ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO ENFOCADAS A LA EFICIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

Andres Felipe Galeano Duarte

agalean@92638@universidadean.edu.co

INTRODUCCIÓN

Las empresas en la actualidad buscan una forma óptima de mejorar sus índices de productividad, reducir costos y por consiguiente poder mejorar sus ingresos. Por tanto, en ocasiones optan por acudir a otras empresas que apoyen estas tareas relacionadas con la prestación de servicio al cliente y es en este punto que acuden a la tercerización de procesos que les permitan a las compañías focalizar esfuerzos en su línea principal de negocio, sin descuidar el factor de servicio que es determinante para el desarrollo de su actividad.

SERVICIO AL CLIENTE TERCERIZADO

Si la utilización de nuevas tecnologías proporciona a la organización una oportunidad de reducir sus costos y volverse más competitivo, la reconfiguración de su cadena de valor es inminente y deberá lograrla en el menor tiempo posible. Las empresas no sólo requieren reducir costos por cuestiones relacionadas con las utilidades sino también por factores relacionados con la competencia. Administrar la experiencia del cliente no se enfoca solamente al servicio y lograr cubrir sus expectativas, ni tampoco en medir lo que piensa de la empresa o de los productos ofrecidos. Se busca una real diferenciación y ventajas competitivas que ya no se logran alcanzar solamente con los productos o servicios ofrecidos, que en el hoy, no presentan mayor diferenciación entre los competidores.

Para el grupo **ZFB** Zona Franca de Bogotá. “Bogotá es la zona ideal para invertir en el sector de servicios y así mismo garantizar que se cuente con espacios apropiados para el desarrollo de las actividades comerciales de estas organizaciones y gozando además de beneficios tributarios”. (ZFB, 2020).

Enfoque, alcance y diseño de la investigación

Se realizará una muestra a trabajadores del sector financiero, empresas de tercerización de procesos, bancos, fondos, reparadoras entre otras empresas que componen el sector financiero en general, con un enfoque cualitativo de carácter no experimental y realizado a personas entre los 18 y 30 años, ubicados en la ciudad de Bogotá. La encuesta es compartida a través de medios digitales, para la realización de esta.

Definición de Variables

Las variables para revisar son directamente el conocimiento en sí sobre el concepto de BPO y la importancia o percepción que tienen los clientes sobre la empresa y viceversa. Por tanto se desarrolla un cuestionario de 8 preguntas entre estas, preguntas abiertas, de cuestionario y selección. Es sólo realizada por empleados del sector financiero, excluyendo otros sectores y priorizando a la población de menos de 30 años.

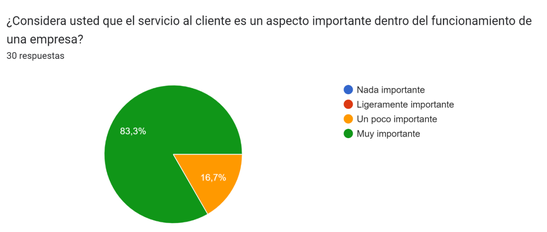
ENCUESTA

Se realizará una encuesta a población mayor de edad comprendida entre los 18 y 30 años profesionales, tecnólogos, técnicos como base de estudio mínima y personas que tienen estudios de carácter superior, pero que de igual manera realizan actividades laborales en el sector financiero y que por su mismo estudio y trayectoria en este, tienen una perspectiva relevante en función de determinar por qué es importante reconocer la importancia del servicio al cliente.

BPO COLOMBIA

Si bien los encuestaos pertenecen al sector financiero y por ende dentro de sus actividades cotidianas habrán escuchado el término de BPO y que por conocimiento de este, sepan qué es, no consideran que este sea del todo relevante como para resaltar y destacar entre distintos países como líder en el mercado. 20% de estos trabajadores del sector financiero tienen certeza y conocimiento de que Colombia lidera este ranking por distintos factores.

GRAFICAS



HALLAZGOS

La pregunta orientadora de la encuesta da un vistazo del conocimiento generalizado de los encuestados sobre el entorno que los rodea, las empresas que consumen y aquellos servicios que utilizan ya que, en la mayoría de los casos un 60% de los que son empleados y clientes a la vez destacaron el servicio al cliente diferenciador recibido por parte de distintas entidades y/o empresas, que en su mayoría resultan ser entidades del mismo carácter financiero al que pertenecen.

CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO

•El servicio al cliente como factor prioritario y de alto impacto en las organizaciones es un valor que resalta y demuestra la eficiencia de este, dando a conocer por medio de encuestas virtuales y buzones, ya sea de sugerencias o de recolección de datos aspectos que son oportunidades de mejora frente a un servicio al cliente de calidad. Dentro de cada organización es importante que se tenga presente la opinión de los clientes para no consolidar así un riesgo reputacional, producto de una mala imagen o percepción de los clientes frente a una empresa. De esta manera plantear o modificar objetivos definidos y poder así lograr tener un cliente satisfecho con el producto o servicio brindado.

•El servicio al cliente es un aspecto que hoy por hoy representa un aspecto diferenciador entre la prestación de un servicio que varie entre una empresa u otra y es que en consecuencia con la importancia de este, las empresas deben trabajar en función de mejorar constantemente este indicador que da claras visiones de su situación actual y posibles proyecciones.

REFERENCIAS

- Asociación Colombiana de BPO - Bpro (s.f). *Qué es el sector BPO?* Recuperado el 27 de agosto, 2022, de https://www.bpro.org/que-es-el-sector-bpo
- Fernández-Ríos, M. y Sánchez, J., (1997) Eficacia Organizacional. Madrid.
- Grupo ZFB Zona Franca Bogotá (27 de julio, 2020). *Siete razones para instalar sus operaciones de BPO en Colombia*. Recuperado el 27 de agosto, 2022, de https://grupozfb.com/noticias/articulo/siete-razones-para-instalar-sus-operaciones-de-bpo-en-colombia/
- M. de la Torriente et al. (2014). ¿Qué es la experiencia del cliente?. Recuperado el 24 de septiembre de 2022, de https://asociaciondec.org/wp-content/uploads/2016/09/0-Que-es-la-Experiencia-de-Cliente.pdf

Agradecimientos:

Agradecimiento al profesor Luis Armando Cobo Campo por haber guiado este proceso tan complejo pero de mucho aprendizaje, que a pesar de los obstáculos, con su asesoría e impulso logré llegar a un resultado positivo en mi proceso de investigación y formación.