 - 09:00 8						12:00-10:00 8	16
4018	sala 2-076	1082	ROMERO ARANGO	DIANA IVONNE	ASESOR FS	12:00 - 09:00 8						12:00-10:00 8	16
	sala 2-038	1061	ROZO GALVIS	PAULA MARCELA	ASESOR FS	10:00-06:00 8						09:30-06:30 8	16
2347	sala 2-041	1063	VILLAREAL MUNOZ	GLORIA ESPERANZA	ASESOR FS	12:00 - 09:00 8						11:30- 08:30 8	16

Base	Base autorizada	Actual	Vacantes
10	ASESOR FUJO	10	0
12	MEDIO TIEMPO: D	6	0
12	MEDIO TIEMPO: N	6	0
23	FIN DE SEMANA	23	0
45	Totales	45	0
SERVICIO AL CLIENTE			
EN ENTRENAMIENTO/CANGURO			
FACILITADORES			

ANEXO No.8
COMPORTAMIENTO CANALES ETB-UNE



**ANEXO No.9
MANUAL DE OPERACIÓN ASESORES DE SERVICIO TME**



GRUPO CBC S.A.

CENTRAL DE DOMICILIOS

**MANUAL DE OPERACIÓN
ASESORES DE SERVICIO**

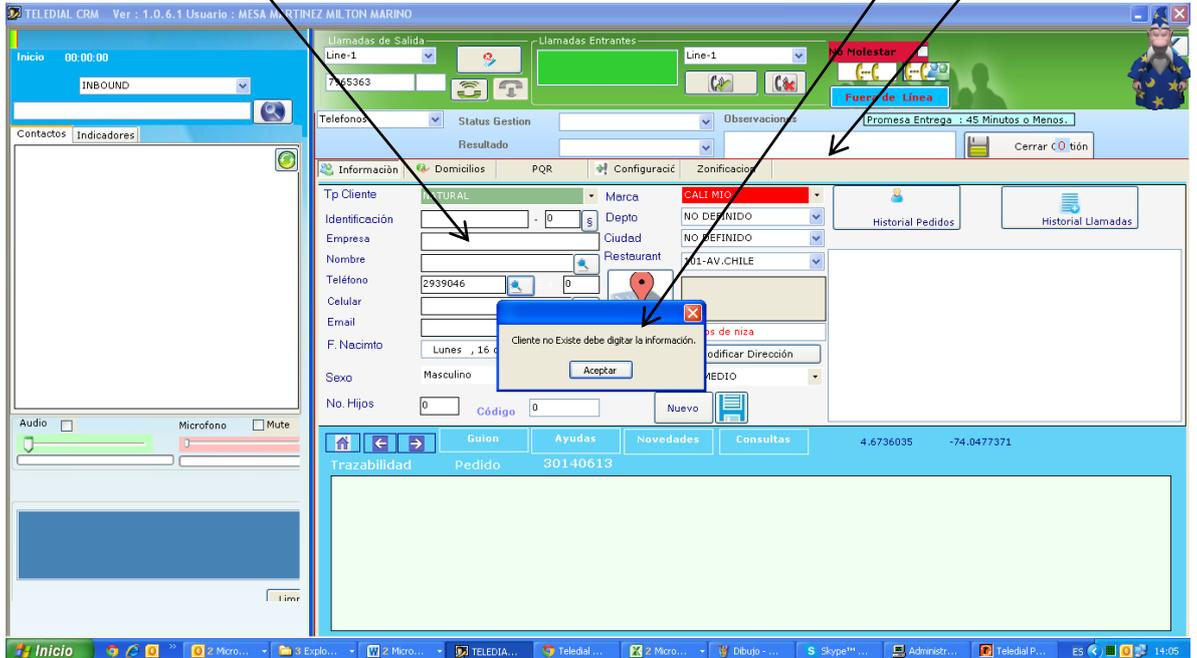
2014

PARA TENER PRESENTE

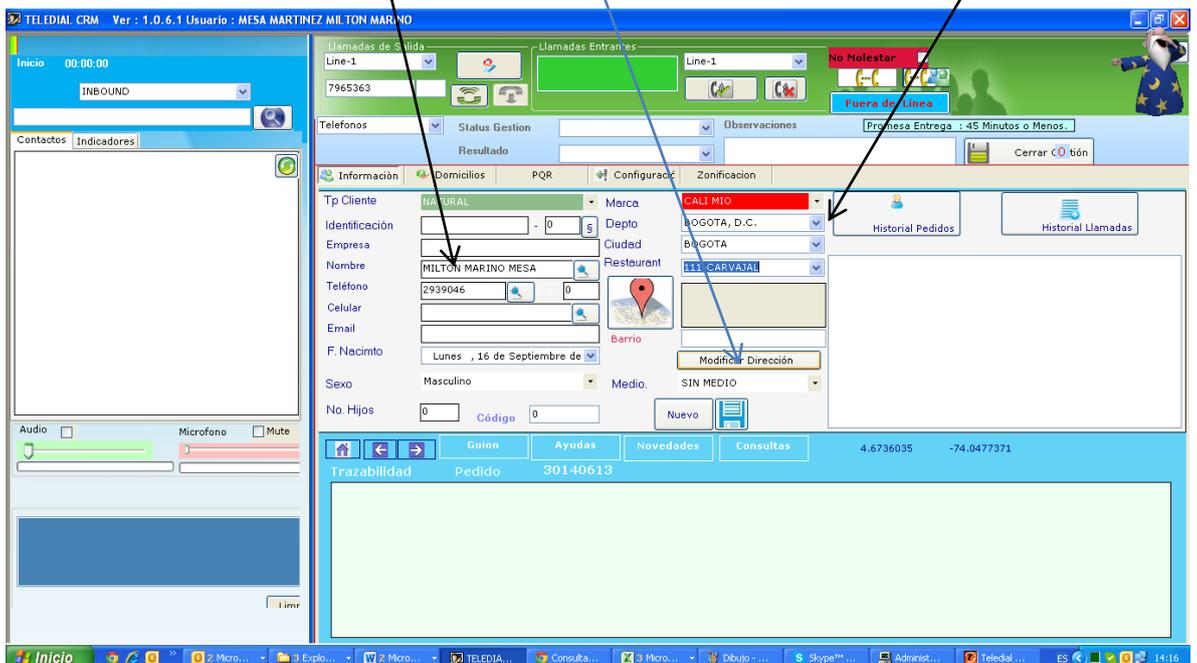
1. Al llegar al turno de apertura revisar en ayudas los horarios de inicio de operación de domicilios en los restaurantes.
2. Estar atentos a la mensajería interna ubicada en la pantalla parte superior izquierda.
3. Cada vez que ingrese una llamada y no sea para realizar pedido para poder tipificarla es necesario que solicitemos los datos básicos como: Nombres, No. Telefónico y dirección.
4. Cada vez que se tome un pedido se debe validar la pestaña **NOVEDADES**
5. Cada llamada que genere un cliente que haya realizado un pedido se debe tipificar como PQR y colocando textualmente lo que el cliente diga durante la llamada o requiera .
6. Cada vez que se tenga un caso “Especial” con un cliente o duda en Georeferenciación se debe solicitar la asistencia por parte del Jefe o coordinador de turno.
7. Si un cliente requiere comunicación directa con un supervisor el procedimiento establecido se le informa que inmediatamente el supervisor encargado se estará comunicando con usted a este número telefónico.

INGRESO CLIENTE NUEVO

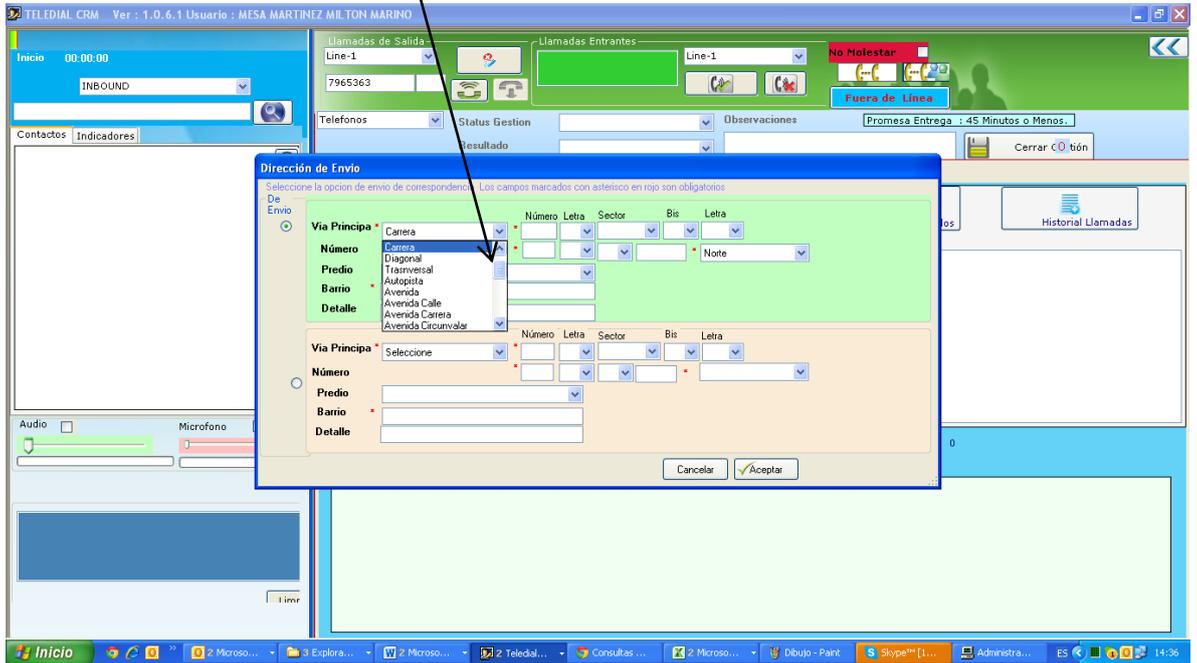
1. Una vez ingresa la llamada el Audio indica la marca, en este caso CALI MÍO, el número telefónico del cual el cliente está marcando y un aviso de información que indica que el Cliente no existe, entonces le damos Aceptar.



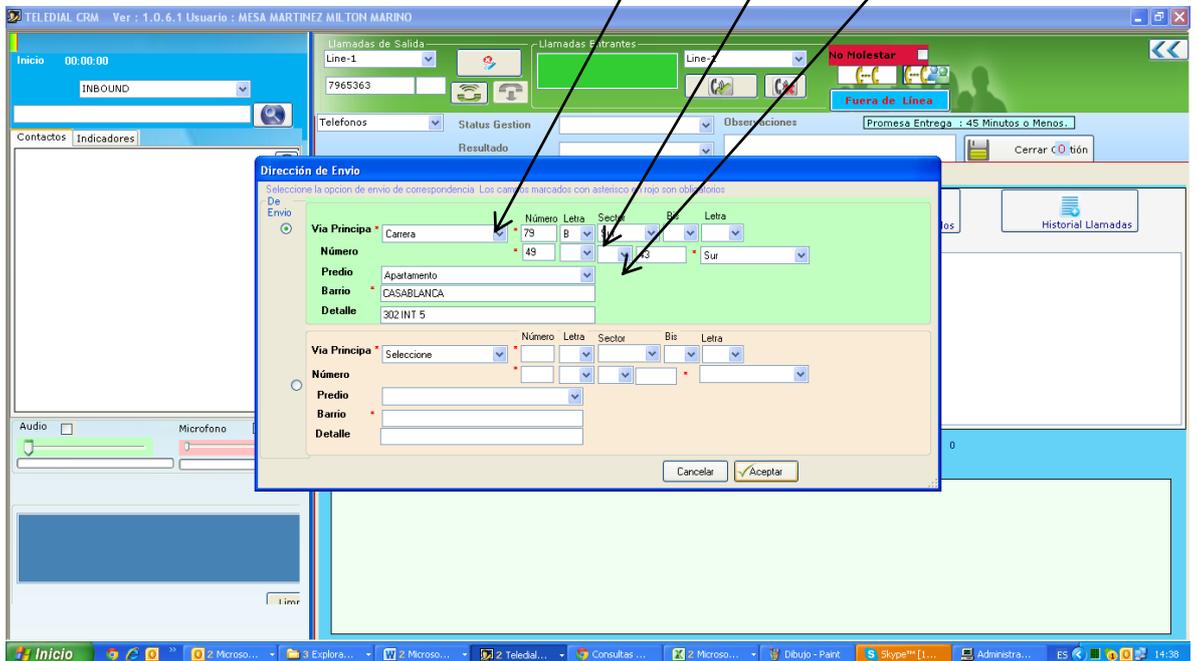
2. Ingresamos **Nombre y Apellido** en Mayúsculas; Dpto Bogotá, D.C; Ciudad Bogotá e ingresamos a **Modificar Dirección**



3. Seleccionamos vía principal



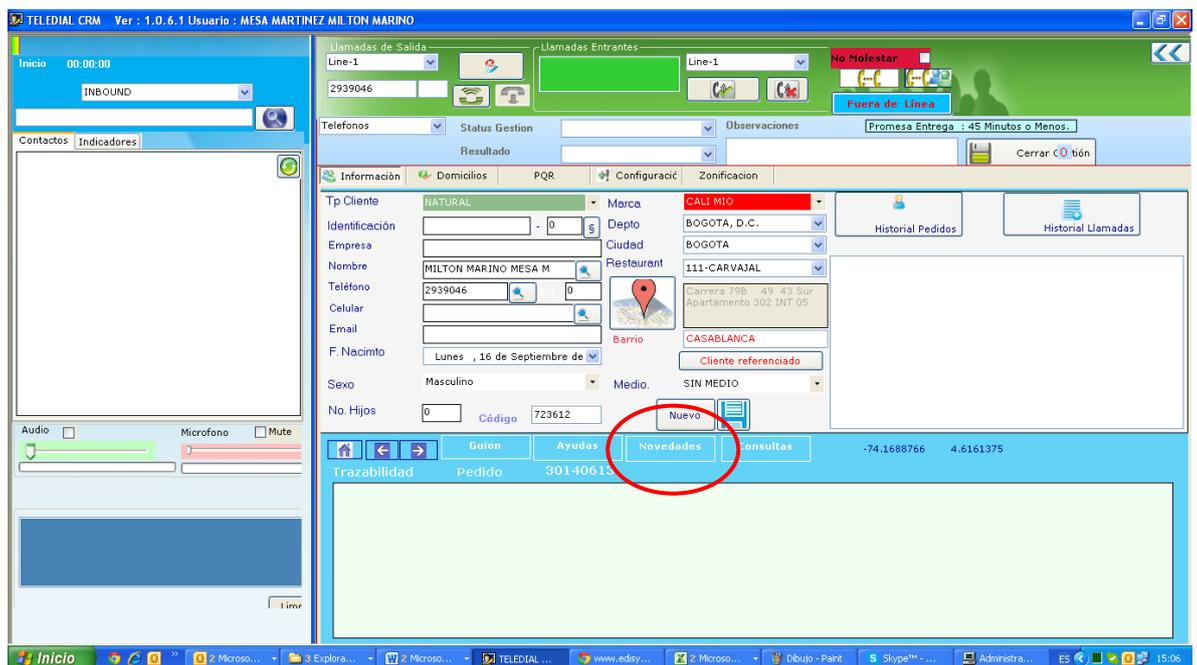
4. Ingresamos datos alfa numéricos, Predio, Barrio y Detalle (apto, interior, bloque- sólo los caracteres que alcancen en el panel) y **Aceptar**



5. Sale un aviso de advertencia para verificar la ubicación dentro del Mapa de Zonificación, le decimos que **SI**

6. Sale la ubicación en el mapa y el Restaurante que lo cubre. **En este caso CM Carvajal**

7. REVISAMOS NOVEDADES



El objetivo de este paso es impulsar los requerimientos del restaurante y no cargar en el pedido ningún producto que se reporte en **AGOTADOS** ó **FALTANTES**. Este paso es de carácter **OBLIGATORIO** antes de cargar cada pedido ya que durante el día pueden ser modificadas por el restaurante.

8. Cargamos el Domicilio

9. Para nuestro Ejemplo vamos a cargar dos(2) Pollos Asados y 2 copitas de Ají. Entonces hacemos Click en la categoría de POLLOS y doble Click en Pollo ASADO.

TELEDIAL CRM Ver : 1.0.6.1 Usuario : MESA MARTINEZ MILTON MARINO

Llamadas de Salida Line-1 2939046 Llamadas Entrantes Line-1 No Molestar Fuera de Línea Promesa Entrega : 45 Minutos o Menos.

Información Domicios PQR Configuración Zonificación

ACOMPAÑANTES
ADICIONALES
ALITAS/ HAMBURGUESAS
BEBIDAS
CARNES
CODENSA NORTE
CODENSA SUR
COMBOS
ENSALADAS
ESPECIALIDADES M. INFANTIL
POLLOS
POSTRES
PROMOCIONES PUBLICAR 2014
SERVICIOS
SOPAS
VENTAS INSTITUCIONALES

CUARTO PECHU APANADO 0 7000
CUARTO PECHU ASADO 0 6000
CUARTO PERNIL APANADO 0 8800
CUARTO PERNIL ASADO 0 6900
MEDIO POLLO APANADO 2AREPAS 0 13300
MEDIO POLLO AS 2 AREPAS 0 10200
POLLO APANADO 4 AREPAS 0 24300
POLLO ASADO 2 PAPAS 2A 0 17900
PROM2FRANC2GASE 0 5900

Forma Pago: EFECTIVO
Valor: 0 Total: \$ 0,00

TELEDIAL CRM Ver : 1.0.6.1 Usuario : MESA MARTINEZ MILTON MARINO

Llamadas de Salida Line-1 2939046 Llamadas Entrantes Line-1 No Molestar Fuera de Línea Promesa Entrega : 45 Minutos o Menos.

Información Domicios PQR Configuración Zonificación

SERVICIOS
ACOMPAÑANTES
ADICIONALES
ALITAS/ HAMBURGUESAS
BEBIDAS
CARNES
CODENSA NORTE
CODENSA SUR
COMBOS
ENSALADAS
ESPECIALIDADES M. INFANTIL
POLLOS
POSTRES
PROMOCIONES PUBLICAR 2014
SERVICIOS
SOPAS
VENTAS INSTITUCIONALES

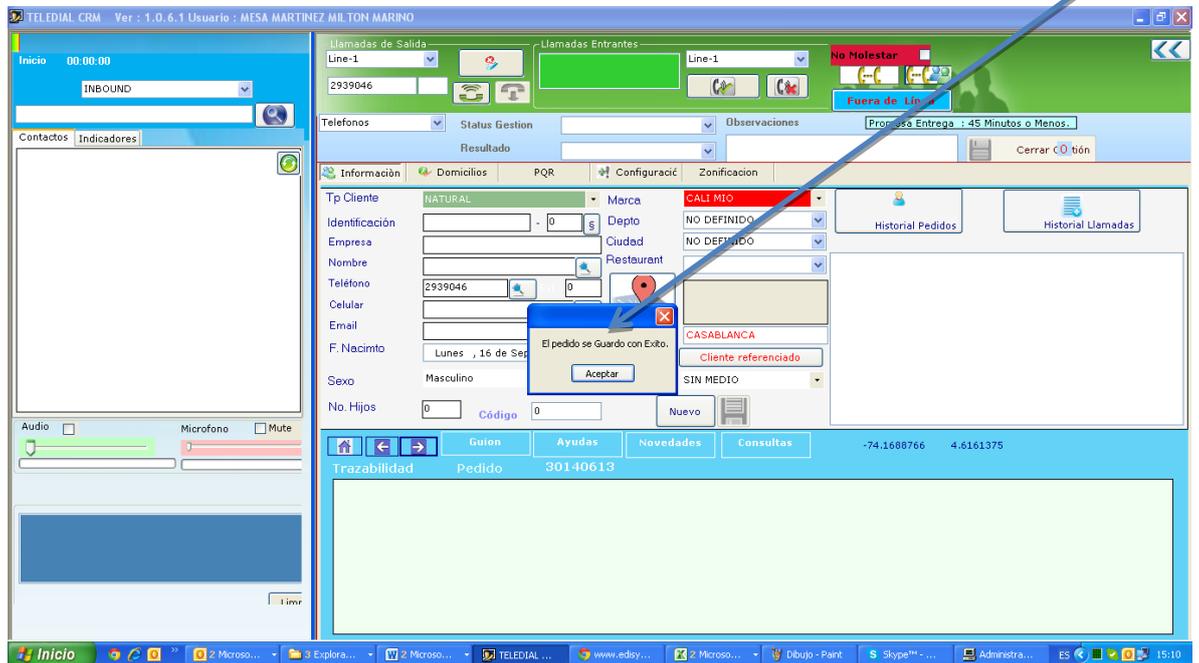
10001 AJI 0

Codigo_Producto	Nombre_Producto	Precio	Cantidad
5194	POLLO ASADO 2 PAPAS 2A	17900	2
10001	AJI	0	2

Forma Pago: EFECTIVO
Valor: 0 Total: \$ 35.800,00
1 EFECTIVO \$35800

Notas Gral Pedido: Por favor que llegue bien caliente y bien empaçado.

10. Sale un aviso informando que el pedido se guardó con éxito, le damos **Aceptar**.



TIIFICACIONES

Toda llamada que ingresa al sistema se debe tipificar una vez sea gestionada por el Asesor de servicio en las siguientes categorías



SOLICITA PEDIDO: Aplica una vez se carga un pedido.

SOLICITA PRECIOS O COTIZACIÓN: Aplica cuando el cliente averigua por un precio determinado de un producto o que está interesado en cotizar un evento. Para este caso de cotización para evento se debe tomar los datos completos y entregarlos al Coordinador de turno o Jefe de la Central para hacer la respectiva gestión.

SOLICITA INFORMACIÓN: Aplica para toda llamada informativa: Direcciones, horarios de servicio, llamadas personales a restaurantes, conformación de promociones, etc. o PQR que de haya generado en Tipo de Contacto: Información.

NO HAY COBERTURA: Aplica para solicitudes que se encuentren fuera de zona de cobertura. Es importante que si algún restaurante de otra de las marcas puede cubrir ese servicio se le informe el número y la marca de la cual puede ser atendido el cliente.

PQR: Aplica para llamadas a las cuales se les ha generado un PQR en el sistema.

CANCELAR SERVICIO: Aplica para las llamadas que han solicitado la cancelación de un pedido.

MODIFICAR O CAMBIAR SERVICIO: Aplica para las llamadas que se les ha realizado una modificación o cambio de servicio.

EQUIVOCACIÓN: Aplica para las llamadas que reportan haber recibido el servicio equivocado o diferente a los solicitado inicialmente.

BROMAS: Aplica para las llamadas que se generan para hacer bromas, chistes, etc.

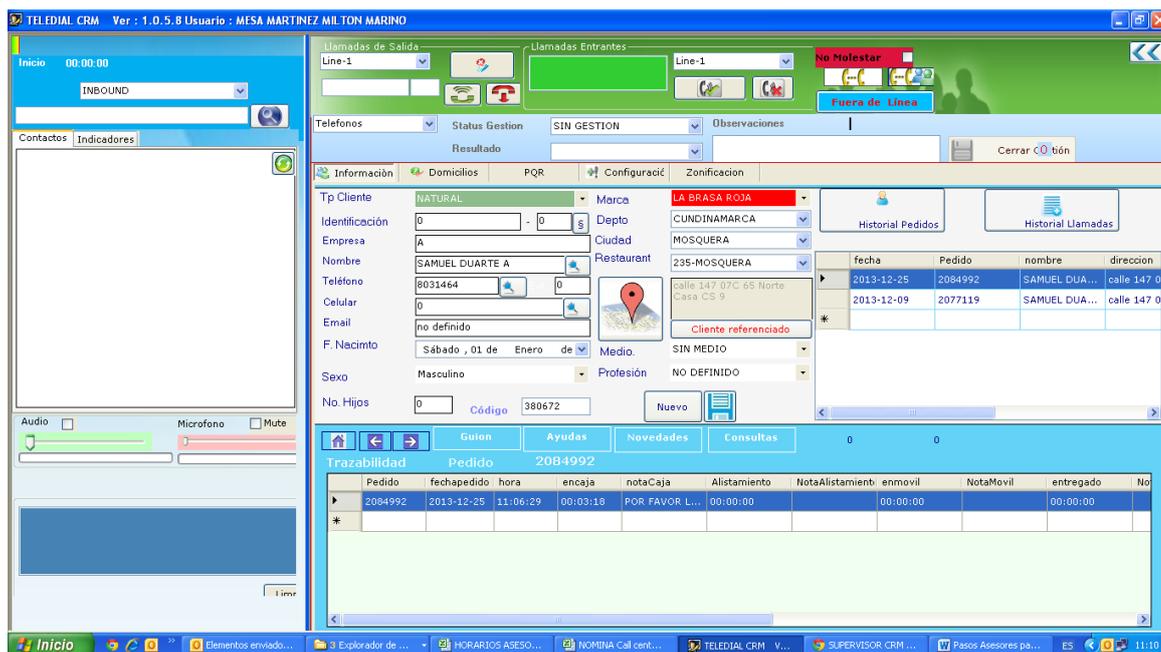
INGRESO DIRECCIÓN

OPCIÓN DE INGRESAR DOS DIRECCIONES CON MISMO NÚMERO TELEFÓNICO

The screenshot shows the TELEDIAL CRM interface. The main window displays customer information for 'MILTON MARINO MESA'. The 'Información' tab is active, showing fields for 'Tp Cliente' (NATURAL), 'Identificación' (0), 'Depto' (BOGOTA, D.C.), 'Ciudad' (BOGOTA), 'Nombre' (MILTON MARINO MESA), 'Teléfono' (7965363), 'Celular' (0), 'Email', 'F. Nacimiento' (Sábado, 01 de Enero de), 'Medio' (CODENSA), 'Sexo' (Masculino), 'Profesión' (NO DEFINIDO), and 'No. Hijos' (0). A red arrow points to the 'Teléfono' field. Below the information, there are buttons for 'Guion', 'Ayudas', 'Novedades', and 'Consultas'. The 'Trazabilidad' section shows 'Pedido: 30119164'. The interface also includes a 'Llamadas de Salida' and 'Llamadas Entrantes' section at the top, and a 'Historial Pedidos' and 'Historial Llamadas' section on the right.

Cliente registra dirección Principal y Oficina; pide que se le envíe a la oficina. Se marca esta opción

The screenshot shows the TELEDIAL CRM interface with a 'Dirección de Envío' dialog box open. The dialog box has a title bar and a subtitle: 'Seleccione la opción de envío de correspondencia. Los campos marcados con asterisco en rojo son obligatorios'. It contains two sections for address entry. The first section, 'Via Principa', has 'Avenida Suba' selected for 'Via Principa', '0' for 'Número', '115' for 'Letra', '58' for 'Sector', and 'Norte' for 'Bis'. The second section, 'Via Principa', has 'Carretera' selected for 'Via Principa', '79' for 'Número', 'B' for 'Letra', '43' for 'Sector', and 'Sud' for 'Bis'. Both sections have 'Oficina' for 'Predio' and 'Detalle' fields. The dialog box has 'Cancelar' and 'Aceptar' buttons. A red arrow points from the 'Dirección de Envío' dialog box to the 'Teléfono' field in the background interface.



INGRESO DATOS EMPRESA

Datos Empresa:

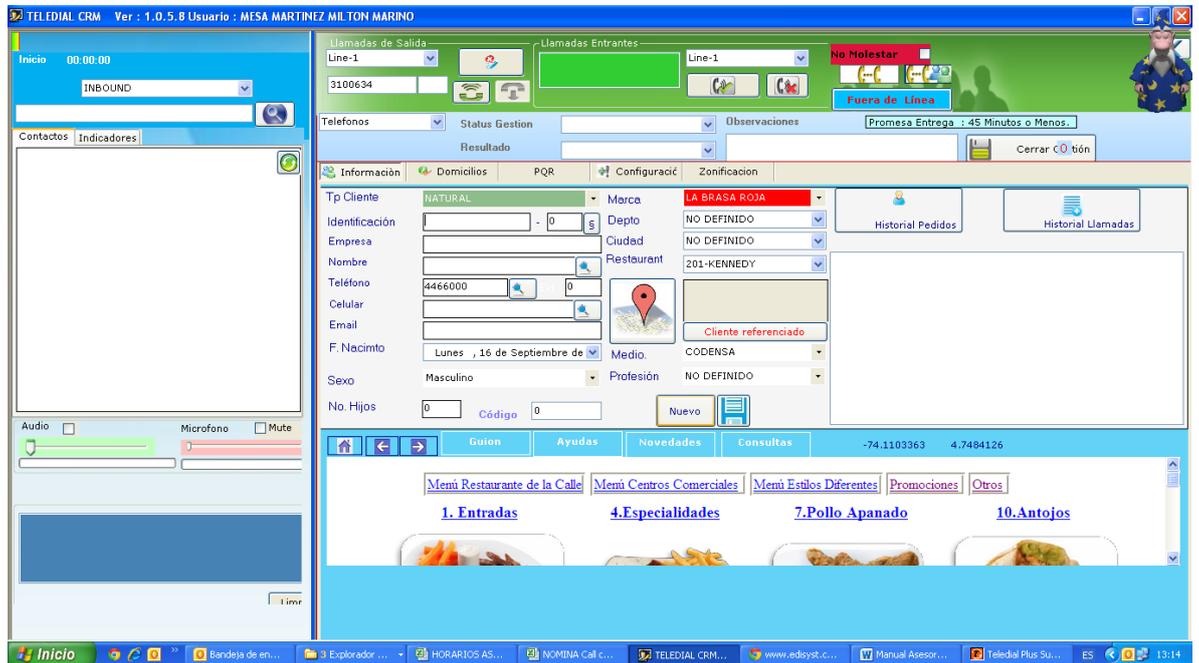
1. Tipo de cliente: **JURÍDICA**
2. Identificación: Número del Nit y después del guión (-) el último dígito (lo asigna el sistema automáticamente si está bien digitado).
3. Resto de datos se ingresan Normal

INGRESO NUEVO CLIENTE EN EMPRESA YA EXISTENTE

Datos Empresa:

1. Se ingresa el **número telefónico**
2. Se valida el **nombre de la persona** a la cual se le enviará el pedido,
3. Se valida el **nombre y datos de la Empresa**
4. se le da **guardar** y **se carga el pedido**.
5. De lo contrario se elabora nueva ficha.

6. **Elaboración de Nueva Ficha:** Se ingresan todos los datos como se indica INGRESO CLIENTE NUEVO paso 1 al 6



INGRESO CRÉDITOS CORPORATIVOS

Ingresamos **Número telefónico y Extensión**

Validamos Cliente Corporativo en **Ayudas-otros-Clientes Crédito**

Se carga el pedido según condiciones y se coloca la **persona que autoriza** en Observaciones y la **forma de pago es CREDITO**

Cómo registrar una PQR

Es importante tener claridad que un PQR se genera cada vez que un cliente que ha realizado un pedido llama a la Central de Domicilios por alguna novedad de su servicio.

Una vez verificados todos los datos como: Dirección completa, promesa de tiempo vs tiempo actual y pedido cargado(cantidades y productos) se determina que hay una novedad, se procede a generar la **PQR**

Paso 1: Tener claro el número de pedido sobre el cual se va a cargar la PQR, porque al pasar a la ventana PQR se debe seleccionar y activarlo con doble click y validar que en el panel respectivo parte inferior derecha se visualice el restaurante.

The screenshot displays the TELEDIAL CRM interface. At the top, it shows 'TELEDIAL CRM Ver: 1.0.6.5 Usuario: MESA MARTINEZ MILTON MARINO'. The main area is divided into several sections:

- Top Panel:** Includes 'Llamadas de Salida' and 'Llamadas Entrantes' with status indicators like 'No Molestar' and 'Fuera de Línea'.
- Form Fields:** Contains fields for 'Tp Cliente' (NATURAL), 'Identificación', 'Empresa', 'Nombre' (MILTON MARINO MESA MARTI), 'Teléfono', 'Celular', 'Email', 'F. Nacimiento', 'Sexo' (Masculino), and 'No. Hijos'. It also includes dropdowns for 'Marca' (LA BRASA ROJA), 'Depto' (BOGOTA, D.C.), 'Ciudad' (BOGOTA), 'Resteurent' (202-ILARCO), 'Barrio' (ILARCO), and 'Medio' (CODENSA).
- Historial Pedidos:** A table showing a list of orders with columns for 'fecha' and 'Pedido'.
- Trazabilidad:** A table showing order details for 'Pedido 30174844'.

fecha	Pedido
2014-03-08	30174844
2014-03-04	30171596
2014-02-28	30167084
2014-02-22	30163525
2014-02-18	30160574
2014-02-11	30155495
2014-02-04	30150613

Pedido	fechapedido	hora	encaja	notaCaja	Alistamiento	NotaAlistamien	enmovil	NotaMovil
30174844	2014-03-08	19:48:31	00:37:39		00:00:00		00:00:00	

Paso 2: Una vez estamos en panel de PQR es importante clasificar bien el **Tipo de Contacto:** Quejas/ Reclamos; Información y Solicitudes)en la ventana de PQR validamos el No.Pedido.

En caso de que el cliente llame y su pedido esté dentro del tiempo de promesa dado inicialmente por el Asesor de Servicio, se clasifica en **INFORMACIÓN, RESTAURANTE O ADMIN Y PEDIDO ACTUAL.** Una vez enviada la PQR se debe tipificar el Status Gestión como **INFORMACIÓN.**

The screenshot displays a software interface for managing PQRs. At the top, there are sections for 'Llamadas de Salida' and 'Llamadas Entrantes'. Below these is a navigation bar with tabs for 'Información', 'Domicilios', 'PQR', 'Configuración', and 'Mensajes'. The main content area is divided into two parts: a list of 'Pedidos' on the left and a detailed 'Ingreso PQR' form on the right. The 'Ingreso PQR' form contains the following fields:

- Tipo Contacto:** INFORMACION
- Tema:** RESTAURANTE O ADMIN
- Sub Tema:** PEDIDO ACTUAL
- Mensaje:** Pedido : 30174844. EL PEDIDO LLEVA VEINTE MINUTOS(TIEMPO QUE COORESPONDA) DE TOMADO, SE LE INFORMA AL CLIENTE QUE EL PEDIDO ESTÁ DENTRO DEL TIEMPO DE PROMESA
- Departamento:** LA BRASA ROJA
- Gestión:** (Empty field)

QUEJAS/RECLAMOS: Aplica cuando un cliente expresa una queja y puede ser por: DEMORA, PEDIDO INCOMPLETO, EQUIVOCADO, CALIDAD, SERVICIO ó ACLARACIÓN. Es importante hacer bien esta clasificación porque al momento de generarla le llega esa misma información IMPRESA al restaurante. Ej: mi pedido lo hice hace hora y media y no llega. Entonces se empieza a digitar seguido del No. Del pedido que sale por defecto y terminamos con Enviar. Una vez enviada la PQR se debe tipificar el Status Gestión como **PQR.**

The screenshot shows a CRM interface with a top navigation bar for 'Llamadas de Salida' and 'Llamadas Entrantes'. Below this is a 'Status Gestion' dropdown set to 'SIN GESTION'. The main content area is titled 'Ingreso PQR' and contains a list of PQRs on the left and a form on the right. The form fields are as follows:

Tipo Contacto	QUEJAS/RECLAMOS	MILTON MARINO MESA MARTINEZ A
Tema	DEMORA	Sub Tema DOMICILIARIO
Mensaje	Pedido : 30174844. EL PEDIDO LLEVA UNA HORA(TIEMPO QUE COORRESPONDA) DE TOMADO, LLAMAR AL CLIENTE E INFORMARLE EL ESTADO Y TIEMPO EN EL CUAL LLEGA	
Departamento	LA BRASA ROJA	202 ILARCO
Gestión		

INFORMACIÓN: Aplica cuando un cliente llama para validar o hacer preguntas sobre su pedido pero que son diferentes a Quejas/Reclamos. Ej: Me puede informar si la Chuleta que pedí viene con salsas?(TODO EN MAYÚCULAS). Terminar con Enviar. Una vez enviada la PQR se debe tipificar el Status Gestión como **INFORMACIÓN**.

The screenshot shows the same CRM interface as above, but with the 'Tipo Contacto' set to 'INFORMACION' and the 'Sub Tema' set to 'ACOMPANAMIENTO'. The message field contains: 'Pedido : 30174844. EL CLIENTE PREGUNTA SI LA CHULETA LLEVA SALSAS'.

Tipo Contacto	INFORMACION	MILTON MARINO MESA MARTINEZ A
Tema	PRODUCTOS	Sub Tema ACOMPANAMIENTO
Mensaje	Pedido : 30174844. EL CLIENTE PREGUNTA SI LA CHULETA LLEVA SALSAS	
Departamento	LA BRASA ROJA	202 ILARCO
Gestión		

SOLICITUDES: Aplica cuando un cliente llama para solicitar algo sobre su pedido diferente a Quejas/Reclamos. Ej: Me podría informar si tiene fiestas infantiles(TODO EN MAYÚSCULAS). Terminar con Enviar. Una vez enviada la PQR se debe tipificar el Status Gestión como **INFORMACIÓN**.

ANEXO No.10 SISTEMA Y APLICATIVOS

ADMINISTRACIÓN TELEDIAL CRM
[Cerrar Sesión]

Trazabilidad
Supervisor
Novedades
Seguimiento PQR
Informes
Utilidades
Restaurantes

INICIAR SESIÓN

Especifique su nombre de usuario y contraseña. Registrarse si no tiene una cuenta.

Información de cuenta

Nombre de usuario:

Contraseña:

Mantenerme conectado

Inicio

All rights Reserved @ Il rights Reserved @Ok contact - 2013
Síguenos en:

TELEDIAL CRM Ver : 1.0.7.3 Usuario : MESA MARTINEZ MILTON MARINO

Inicio 00:00:00

INBOUND

Contatos Indicadores

Audio Microfono Mute

Llamadas de Salida

Line-1

2019808

Llamadas Entrantes

Line-1

No Molestar

Fuera de Línea

Telefonos

Status Gestion

Observaciones

Promesa Entrega : 45 Minutos o Menos.

Información

Domicilios

PQR

Configuración

Mensajes

Tp Cliente: NATURAL

Identificación: [input]

Empresa: [input]

Nombre: JULIO MEJIA

Teléfono: 3115958271

Celular: [input]

Email: [input]

F. Nacimiento: Sábado, 01 de Enero de [input]

Sexo: Masculino

No. Hijos: 0

Código: 884551

Marca: LA BRASA ROJA

Depto: BOGOTA, D.C.

Ciudad: BOGOTA

Restaurant: 210-CENTRO

Barrio: TEUSAQUILLO

Cliente referenciado

pedido	fecha	Nombre
30303832	2014-07-31	JULIO MEJIA

Guion

Ayudas

CM

BR

CV

Novedades

Consulta

-74.1229858 4.5974059

Trazabilidad Pedido 30303832

Pedido	fechapedido	hora	caja	notaCaja	Alistamiento	NotaAlistamiento	enmovil	NotaMovil	entregado
30303832	2014-07-31	21:15:23	00:12:57	DATAFONO ...	00:00:00		00:00:00		00:00:00

ANEXO No.11

TERMINOLOGIA DE REPORTES Y KPIs DE CONTACT CENTER

TERMINO	SIGNIFICADO	FORMULACION
KPI	Indicadores Clave de Ejecucion	Ninguna
Erlang	Unidad usada para medir volumen de trafico de llamadas	Diferentes formulaciones
TME	Teleoperado/Agente de Call Center	Ninguna
Llamadas Entrantes	Llamadas entrantes para una campana en un lapso de tiempo	Ninguna
Llamadas Contestadas	Llamadas que entraron a cola y fueron contestadas por un tme	Ninguna
Llamadas Atendidas	Llamadas atendidas por agente, por IVR o correo de voz	Ninguna
Llamadas dentro del Nivel de Servicio	Llamadas contestadas por agente antes de 20 segundos	Ninguna
Base	Total base asignada en un periodo/ Llamadas entrantes en un periodo	Ninguna
Contactabilidad	Registros contactables del total de la base	base-(equivocados, danado, ilocalizado.)
Eficiencia	Porcentaje del nivel de trabajo de un TME	registros en ultimo status/base
Eficacia	Porcentaje de logro del objetivo de la campana	registros con status eficaz/contactabilidad
Efectividad	Porcentaje de trabajo general del Call Center o un TME	(eficiencia+eficacia)/2
Nivel de Servicio	% Llamadas entrantes respondidas antes de un plazo especifico	(Llamadas atendidas antes de x segundos/ Llamadas atendidas)
Nivel de Atencion	Mide la atencion cuantitativa del servicio de la plataforma inbound	(Llamadas recibidas – Llamadas abandonadas antes de los 5 segundos).
Tasa de Abandono	Porcentaje de usuarios que abandonan la llamada en cola	(Llamadas abandonadas- Abandonadas < 5 segundos)/ (Llamadas recibidas – Abandonadas < 5 segundos)
ATA	Porcentaje de probabilidad de abandono segun un rango de tiempo	Se miden los segundos promedio y se saca un % ejm. 40% culega < de 7 seg.
TMO	Duracion promedio de llamada con el cliente	Ninguna
ASA	Tiempo entre en inicio de la cola hasta que contesta un agente	(Suma tiempos en cola y espera de llamadas atendidas/# total llamadas atendidas)
AHT	Tiempo total de relacion con el cliente en una llamada (desde cola)	(TMO+ACW+holds)
ACW	Tiempo despues de colgar que se dedica a terminar gestion del cliente	Ninguna
Agentes por Intervalo	Suma de agentes activos en un periodo	(Suma todos agentes activos/# de intervalos de media hora

TERMINO	OTROS NOMBRES	OTROS NOMBRES2
KPI	KPIs	Metricas
Erlang	-	-
TME	TMK	Telemarketer
Llamadas Entrantes	Inbound	-
Llamadas Contestadas	Contestadas por agente	CHP-Q
Llamadas Atendidas	NCH	-
Llamadas dentro del Nivel de Servicio	-	-
Base	Base de Datos	Total Registros/Llamadas
Contactabilidad	Penetracion	-
Eficiencia	-	-
Eficacia	Conversion	Convertibilidad
Efectividad	Efectividad Total	-
Nivel de Servicio	SVL	TSF/Factor de Servicio
Nivel de Atencion	NDA	
Tasa de Abandono	ACR	AR
ATA	Tiempo de abandono	-
TMO	Tiempo al Aire	ATT
ASA	Velocidad de Respuesta	
AHT	Tiempo de Manejo	ATH
ACW	Call Wrap Up Time	
Agentes por Intervalo	ALA	Agentes firmados

Fuente: Asellerator