



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
EMPRESARIAL

Mejoramiento de la gestión de procesos de negociación para optimizar las ventas de TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo 2022”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Empresarial

AUTORES:

Nima Adanaque, Jose Manuel (orcid.org/0000-0002-6236-2942)
Vasquez Esquives, Marilyn Elizabeth (orcid.org/0000-0003-2552-8381)

ASESOR:

Mgtr. Raunelli Sander, Juan Manuel (orcid.org/0000-0001-5818-949X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Operaciones y Procesos de Producción

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

CHICLAYO - PERÚ

2022

Dedicatoria

Nuestra tesis está dedicada a nuestros padres, quienes nos han enseñado que el mayor esfuerzo se puede obtener de uno mismo, día a día nos enseñan que, aunque la tarea sea inmensa se puede lograr con éxito si se realiza un paso a la vez.

También se lo dedicamos con mucha admiración a todas las personas que nos acompañaron en ésta etapa con sus aportes en nuestra formación como profesionales y como seres humanos.

Los Autores.

Agradecimiento

Al finalizar esta etapa extraordinaria de nuestras vidas aprovechamos la ocasión para manifestar nuestro profundo agradecimiento a las personas que nos apoyaron en realizar esta meta, personas especiales que nos aconsejaron y guiaron en nuestro camino y en todo momento, han sido nuestro apoyo y fortaleza y nuestra gran inspiración. Ésta mención en especial a Dios y a nuestros familiares. Agradecer profundamente a cada uno de ustedes por demostrarnos que “El verdadero amor no es más que la ilusión inexcusable de apoyar al prójimo para que éste se supere y logre sus metas trazadas.”

Nuestra gratitud también está dirigida a la Escuela de Ingeniería, nuestro sincero agradecimiento al asesor de tesis, Mgtr. Raunelli Sander Juan Manuel, agradecemos a cada uno de los docentes que con sus conocimientos y experiencia forman la base de nuestras vidas profesionales.

Los Autores.

Índice de contenidos

| | |
|--|----|
| Dedicatoria | 2 |
| Agradecimiento..... | 3 |
| Índice de contenidos | 4 |
| Índice de tablas | 5 |
| Índice de gráficos y figuras..... | 6 |
| Resumen..... | 7 |
| Abstract | 8 |
| I. INTRODUCCION..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 4 |
| III. METODOLOGÍA | 12 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 12 |
| 3.2. Variables y operacionalización..... | 13 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 14 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 15 |
| 3.5. Procedimientos..... | 16 |
| 3.6. Métodos de análisis de datos | 36 |
| 3.7. Aspectos éticos | 36 |
| IV. RESULTADOS | 37 |
| V. DISCUSIÓN..... | 78 |
| VI. CONCLUSIONES | 80 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 81 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Evaluación de proceso de negociación de situación real en DATA PRE TEST | 21 |
| Tabla 2. Promedio de llamadas contestadas | 25 |
| Tabla 3. Errores representantes | 29 |
| Tabla 4. Beneficios del Ciclo PHVA | 34 |
| Tabla 5. Evaluación del proceso de negociación | 38 |
| Tabla 6. Efectividad de ventas | 39 |
| Tabla 7. Cierre mayo | 40 |
| Tabla 8. Cierre junio | 40 |
| Tabla 9. Cierre (primera) quincena de julio | 40 |
| Tabla 10. Evaluación del ciclo PHVA | 41 |
| Tabla 11. Cuestionario de entrevista- PLANEAR | 42 |
| Tabla 12. Cuestionario de entrevista - HACER | 42 |
| Tabla 13. Cuestionario de entrevista – VERIFICAR | 43 |
| Tabla 14. Cuestionario de entrevista - ACTUAR | 43 |
| Tabla 15. Diseño de la propuesta de mejora de proceso | 44 |
| Tabla 16. Determinación de la herramienta | 46 |
| Tabla 17. Colaboradores del área de operaciones Televentas | 46 |
| Tabla 18. Auxiliares y tiempos determinados | 50 |
| Tabla 19. Conocimiento de los procesos | 51 |
| Tabla 20. Programación de capacitaciones - Área de formación | 52 |
| Tabla 21. Efectividad por cuartiles | 52 |
| Tabla 22. Programación de capacitaciones - Área de calidad | 53 |
| Tabla 23. Nuevos tiempos de envío de reporte | 53 |
| Tabla 24. Implementación de las mejoras | 57 |
| Tabla 25. Recepción de llamadas (mayo - setiembre) | 59 |
| Tabla 26. Conocimiento de procesos para consultas del cliente | 60 |
| Tabla 27. Cuartiles por efectividad (mayo - setiembre) | 61 |
| Tabla 28. Mejora de los cuartiles | 61 |
| Tabla 29. Errores representantes antes y después | 63 |
| Tabla 30. Efectividad de ventas – DESPUES | 66 |

Índice de gráficos y figuras

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Barras de ventas cerradas | 41 |
| Gráfico 2. Efectividades antes y después | 62 |
| Gráfico 3. Antes y después - Errores de Representantes | 64 |
| Gráfico 4. Efectividad de Ventas ANTES - DESPUÉS | 66 |
| Gráfico 5. Porcentaje de ventas cerradas ANTES - DESPUÉS | 67 |
| Gráfico 6. Evaluación del Ciclo PHVA - DESPUES | 69 |
| | |
| Figura 1. Herramientas de la Gestión de Procesos | 8 |
| Figura 2. Ciclo de Gestión de Procesos de Negociación | 8 |
| Figura 3. Ciclo Deming | 11 |
| Figura 4. Ubicación de la empresa Konecta Sede Chiclayo | 17 |
| Figura 5. Diagrama de Flujo de Procesos de Negociación | 18 |
| Figura 6. Proceso de recepción de llamada | 23 |
| Figura 7. Control de Asesores | 24 |
| Figura 8. Proceso de consulta y validación | 26 |
| Figura 9. Herramienta T3 | 27 |
| Figura 10. Proceso de compra | 28 |
| Figura 11. Proceso de verificación de compra por T3 | 30 |
| Figura 12. Proceso de reporte de las ventas | 31 |
| Figura 13. Reporte de trazabilidad | 33 |
| Figura 14. Entrevista DESPUES de la implementación | 35 |
| Figura 15. Diseño del Control online y de auxiliares CMS | 48 |
| Figura 16. Diseño del grupo de agentes por supervisor | 49 |
| Figura 17. Grupo de agentes CMS por supervisor | 50 |
| Figura 18. Nuevo proceso de reportes | 54 |
| Figura 19. Nuevo proceso de recupero de ventas canceladas | 55 |
| Figura 20. Programación de capacitación | 56 |
| Figura 21. Reporte de efectividades - cuartiles | 63 |
| Figura 22. Reporte de motivo de cancelación - DESPUES | 64 |
| Figura 23. Reporte de trazabilidad - DESPUES | 65 |

Resumen

El desarrollo del proyecto de investigación responde al problema general: ¿Al mejorar la gestión de procesos se optimizó las ventas de TLVIN en la empresa KONECTA, Chiclayo 2022?, siendo el objetivo general: Mejorar el proceso de negociación para optimizar las ventas TLVIN de la empresa KONECTA, Chiclayo, como Hipótesis general que se debe contrastar el mejoramiento de la gestión de procesos de negociación que influye en la efectividad de las ventas de TLVIN de la empresa KONECTA.

El método de investigación es cuantitativo, el tipo de investigación es aplicada, de nivel explicativo y con diseño cuasi experimental, de manera longitudinal.

La población de estudio fueron los resultados de la producción durante diez semanas, de los meses de mayo, junio y julio (primera quincena) y diez semanas después de la aplicación del Ciclo Deming de los meses de julio (segunda quincena), agosto y setiembre, la muestra es de tipo no probabilístico.

Se concluye que, con la aplicación del ciclo Deming para implementar el mejoramiento de la gestión de procesos en la empresa KONECTA de la Ciudad de Chiclayo, incrementó su gestión de un 38% de estado deficiente a un 94%, incrementando en un 56%.

Palabras clave: Calidad de procesos, procesos de ventas por teléfono, procesos de negociación.

Abstract

The development of the research project responds to the general problem: By improving process management, was TLVIN sales optimized in the company KONECTA, Chiclayo 2022?, being the general objective: Improve the negotiation process to optimize TLVIN sales of the company KONECTA, Chiclayo, as a General hypothesis that should be contrasted the improvement of the management of negotiation processes that influences the effectiveness of TLVIN sales of the company KONECTA.

The research method is quantitative; the type of research is applied, explanatory level and with quasi-experimental design, longitudinally.

The study population was the results of the production during ten weeks, of the months of May, June and July (first fortnight) and ten weeks after the application of the Deming Cycle of the months of July (second fortnight), August and September, the sample is of non-probabilistic type.

It is concluded that, with the application of the Deming cycle to implement the improvement of process management in the company KONECTA of the City of Chiclayo, it increased its management from 38% to 94%, increasing by 56%.

Keywords: Process quality, telephone sales processes, negotiation processes.

I. INTRODUCCIÓN

Muchas empresas han adoptado y mejorado sus procesos, más aún por la coyuntura que se atravesó, las ventas intangibles por llamadas telefónicas se han convertido en una de las primeras opciones por los clientes. La empresa Konecta ha venido ofreciendo un servicio donde el cliente solicitaba un producto (cater), donde el proceso de la negociación de la preventa debió tener un seguimiento adecuado en base a tiempo y calidad, ésta deficiencia de procesos trajo como consecuencia a que el cliente insatisfecho cancelara su compra y buscara otras formas de adquirir el producto.

LEIMBACH, LEARNING (2017) en su artículo: “Las estrategias de negociación de ventas”, mencionó que las negociaciones comerciales han sido más complejas hacia el entorno de hoy, en parte a la disponibilidad de información donde los clientes tenían acceso sobre cada producto y servicio en cualquier industria. Los clientes cuando realizaban un pedido, buscaban información sobre su producto y al ver que no cumplían con las expectativas deseadas cancelaban su pedido.

Siempre ha existido evidencia sobre el importante crecimiento de la implementación de la gestión por procesos en las organizaciones y el interés con el que se ha venido contando por parte de los profesionales en los últimos años, SÁNCHEZ Y BLANCO (2018), nos han demostrado que durante una preventa generada se ha realizado el seguimiento adecuado para que la preventa haya sido una venta exitosa. Desde hace algún tiempo muchas empresas han implementado mejoras en sus procesos, esto generó que el mercado sea muy competitivo, dio origen a la búsqueda de la excelencia en calidad de los productos o servicios que se brindaron, donde se determinó la satisfacción de los clientes.

Según ORBITA NOTICIAS (2018), El gerente General de MC Autos Perú afirmó “Se ha buscado generar un valor agregado para nuestros clientes en cuanto a la comercialización y servicio post venta, clave para la fidelización de la marca”. Haciendo énfasis a lo afirmado, se confió que habiendo brindado una atención personalizada al cliente una vez que se haya producido la venta, se ha contado desde ya como un elemento clave para asegurar clientes por mucho tiempo.

A nivel local el GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE (2019), ha tenido que

los involucrados de la Oficina Regional de Integridad, han felicitado el haber mejorado su portal web institucional del Hospital Belén de Lambayeque, han facilitado el acceso de información a la comunidad regional. Entre sus innovaciones, las consultas en línea han permitido brindar a la ciudadanía un servicio directo, donde se evitó la aglomeración de los usuarios. Ésta innovación ha generado que sea una de las alternativas que la mayoría de las empresas han ido adaptando, se ha podido evitar largas colas y se optimizó el tiempo para satisfacer a clientes y también a la empresa.

En el 2022, la empresa Konecta de nivel internacional, ha venido gestionando servicios de atención, y ventas para unos importantes clientes como Movistar, del sector de las Telecomunicaciones. En la ciudad de Chiclayo se encuentra el servicio de TLVIN (ventas de celulares para el país de Argentina), donde se ha tenido un gran problema en las ventas que no se han concretado (cierre), se resumió en lo siguiente:

- a) Incorrecta validación de datos.
- b) Deficiente información del proceso y producto.
- c) Seguimiento deficiente del proceso de negociación de la preventa.
- d) Validación incorrecta del stock.
- e) Incompleta cobertura de delivery.

Por ende, este proyecto de investigación ha tenido como finalidad optimizar las ventas gestionando el proceso de negociación. Donde se formuló el siguiente problema general:

¿Al mejorar la gestión de procesos se optimizó las ventas de TLVIN en la empresa Konecta, Chiclayo 2022?

La investigación propuso las justificaciones:

Justificación teórica, se empleó y analizó metodologías de estudios científicos, se gestionó procesos para la optimización de las ventas, que fueron utilizadas en otras investigaciones con resultados positivos.

Justificación metodológica; empleó herramientas, métodos, y sistemas que han señalado la optimización de procesos, éstos procedimientos han sido de gran importancia en cuanto a la mejora de los quiebres que se dan en una organización.

Justificación económica: sugirió mejorar la gestión de procesos, permitió aumentar las ventas que generaron el crecimiento profesional necesario, los ingresos por comisiones de cuentas para los representantes.

La investigación presentó el siguiente objetivo general:

Mejorar la Gestión del proceso de negociación para optimizar las ventas TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo

Presentó los siguientes objetivos específicos:

- Evaluar el proceso de negociación.
- Diseñar la propuesta de mejora de procesos.
- Implementar las mejoras.

Como hipótesis general de la investigación se formuló:

“El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en optimizar las ventas de TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo 2022”

Hipótesis específicas:

- El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la efectividad de las ventas de TLVIN de la empresa Konecta.
- El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en el porcentaje de las ventas cerradas de TLVIN de la empresa Konecta.

II. MARCO TEÓRICO

En relación con diversos antecedentes encontrados tanto a nivel internacional como nacional, nos permitieron valorizar información a nuestra investigación. A continuación, presentamos los siguientes aportes:

Según PACHECO (2017), realizó una investigación titulada “Fidelización de Clientes para Incrementar las Ventas en la Empresa DISDURÁN S.A. en el Cantón Durán”, con el objetivo de desarrollar un plan de fidelización de clientes para incrementar las ventas en la empresa DISDURAN S.A. Se llegó a la conclusión que los clientes determinaron que, si una empresa implementó mejoras de calidad en sus procesos, es porque brindó un producto o servicio de calidad, ante ello la competencia hizo lo mismo, donde los más beneficiados fueron los clientes.

Según CHINO (2018), en su tesis de investigación titulada “Efecto de la calidad de servicio sobre la fidelización de clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el cercado de Lima” ha determinado como objetivo principal el efecto de la calidad de servicio sobre la fidelización de clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el Cercado de Lima, se llegó a la conclusión que la calidad del servicio brindado sí ha tenido un efecto positivo en cuanto a la satisfacción y fidelización de los clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el Cercado de Lima. Esta investigación se asoció a la nuestra, se determinó que con la venta de calidad de un producto o servicio se tendrá clientes satisfechos con posibles ventas futuras.

A nivel nacional, según VILLANUEVA (2018), realizó una investigación titulada “Aplicación de la Gestión por procesos para la mejora del proceso de Ventas en una empresa inmobiliaria en la ciudad de Lima” su objetivo fue identificar las actividades que no generaron valor agregado y poder optimizar el proceso, se llegó a la conclusión de poder identificar y reducir a solo 26 de las 42 actividades. Eso nos quiere decir que ésta investigación se asoció en la forma de la gestión de procesos donde se ha podido identificar actividades que no agregaron valor, y se optimizó las ventas.

Según ROSA & PAOLA (2021), en su tesis titulada “Propuesta de mejora en la gestión de inventarios y proceso de ventas para reducir costos en una empresa comercializadora de autopartes automotrices, Trujillo 2021, ha tenido como objetivo principal el determinar el impacto de la propuesta de mejora de Gestión de Inventarios y Procesos de Ventas en los costos de la empresa Repuestos KEVIN CAR, donde se ha tenido como conclusión el reducir costos en cada proceso, se realizó una evaluación financiera, arrojó un valor neto actual de S/ 73,648.97, una tasa interna de retorno de 48%, un beneficio/costo de S/ 4.25 y un periodo de retorno de inversión de 2.11 meses. Cuya investigación quedó asociada a esta, determinándose la eliminación de los procesos y otros se mejoraron para reducir costos y han generado rentabilidad para la empresa, existiendo algunos procesos que se han podido implementar para eliminar otros dejando como objetivo la calidad del producto o servicio.

Según CAROLINA (2019), en su tesis titulada “Diseño de control interno para mejorar la gestión del área de ventas de la empresa Negociaciones FRANORTE S.A.C. periodo 2015 - 2016 en la ciudad de Chiclayo”, ha tenido como objetivo diseñar un control interno para mejorar la gestión en el área de ventas de la empresa Negociaciones Franorte S.A.C. se ha tenido como conclusión que la empresa no implementó el control del área de venta, por lo tanto en dicha área se encontró un registro deficiente de su control de ventas. Esta investigación se asoció debido a que cuando se gestionó la mejora del área de ventas se encontró deficiencias en su control, lo que ha generado pérdidas en el tema de rentabilidad para la empresa.

El no haber llevado un control adecuado de las ventas en un determinado tiempo ha generado un desorden financiero que conllevó a que el poco rendimiento de ello tenga como resultado final pérdidas de dinero y clientes.

Según CANO (2017). En el trabajo de investigación denominada “Propuesta de mejora de la productividad en el servicio de atención al cliente de un Call Center” el objetivo fue elaborar una propuesta para elevar la productividad en el servicio de atención de llamadas de la Jefatura Cencosud Chile – Tele Atento del Perú SAC Sede Lima. Se llegó a la conclusión que la productividad del

alto mando debió ir de la mano con la satisfacción del cliente, así mismo al no contar con calidad en el servicio o producto que se otorgó no se obtiene clientes nuevos. Esta investigación indicó que, la capacitación debió ser constante de las fuerzas de ventas del día a día frente a los clientes, esto pudo ser productivo, pero, muy al contrario, se reflejó el bajo rendimiento de su gestión.

Según CAROLINA (2019), en su tesis “Diseño de Control Interno para Mejorar la Gestión del Área de Ventas de la Empresa Negociaciones FRANORTE S.A.C. periodo 2015-2016” ha tenido como objetivo principal diseñar un control interno para mejorar la gestión en el área de ventas de la empresa Negociaciones FRANORTE S.A.C, llegando a la conclusión que no cuenta con los reglamentos o procedimientos del proceso de ventas, se encontró deficiencias en las actividades desarrolladas desde la atención al cliente hasta el despacho del producto, esta investigación ha guardado relación en cuanto a la gestión de ventas, se desarrolló un proceso adecuado y conocido por el equipo de ventas, del cual se concretó y fidelizó a los clientes, facilitó a que ninguna venta se cancele o se pierda.

Teniendo en cuenta la búsqueda de antecedentes de las investigaciones, se procedió dar a conocer las teorías de estudios, enfocadas en las variables reconocidas en la investigación:

Con respecto a la variable independiente; MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE PROCESOS se fundamentó lo siguiente:

Para MALDONADO (2018), nos ha definido “Una metodología corporativa y de disciplina de gestión cuyo objetivo ha venido siendo el de mejorar el desempeño (eficacia y eficiencia) y la optimización de cada uno de los procesos de negocio”, según a lo que mencionó el autor, la gestión de procesos ha venido ayudando a mantener una visión global de todos los procesos de una organización para la satisfacción de los clientes. Estos procesos han debido tener una mejora continua para su valor agregado al producto o servicio.

PÉREZ, (2017). Nos indica que hay tres elementos muy importantes, sí uno de ellos no está correctamente definido no se va a obtener un producto o servicio de calidad, estos elementos principales son las entradas (inputs), secuencia interrelacionada de actividades y las salidas (outputs). Estos elementos son importantes. Al no contar con un control adecuado de tan solo uno de ellos, el resultado es un producto

o servicio de mala calidad, del cual se perjudica al cliente, que es el objetivo principal para el sustento de las organizaciones.

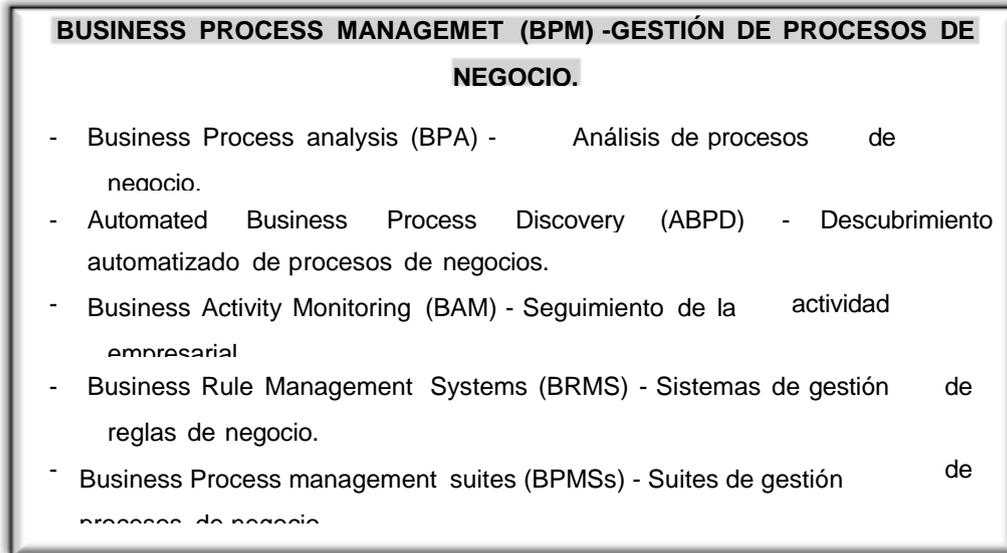
Según MALLAR (2018), ha definido a “Los Procesos de Apoyo” de no estar ligados directamente a la misión de la organización, pero han resultado necesarios para que los procesos operativos lleguen a buen fin. Los procesos de apoyo han sido desde siempre el soporte para las demás áreas, han sido definidos correctamente para llevar a cabo los objetivos de la gerencia, algunos procesos han sido necesarios para los procesos principales de la empresa.

Según HITPASS (2017) existe un conjunto de herramientas para la evaluación de la gestión de procesos de negocio, las cuales se han clasificado de acuerdo con el ciclo de vida, se han apoyado de manera trascendental en sus características funcionales y los beneficios que han venido ofreciendo a la empresa, de las cuales se ha tenido:

- Procesos de negocio
- Análisis de los procesos
- Descripción de los procesos
- Seguimiento de la actividad empresarial
- Sistemas de gestión

En la figura 1. Se muestra las herramientas de gestión de procesos, que se describe de la fuente Hitpass (2017). Business Process management (BPM).

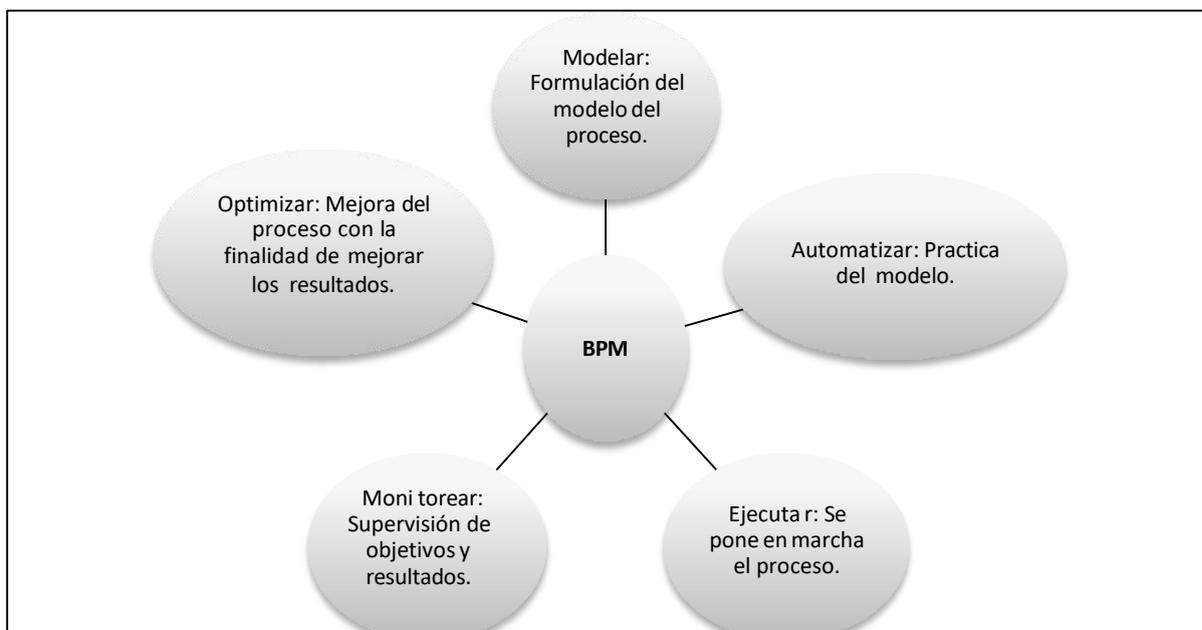
Figura 1. Herramientas de la Gestión de Procesos



Fuente: Según Hitpass (2017)

En el ciclo de gestión de procesos de negocio, según HITPASS (2017) se permitió a la organización aplicar la gestión de procesos de una manera correcta, esto permitió el verificar si se cumplió o no los objetivos de la empresa, este ciclo consistió en:

Figura 2. Ciclo de Gestión de Procesos de Negociación



Fuente: Según Hitpass (2017)

Con respecto a la variable dependiente; OPTIMIZAR VENTAS se fundamentó lo siguiente:

Las ventas para la AMERICAN MARKETING ASOCIATION, la ha definido como "El proceso personal o impersonal por el que el vendedor ha tenido que comprobar, activar y satisfacer las necesidades del comprador (cliente), para el mutuo y continuo beneficio de ambos", donde se ha generado la rentabilidad para la organización, elemento fundamental y principal de todas las organizaciones que han generado rentabilidad como objetivo principal, donde se ha implementado estrategias de ventas para sus incrementos.

Los objetivos de las ventas siempre han tenido como finalidad el haber incrementado la rentabilidad en un determinado periodo de tiempo ya sea en corto o largo plazo. Sin embargo, esto se ha conseguido por diferentes vías: el aumento de número de clientes, aumento de las ventas de un producto, fidelizar clientes existentes, entre otros. JOVES (2017). Esto nos indica que los objetivos se pueden determinar en diferentes tiempos, tanto a largo como a corto plazo determinando la existencia de la organización para el tema de rentabilidad. Las cuotas de ventas son claves para la rentabilidad de la empresa, por eso se planteó cuotas de corto y largo plazo, así como cuotas diarias, mensuales y trimestrales.

Los objetivos se han incluido de muchas formas, como objetivos de rentabilidad, llegar a una cuota de ventas en un determinado tiempo y segmento, hasta esto conlleva al objetivo de la fidelización del cliente.

En los tipos de ventas para THOMPSON (2010) nos indicó lo siguiente:

- a) Ventas personales, face a face con el cliente.
- b) Venta por teléfono, ventas intangibles por medio telefónico.
- c) Venta online, mediante un sitio web o aplicativo.
- d) Ventas por correo, mediante folletos, catálogos, videos, etc.
- e) Ventas por máquinas automáticas, máquinas de alimentos o bebidas.

Las ventas se han podido clasificar como, ventas directas y ventas indirectas.

En las ventas directas se ha tenido que los vendedores de la empresa han sido fáciles de contratar y motivar. Lo que ha evitado el tener problemas para encontrar intermediarios cuya fuerza de ventas sea del todo satisfactoria. THOMPSON (2010). Esto ha determinado la fidelización de clientes, donde los clientes han

generado más ingresos, donde se ha considerado que las ventas directas son la clave para la organización en su rentabilidad.

En cuanto a las ventas indirectas, se trata cuando a los representantes se les ha tenido que pagar comisión, pero no sueldos y gastos. En cuanto a productos estacionales representan un ahorro importante. THOMPSON (2010), en este tema los agentes de ventas no han estado muy satisfechos, debido a que muchos no han estado en total conformidad al no haber recibido un sueldo fijo cada mes.

Según STANTON, ETZEL Y WALKER (2007), autores del libro "Fundamentos de Marketing", el proceso de venta lo ha considerado como: "una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que su objetivo es producir alguna reacción deseada en el cliente, en pocas palabras la compra". Un proceso que no haya sido definido correctamente ha conllevado a que las ventas no se concreten y por ende existan clientes insatisfechos, siendo estos, claves para el crecimiento de una organización.

THOMPSON (2005) nos detalló los pasos de la venta:

- a) Prospección
- b) Acercamiento previo
- c) Presentación del mensaje

Muchas de las empresas han utilizado procesos de ventas muy complejos, lo que ha causado incomodidad a los clientes, procesos muy burocráticos, esto conllevó a la búsqueda de obtener lo que desean de manera fácil y sencilla, en la actualidad ya puedes obtener tu producto o servicio en la puerta de tu casa con simples pasos gracias a la tecnología. El servicio de postventa se ha considerado como los pasos más importantes, se han utilizado para una venta efectiva y el tener clientes fieles a un producto o servicio, cuando estos pasos no se han realizado correctamente tendremos como consecuencia clientes insatisfechos.

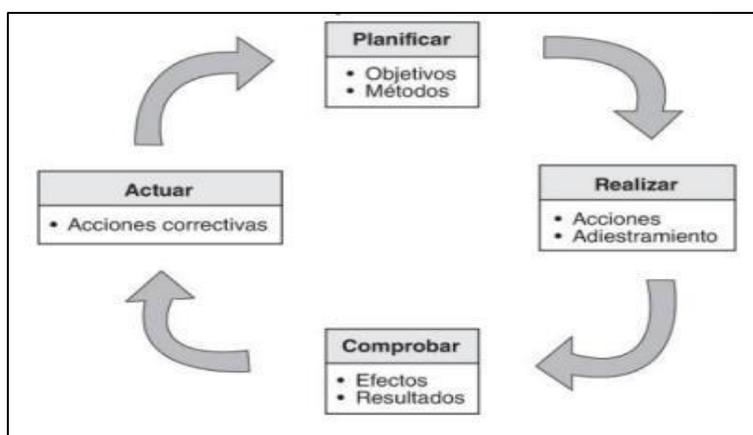
Se ha generado rentabilidad en una empresa cuando se ha incrementado cada día, mes o año sus ventas, donde se ha implementado estrategias claves de ventas, mejora de procesos en cada paso, valor agregado, diferenciación de productos, guerra de precios competitivos, promociones, etc., los clientes siempre están al acecho de que empresa les ofrece más para cubrir con sus expectativas.

El haber mejorado los procesos ha conllevado a implementar muchas técnicas y estrategias que han logrado los objetivos que han sido planteados por la organización, existiendo muchas metodologías; una de ellas es el ciclo Deming.

El mejoramiento de los procesos de una organización ha sido de suma importancia porque nos ayudó a reducir costos, el haber evaluado los procesos para reducirlos y mejorarlos, dejando solución a los problemas detectados o futuros problemas que puedan presentarse y sobre todo permitir medir el trabajo que se viene realizando.

Para la mejora continua de los procesos en una organización es importante la perspectiva de tener una visión a la calidad, siendo éste un requisito que se exige dentro de las organizaciones define estrategias de calidad para la mejora del producto o servicio.

Figura 3. Ciclo Deming



Fuente: Según Hitpass (2017)

En la figura 3, se describe el ciclo de PHVA con la definición de CUATRECASA [et...a] (2017) orientado en base a una guía que conlleva a la mejora continua de manera ordenada y estructurada de los problemas teniendo la resolución adecuada para ellos. Las siglas de PHVA son el significado a planificar, hacer, verificar y actuar, donde cada una tiene actividades que generan la mejora de la calidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: se desarrolló la investigación APLICADA, los conocimientos fueron tomados de la situación real del trabajo de la empresa estudiada, se tomó como estudio, las acciones de un problema ya identificado. En donde CONCYTEC (2018) explicó que el tipo de investigación aplicada se basó en los conocimientos teóricos encontrados, mediante un estudio que se realizó, se generó un mayor alcance, esto logró resultados planificados y cubrió la necesidad de mejorar procesos que representa el estudio realizado.

3.1.2 Diseño de investigación:

- El diseño de la investigación que se desarrolló fue CUASI - Experimental, por ende, no se ha manipulado las variables de investigación, se involucró situaciones en donde se generó la iniciativa del proyecto. SOUSA COSTA, (2017) mencionó que el diseño no tiene grupo de comparación, siendo importante la observación de forma natural del cual se involucró métodos de investigación exploratoria y/o cuestionarios.
- La investigación ha tenido un nivel Explicativo, que permitió describir el problema a estudiar y así se encontró las causas relevantes ante la problemática. También, se ha basado al comportamiento de las variables en cuanto a la investigación, detallando lo que ocurrió en torno a las condiciones que se trabaja. HERNÁNDEZ, (2018)
- De manera Longitudinal se trazó el tiempo de cómo se han analizado las variables, con un pre y post – test, donde han tenido un análisis general de cómo se trabajó en la investigación respecto a la influencia de ellas. Esto determinó los cambios que atravesaba el periodo continuo de la problemática identificada.

3.2. Variables y operacionalización.

Se presentan las siguientes variables y sus dimensiones:

Variable Independiente: MEJORAMIENTO DE GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIACIÓN.

Para los autores Ruíz, Almaguer, Torres y Hernández (2014), nos refieren que la Gestión de procesos, ha sido enfocada de manera global al mejoramiento de los procesos de una organización, donde se implica toda actividad, secuencia o proceso. Habiéndose determinado muchas herramientas para mejorar una gestión de procesos.

En las dimensiones de la variable independiente tenemos a:

PLANIFICAR; en esta fase se ha planteado y se ha organizado los objetivos que requiere la empresa para definir sus actividades, así mismo se analizó la situación real de cómo se encuentran los procesos del área, pasando a encontrar las causas que han generado el problema principal, se analizó herramientas de mejora y finalmente se planteó la solución que beneficie a la organización.

HACER; en esta fase se ha puesto en práctica el plan donde se ha realizado las soluciones planteadas con anterioridad para la solución del problema.

VERIFICAR; en esta fase se ha comparado los resultados con la planeación del inicio, donde se ha permitido estandarizar el manejo de la solución que se realizó, y el seguimiento constante para no bajar la responsabilidad que se efectúen los cambios.

ACTUAR; es la última fase, se detalla lo que se realizó dejando aprobaciones del procedimiento requerido.

Variable Dependiente: OPTIMIZAR VENTAS.

Al optimizar las ventas de una organización, se ha generado más rentabilidad para poder seguir compitiendo y crecer en el mercado, mercado que hoy en día es muy exigente, sobre todo por los clientes donde debes cumplir con sus expectativas para que sean clientes fieles. TEMALEADER (2018).

En las dimensiones de la variable dependiente tenemos a:

EFFECTIVIDAD DE VENTAS; La Efectividad de las ventas ha consistido en haber utilizado todos los recursos con eficacia para convertir tantas oportunidades de venta como sea posible. Ya sea si se habló de acortar el ciclo de ventas, de mejorar las tasas de conversión o de todo lo que está en medio.

VENTAS CERRADAS; El haber tenido las ventas concretadas con éxito, ha sido debido al esfuerzo de competitividad en el mercado, punto clave para surgir, de otro modo el no haber implementado un valor agregado al producto o servicio, hubiese sido sinónimo de pérdida de clientes y lentamente tener quiebres para no sostener el negocio, llegando a su fin, para ello se estableció estrategias de ventas y marketing que son la rentabilidad de toda empresa.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población: es la toma en conjunto de la población de personas, animales, registros, que han sido parte para la investigación que se ha considerado a trabajar. LÓPEZ (2004).

- **Criterios de inclusión:** la población para la investigación se ha centrado en:

1. Base de datos.
2. Reportes diarios.
3. Llamadas.
4. Reporte de trazabilidad de las ventas de la cuenta Tlvin de la empresa Konecta.

3.3.2. Muestra: es una parte representativa de la población, donde se ha tenido que recoger datos para realizar la investigación. VALDERRAMA (2016).

En la presente investigación la muestra se ha centrado en:

1. Base de datos.
2. Reportes diarios.
3. Reporte de Llamadas.

4. Reporte de trazabilidad de las 10 semanas antes y 10 semanas después de la implementación, incluyó desde el mes de mayo hasta septiembre.

3.3.3. Muestreo: es la técnica de poder seleccionar los datos de la muestra para deducir las particularidades de una población. VALDERRAMA (2016).

En la presente investigación no se hizo muestreo alguno.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Se realizó la técnica de la ENTREVISTA; mediante una conversación con el coordinador del área de operaciones de Televentas (TLVIN), con la finalidad de demostrar realidades que no se pueden obtener de forma numérica. Según DANELLY (2021), es una técnica utilizada para obtener información importante y de carácter sustancial cuando se realiza una investigación. También es conocida como conversación personal larga, donde se ha logrado que el entrevistado se haya expresado de forma libre en sus comentarios y opiniones sobre un tema determinado.

El ANÁLISIS DOCUMENTARIO; es una técnica cualitativa usada en ésta investigación, el cual ha tenido como finalidad, revisar información de los reportes, informes y documentos que se encuentran dentro de la cuenta Televentas (TLVIN) de la empresa Konecta.

Instrumentos

La GUÍA DE ENTREVISTA; ha sido un instrumento adecuado que ha permitido al entrevistador recordar temas de interés y los términos adecuados para una mejor comunicación y entendimiento con el entrevistado, donde se orientó la entrevista de una mejor forma, recopilando información correcta y necesaria para la investigación. Para ARIAS (2020), nos describe que, la guía de entrevista; es un instrumento importante, un documento cuyo fin principal es el de recolectar información de la persona, se ha realizado tanto de forma manual como computarizada. La información que se ha recopilado no puede ser manipulada lo

que ha logrado que así sea información confiable.

La GUÍA DE REVISIÓN DOCUMENTAL; es un instrumento cualitativo que se empleó para explorar el reporte de trazabilidad de las ventas de la cuenta Televentas (TLVIN) de la empresa Konecta y otros reportes siendo necesario para el análisis.

Validez de instrumentos

ZAVANDO (2010) manifestó que son los caracteres positivos que han recopilado en un instrumento de medición o clasificación, del cual ha creado desorden y ha podido resultar una justificación apresurada de una técnica o instrumento, que bien ha podido recurrir a estimaciones negativas. Para ello se requirió de expertos conocedores del tema que nos determinaron la validación correcta.

3.5. Procedimientos

El estudio que se planteó sobre la deficiencia de la gestión del proceso de negociación de las ventas de la cuenta televentas (TLVIN) de la empresa Konecta, se ha podido verificar que no se ha logrado cerrar un gran porcentaje de ventas. Ante ello se buscó un estudio para un plan de mejoramiento en la gestión de procesos de negociación de las ventas, dando paso a la aceptación por el docente de curso.

PRIMER MOMENTO; se realizó un diagnóstico mediante un pre test donde los resultados obtenidos han sido de utilidad para diseñar un plan de mejora, para la cual se implementó el ciclo de PHVA.

SEGUNDO MOMENTO; se realizó la medición donde se verificó los cambios que se produjeron en el proceso de negociación.

TERCER MOMENTO; se contrastó el pre test y post- test, se utilizó estadística tanto descriptiva como diferencial. Donde se analizarán los cambios obtenidos, determinando conclusiones y recomendaciones.

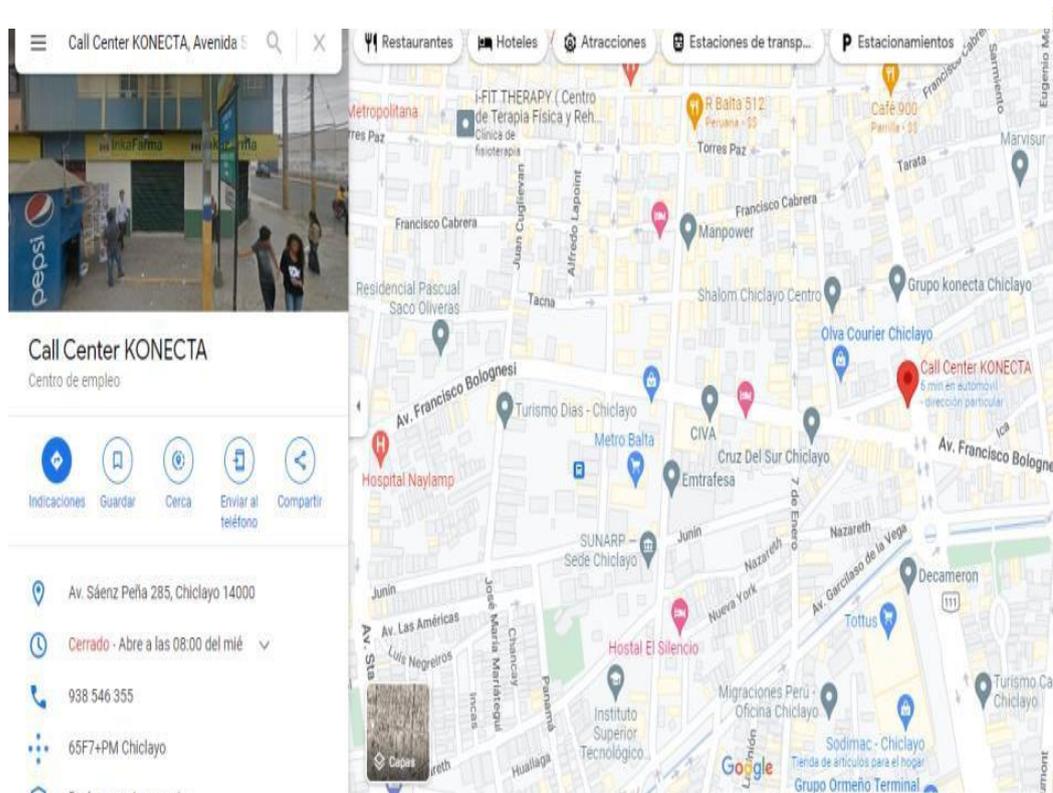
En cuanto al proceso de negociación, para efectuar las mejoras en la empresa

Konecta se ha tenido conveniente el desarrollo de los objetivos, en tanto se ha realizado una evaluación de la situación real de los procesos de negociación de la empresa.

Situación actual

La empresa Konecta es una empresa líder internacional en soluciones de Customer Experience, se ha ido adaptando a la realidad de cada compañía (su mercado, sus necesidades y demandas). Su modelo es flexible, moldeable a la medida de cada empresa para alcanzar la excelencia. En Perú tiene sus sedes en Lima y Chiclayo, siendo ésta última el lugar donde se realizó la investigación; viene dirigiendo varias cuentas y servicios de atención al cliente y ventas para diferentes países como Chile y Argentina, para clientes importantes como Movistar.

Figura 4. Ubicación de la empresa Konecta Sede Chiclayo



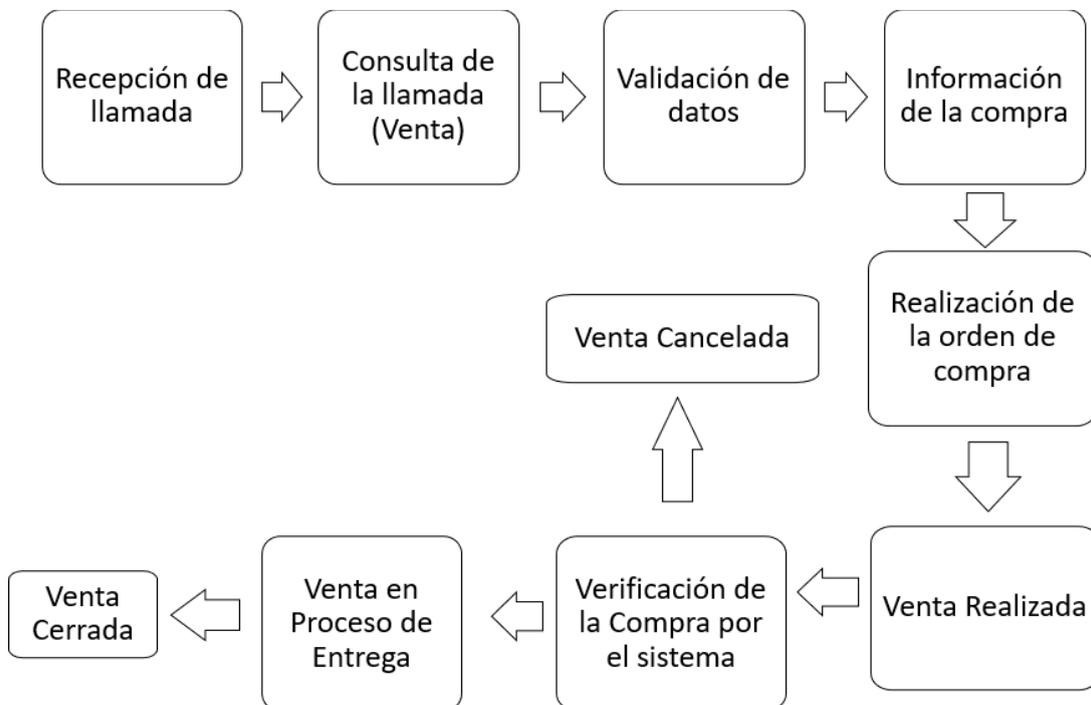
Fuente: Google mapa

En cuanto a la evaluación del área de trabajo; se encontraron deficiencias en el área de operaciones de la cuenta Televentas (TLVIN), con respecto a las ventas

concretadas se verificó que no se llegó a la efectividad y porcentaje de ventas concretadas.

En la figura 5, se muestra el diagrama de flujo de procesos de negociación, donde establecen el proceso de negociación y se concreta la venta generada por el representante, del cual se han establecido diferentes actividades.

Figura 5. Diagrama de Flujo de Procesos de Negociación



Fuente: Área de Operaciones – Televentas

A continuación, la sucesión que se ha venido realizando en el proceso de negociación:

1. Recepción de llamadas, es donde el representante de ventas mediante las herramientas tiene la disponibilidad de recibir la llamada de manera segura, verificando que se encuentre conectado correctamente con sus usuarios y contraseñas correspondientes.
2. La consulta de la llamada, acá se ha identificado si es para una venta o

atención, si fuese de atención se deriva al área correspondiente.

3. En la validación correctamente de datos del cliente, quien realizó la venta, ha tenido que cumplir con las políticas de confidencialidad. Los datos se otorgan y validan por el mismo cliente o usuario.
4. Se ha tenido que informar las características de la compra de forma correcta y clara, como equipo, precio, beneficios, dirección de entrega, tiempos, seguros, modo de entrega, cuotas a pagar, etc.
5. La realización de la orden de compra se ha llevado a cabo mediante la herramienta T3.
6. En este proceso se ha tenido que otorgar al cliente el número de orden de la venta realizada, detallando el cierre de la venta.
7. Una vez realizada la venta, se ha tenido que verificar por el mismo sistema si la venta avanza al siguiente paso habiendo cumplido con los requisitos, o es cancelada por el mismo sistema.
8. La venta está siendo gestionada para la entrega a su destino correspondiente, ya sea el tipo de entrega.
9. Cuando la venta finalmente es una entrega gestionada es una venta cerrada. Por lo tanto, el cliente ya cuenta con el producto.

Data Pre test

Se tomó en cuenta los datos obtenidos de la cuenta Televentas (TLVIN), a través de los instrumentos de evaluación, los mismos que han formado parte cuantitativa de la investigación y han permitido conseguir el análisis del estado actual del área de trabajo de la gestión de procesos de negociación, aplicando la metodología PHVA donde se identificó las deficiencias y así se diseñó las acciones correctivas para la mejora continua.

Tabla 1. Evaluación de proceso de negociación de situación real en DATA PRE TEST

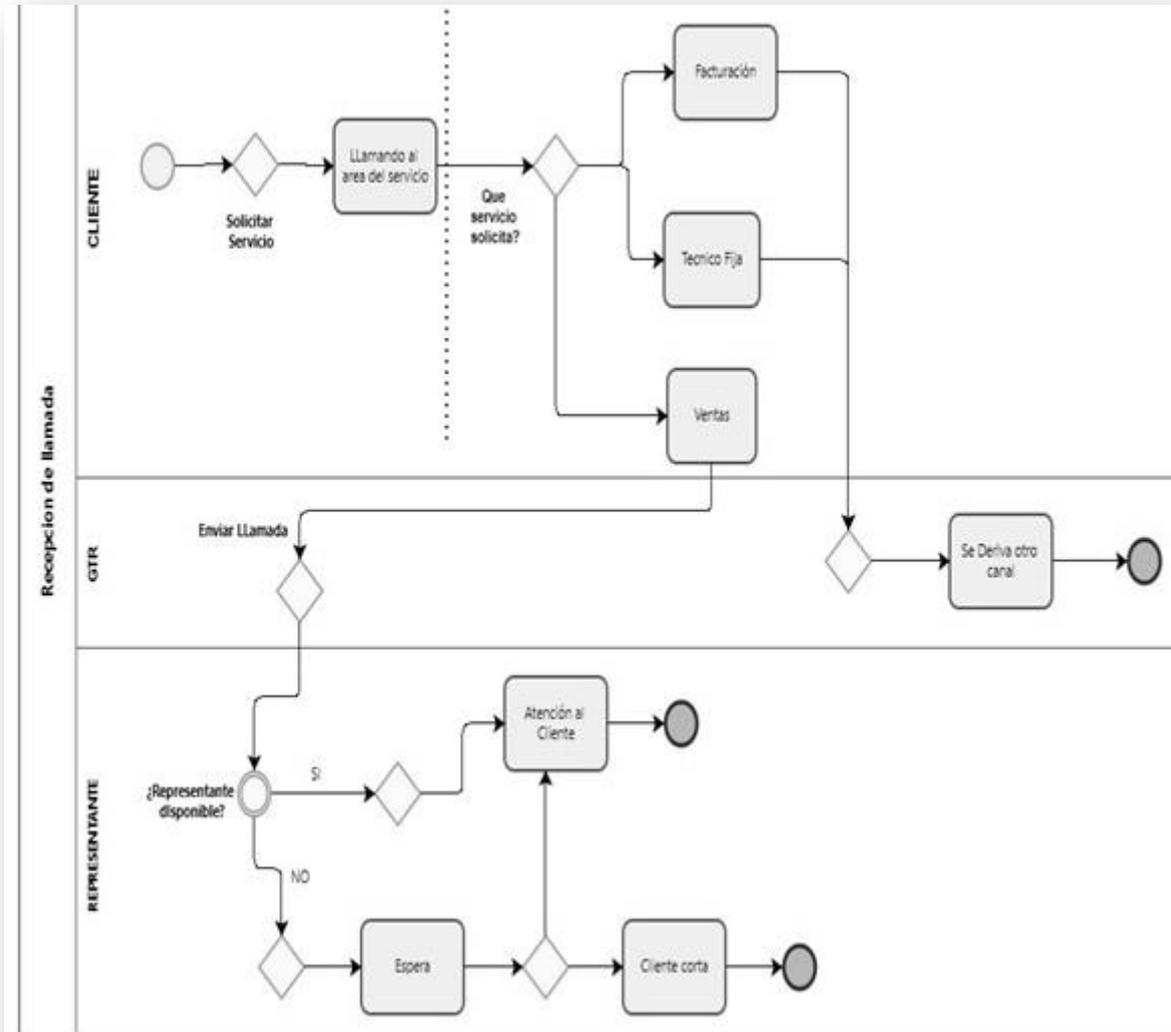
| Proceso | Actividades Principales | Deficiencias | ANTES | Encargados |
|--------------------------|---|---|--|--|
| Recepción de llamada | Envío de llamada al Agente disponible. | Ausencia de seguimiento y control de los agentes para recepcionar las llamadas | Se verifica que solo un 92.3% de llamadas son contestadas | Coordinador y Supervisor |
| | Disponibilidad del Agente | | | |
| | Atención al cliente | | | |
| Consulta y Validación | Validación de datos del titular | Ausencia de conocimientos del agente sobre los procesos en la herramienta T3 para realizar de manera correcta la consulta y validación de los clientes. | Solo un 63% de los representantes conocen de manera correcta los procesos que se realizan para la venta. | Área de Calidad y Supervisor |
| | Verificación correcta en herramientas T3 | | | |
| | Respuesta y verificación de la consulta del cliente | | | |
| Realización de la compra | Aceptación de la Venta | Falta de capacitaciones sobre técnicas de ventas, procesos de venta. | Los cuartiles de desempeño son: Q1: 7.2% - Q2: 6.4% - | Área de Calidad y Supervisor - Proceso Externo |
| | Test de validación | | | |
| | Resumen de la venta | | | |

| | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|--|--|--------------------------|
| | derivación de la Encuesta | | Q3: 5.3% y Q4: 4.3% | |
| | Venta subida A kcrm | | | |
| Verificación de la compra | Verificación de Numero de orden | | | |
| | Verificación de Venta Correcta | | Error representante en las ventas de 16.5% | |
| | Anulación de la orden | | | |
| Reporte del estado de las ventas | Exportado de las Ventas de Kcrm | Reportes desordenados, tiempos de entregas muy retrasados. | Reporte simple y sin personal de recupero de las ventas canceladas | Back Office Y Supervisor |
| | Verificación del estado mediante T3 | | | |
| | Reporte de trazabilidad | | | |
| | Envío del reporte a los supervisores | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Primer Proceso: Proceso de la recepción de llamada

Figura 6. Proceso de recepción de llamada



Fuente: Elaboración propia.

Mediante la descripción detallada del proceso de recepción de llamada, se recoge información respecto a las actividades principales donde se detecta las deficiencias a evaluar:

- Ausencia de control y seguimiento. En el proceso de llamada no hay un control específico por equipo por parte del supervisor para identificar a los

representantes que se encuentran en disponible para poder recepcionar la llamada de los clientes.

- No se cuenta con el seguimiento de las llamadas recibidas por parte del asesor, tampoco se determinó la cantidad promedio de llamadas recibidas por día por asesor. Sólo se detectó 15 llamadas por jornada de 6h.
- Se identifica que muchos asesores usan el auxiliar baño sin llevar un control por parte de los supervisores, generando así llamadas encoladas (cliente en espera), perdiendo oportunidades de ventas.
- Los auxiliares que se detectaron fueron:
 1. Auxiliares 10 – Baño: representantes con más de 10 minutos.
 2. Auxiliar 17 – Coaching donde es utilizado para recibir un feedback por parte del supervisor (más de 30 min).
 3. Auxiliar 11 – problemas técnicos (más de 50 min).

También se detectó representante usando mucho el auxiliar ACW, es usado para evitar recibir llamadas y poder realizar otras actividades fuera de la gestión.

Figura 7. Control de Asesores

| Nombre del agente | Identif. de conexión | Extn | Motivo AUX | Estado | Split/Skill | Tiempo | Nombre de VDN | Estado de interrupción |
|-----------------------|----------------------|------|------------|---------------|-------------|--------|---------------------|------------------------|
| KPE3 CHISCU 76194056 | 502511 | | 66917 | ACDIN | 438 | 18.26 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE3 LUZ J 73075818 | 504834 | | 66920 | ACDIN | 438 | 3.07 | CATER LINEA CDP | NA |
| KPE3 OLIVER 70030960 | 504824 | | 66923 | ACDIN | 438 | 24.05 | IN 0800 TLV | NA |
| KPE1 QUIROG 48314066 | 504475 | | 66928 | ACDIN | 438 | .59 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE3 RIVASIF 70254133 | 502799 | | 66941 | ACDIN | 438 | 8.97 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE3 YUDIG 76602415 | 504664 | | 66948 | ACDIN | 438 | 15.42 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE1 MIMBEL 76672111 | 503319 | | 66949 | ACDIN | 438 | 7.26 | FACTURACION CONTR | NA |
| KPE1 MEGO D 42635571 | 503358 | | 66950 | ACDIN | 438 | .09 | FACTURACION CONTR | NA |
| KPE3 QUISPE 47240577 | 505159 | | 66952 | ACDIN | 438 | 7.23 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE1 NIQUEN 73247343 | 502576 | | 66953 | ACDIN | 438 | 6.28 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE3 CARRAS 48118987 | 502510 | | 66954 | ACDIN | 438 | 13.21 | FACTURACION FULL | NA |
| KPE3 ORJUE A 48487877 | 504096 | | 66955 | ACDIN | 438 | .40 | CATER LINEA MIGRA | NA |
| KPE3 MESTAN 43117235 | 502715 | | 66957 | ACDIN | 438 | 7.02 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC CAROL 72775644 | 509452 | | 67001 | ACDIN | 438 | 10.21 | FACTURACION FULL | NA |
| PERC ADELY 77368568 | 509156 | | 67015 | ACDIN | 438 | 4.11 | FACTURACION CONTR | NA |
| PERC NUDELM 4942391 | 508778 | | 67061 | ACDIN | 438 | 4.26 | FACTURACION CONTR | NA |
| PERC SOTOM 43292274 | 506806 | | 67089 | ACDIN | 438 | .02 | FACTURACION CONTR | NA |
| PERC ANTHO 61877190 | 507035 | | 67232 | ACDIN | 438 | 9.43 | CATER LINEA CDP | NA |
| PERC CARRER 76981116 | 507636 | | 67241 | ACDIN | 438 | 4.33 | TRANSF ALT MIG CATE | NA |
| PERL GRADO 47898197 | 508634 | | 67407 | ACDIN | 438 | 1.51 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC BELTRA 74158701 | 508334 | | 68059 | ACDIN | 438 | 7.03 | TRANSF ALT MIG CATE | NA |
| PERC BERIC 76924154 | 506106 | | 68147 | ACDIN | 438 | 10.30 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC ROMERO 40802525 | 506607 | | 68172 | ACDIN | 438 | 1.52 | CATER LINEA CDP | NA |
| PERC TAPIA 45153146 | 506642 | | 68179 | ACDIN | 438 | 23.44 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC LOPEZ 10179920 | 507197 | | 68189 | ACDIN | 438 | 7.23 | CATER LINEA CDP | NA |
| PERC ZEREGA 4895324 | 506537 | | 68214 | ACDIN | 438 | 4.04 | FACTURACION FULL | NA |
| PERC TEMOCH 7488195 | 508829 | | 68245 | ACDIN | 438 | 14.42 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC LINO C 47442667 | 507196 | | 68257 | ACDIN | 438 | 2.00 | FACTURACION CONTR | NA |
| PERC INFANT 75511432 | 508788 | | 68266 | ACDIN | 438 | 1.32 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC GAVIRI 71291958 | 507331 | | 68294 | ACDIN | 438 | 2.46 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC GONZÁL 5361633 | 509212 | | 68298 | ACDIN | 438 | 5.08 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERL CORDON 45835694 | 508563 | | 68307 | ACDIN | 438 | 5.03 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC GONI M 75385446 | 508656 | | 68360 | ACDIN | 438 | 8.31 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| PERC QUIRO 74648832 | 507554 | | 68388 | ACDIN | 438 | 4.09 | TRANSF ALT MIG CATE | NA |
| PERC MALDO 77750690 | 508896 | | 68400 | ACDIN | 438 | .49 | FACTURACION CONTR | NA |
| KPE3 MAGAL 73064089 | 504973 | | 517178 | ACW | 438 | .28 | | NA |
| KPE3 CHARL 16645220 | 504658 | | 517766 | ACW | 438 | 10.11 | | NA |
| KPE1 CORDOV 7541628 | 504614 | | 519960 | ACW | 438 | 1.58 | | NA |
| KPE1 BALDER 72590874 | 503311 | | 66906 | ACW | 438 | 1.30 | | NA |
| KPE1 MONTAL 75453421 | 504446 | | 66919 | ACW | 438 | 23.25 | | NA |
| KPE3 MALCA 75471898 | 503698 | | 66938 | ACW | 438 | 2.42 | | NA |
| KPE3 ANYEL 72698073 | 504636 | | 66940 | ACW | 438 | .15 | | NA |
| KPE3 ENSON 75804488 | 504660 | | 66959 | ACW | 438 | 2.01 | | NA |
| PERC ANGILO 7057809 | 507499 | | 67017 | ACW | 438 | .27 | | NA |
| PERC PINTO 9603166 | 509013 | | 67238 | ACW | 438 | .22 | COMPRA EQUIPO LINE | NA |
| KPE1 LLONTO 72033721 | 504922 | | 519957 | ACWOUT | 438 | 1.18 | IN 0800 TLV | NA |
| KPE3 GUERRE 7548648 | 502757 | | 519978 | ACWOUT | 438 | 9.44 | PROSPECT CATER CO | NA |
| PERC VARGA 71021057 | 508534 | | 63090 | Agenda No AUX | | 73.16 | | NA |
| PERC GRIEVE 47302422 | 507768 | | 63340 | Baño AUX | | 2.40 | | NA |
| PERC HIPOL 75636748 | 507548 | | 63360 | 0 AUX | | .44 | | NA |
| PERC SALVA 74962896 | 508510 | | 63608 | Agenda No AUX | | 32.11 | | NA |
| PERC CARRAS 7306127 | 509319 | | 63744 | 0 AUX | | 2.35 | | NA |

Fuente: Empresa Konecta

En la figura N 7 se tiene un control general de todos los asesores de la cuenta, detectando un deficiente control ya que muchos supervisores no utilizan la Herramienta.

Tabla 2. Promedio de llamadas contestadas

| MES | TOTAL LLAMADAS | CONTESTADAS | NO CONTESTADAS | % | PROMEDIO |
|--------|----------------|-------------|----------------|-------|--------------|
| Mayo | 87669 | 81985 | 5684 | 93.5% | |
| Junio | 88171 | 80587 | 7584 | 91.4% | 92.3% |
| *Julio | 48828 | 44936 | 3892 | 92.0% | |

Fuente: Konecta

Se evidenció que en las primeras 10 semanas, la gran mayoría de asesores no cumplieron con las llamadas diarias que se debió recepcionar, con un mínimo de 5 llamadas por hora teniendo un total de 30 llamadas por gestión diaria.

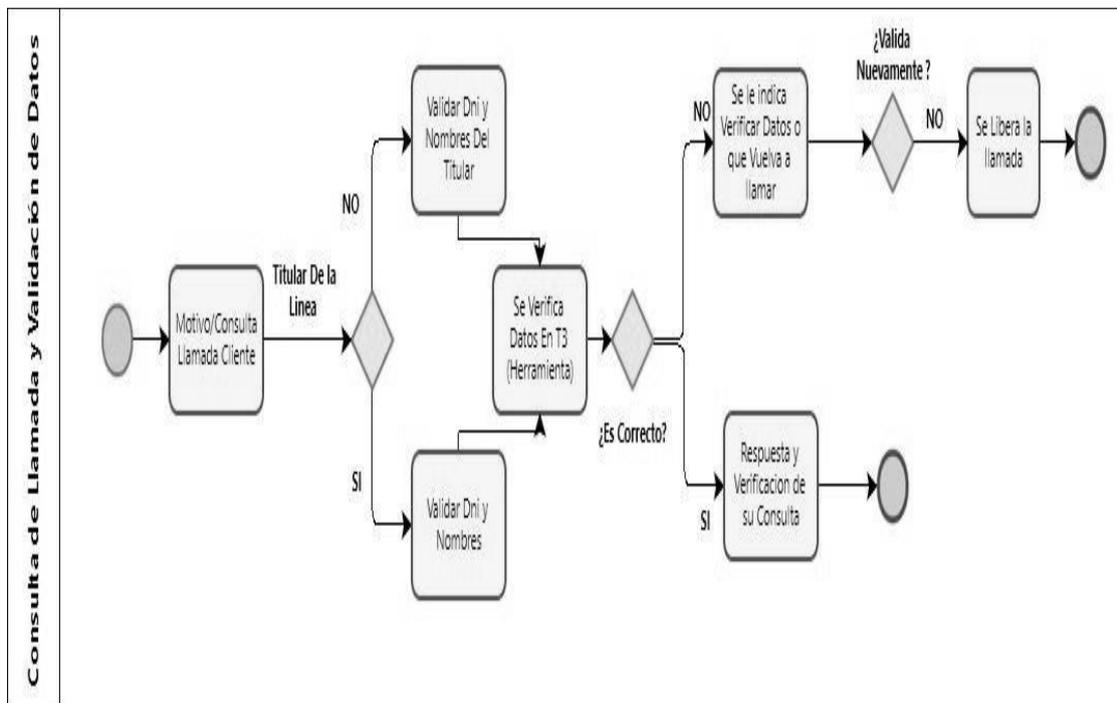
Se obtuvo el promedio de 92.3% llamadas contestadas, siendo el mes de junio el más crítico.

El mes de julio solo se tomó los primeros 15 días. Ya que después se implementó la mejora.

En el proceso se identificó la falta de compromiso de los supervisores al no haber usado las herramientas adecuadas para el control de sus equipos, así como la falta de conocimiento del proceso por parte de los asesores pudiendo realizar una gestión óptima de recepción de llamadas para el incremento de las ventas.

Segundo Proceso: Consulta de llamadas y validación de datos del cliente

Figura 8. Proceso de consulta y validación



Elaboración propia

En la figura 8 se muestra el proceso para poder dar atención a una respuesta de la consulta del cliente se tiene que validar datos determinantes del titular de la línea ya que si no se realiza no se puede generar ninguna consulta o información de un producto interesado.

Se identifica que, en el proceso de validar datos del titular de la línea, en el caso que sea usuario de la línea, va a limitar obtener información del producto interesado ya que es una política de confidencialidad por parte del proveedor; muchos usuarios de la línea solo saben nombres completos del titular de la línea y no el DNI.

En las deficiencias encontradas se debe orientar sobre el mejor uso de la Herramienta T3. El aplicativo T3 es una herramienta exclusiva y confidencial del proveedor para poder obtener los datos del cliente (nombres, DNI, números a su nombre, recargas, compras, reporte de llamadas, etc.), donde los representantes desconocen de algunos procedimientos de la herramienta para brindar información al cliente dando información incorrecta.

Para la mejora del proceso se deben realizar capacitaciones; por parte del área de calidad para asegurar que se realice los procedimientos de las consultas de los clientes en temas de financiamiento de los equipos y procesos de ventas con tarjetas de crédito y débito ya que se identificó que muchos representantes desconocen el procedimiento y solo brindan información incorrecta a los clientes generando negativas en las decisiones sobre las compras.

Figura 9. Herramienta T3

The image shows a screenshot of the Telefonica T3.0 CRM interface. The window title is 'Telefonica | T3.0'. The main area is titled 'Encuentra/Comunicate/Búsqueda CRM'. It features a search bar with a dropdown menu set to 'Contexto privado'. Below the search bar, there are several tabs: 'Subscripción', 'Cliente', 'Cuenta', 'Cuenta financiera', 'Acuerdo de Facturación', and 'Seguimiento de cliente'. The 'Subscripción' tab is active. The form contains the following fields:

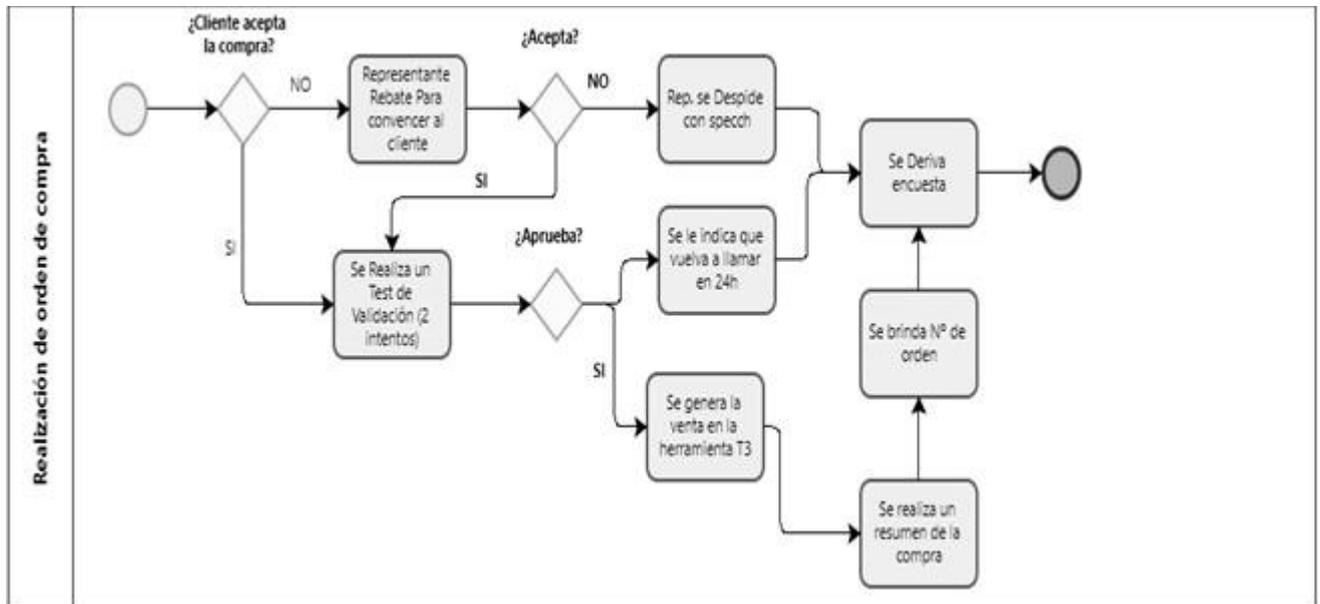
- Recurso Promocional: [Text input]
- Primer nombre: [Text input]
- Apellido: [Text input]
- Teléfono: [Text input]
- Nombre de la cuenta: [Text input]
- ID de la cuenta: [Text input]
- ID del Acuerdo de Facturación: [Text input]
- ID de la cuenta financiera: [Text input]
- ID del Cliente: [Text input]
- Alias del Cliente: [Text input]
- Método de Contacto Alternativo: [Dropdown menu]

On the left side, there is a sidebar with 'Barra de herramientas de interacción' and 'Abrir ventanas'. The 'Abrir ventanas' section shows a window titled 'Encuentra/Comunicate/Búsqueda CRM'. At the bottom, there is a 'Plataforma de inicio' button.

Fuente: Konecta

Tercer Proceso: Realización de la compra

Figura 10. Proceso de compra



Fuente: Elaboración propia

En la figura 10 se observa el proceso donde el cliente acepta la compra de equipo ya sea por dos medios de pago: contra factura o con una tarjeta de crédito/debito, se realiza una prueba (test) de validación por tema de confidencialidad del proveedor, este test consta de 5 preguntas personales la cual el cliente debe responder de manera correcta, en el caso de no aprobar, con menos del 80% se realiza una última oportunidad, caso contrario debe de llamar dentro de 24 horas para un nuevo test.

En este proceso la información brindada es muy importante, se detallarán precios, características del equipo a comprar, cuotas y fechas de pago, se detectó que los representantes no conocen las características de los productos, mencionan precios incorrectos generando insatisfacción e incluso la cancelación de la venta después de haber terminado la llamada (pueden llamar a otro canal) ya que se le brinda un número de orden el cual se puede modificar, como la cancelación total.

En la evaluación realizada del pre test se identifican las deficiencias en cuanto a la manera incorrecta de como realizaban la venta en el T3; se identificó que el manejo de ésta herramienta de venta no es la correcta, ya que no se verifica correctamente las políticas como: cliente no debe de contar con deuda, con financiamiento, cliente debe tener dirección correcta y validada por el sistema, stock disponible, número de celular activo, entre otros.

Otra deficiencia identificada es la falta de capacitaciones por parte del área de calidad para asegurar los procedimientos de las ventas, identificación de políticas del proveedor; con éstas capacitaciones se evitará las ventas canceladas.

También se identificó la falta de control en realizar ventas incorrectas. Comúnmente los asesores realizaban ventas incorrectas sin recibir ningún feedback y corregir la mala práctica. Auditorias de las ventas para detectar algún fraude o venta engañosa.

Tabla 3. Errores representantes

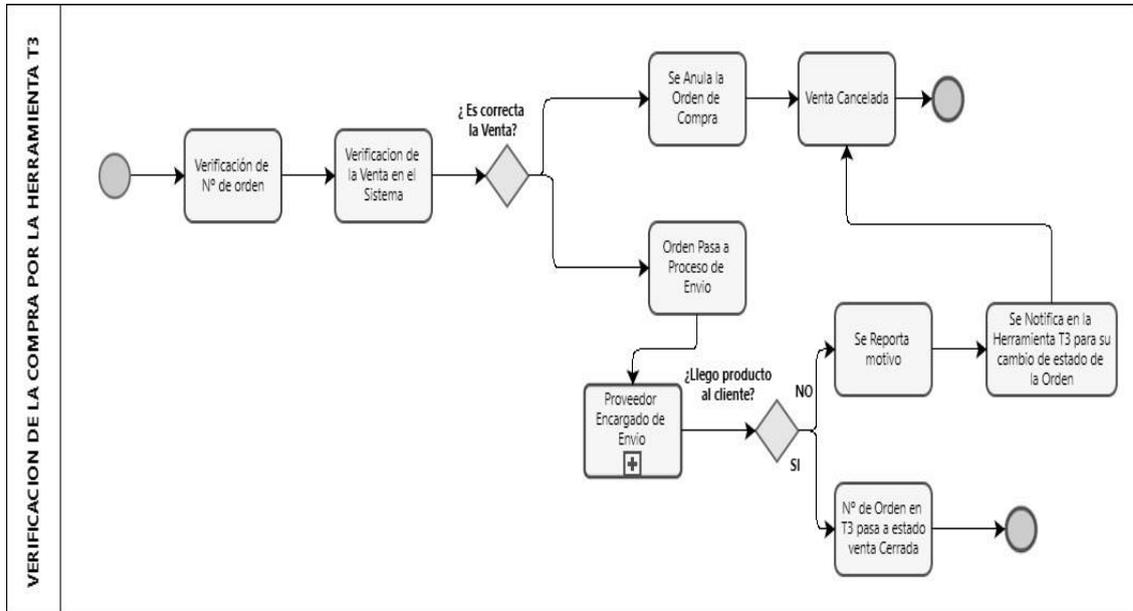
| | | MAYO | | JUNIO | | JULIO | |
|----------------------------|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | VENTAS | % | VENTAS | % | VENTAS | % |
| Error Representante | Error Domicilio | 578 | 31.9% | 215 | 15.1% | 103 | 12.8% |
| | Error Pick Up | 125 | 6.9% | 25 | 1.8% | 65 | 8.1% |
| | Stock | 158 | 8.7% | 165 | 11.6% | 126 | 15.7% |
| | Score-NOSIS-Test | 81 | 4.5% | 77 | 5.4% | 73 | 9.1% |
| | Deuda | 168 | 9.3% | 215 | 15.1% | 100 | 12.5% |
| | Requisitos | 178 | 9.8% | 105 | 7.4% | 85 | 10.6% |
| Otros | Riesgos Operativos | 526 | 29.0% | 625 | 43.8% | 250 | 31.2% |
| TOTAL | | 1814 | 100.0% | 1427 | 100.0% | 802 | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia – Reporte de trazabilidad

En la tabla 3, se verificó que los agentes realizaban ventas incorrectas como, clientes con deuda, no validan correctamente la dirección ya que tenemos un 31.9% del mes de mayo el más elevado.

Cuarto Proceso: Verificación de la compra

Figura 11. Proceso de verificación de compra por T3



Elaboración propia

En la figura 11 se visualiza el proceso de verificación de compra es realizado por el mismo sistema T3 del proveedor, es un proceso externo al de la cuenta, en este desarrollo se identificaron los procesos de políticas que se debió cumplir para realizar la venta, los representantes no lo cumplieron en su totalidad como ya se había mencionado en el proceso anterior.

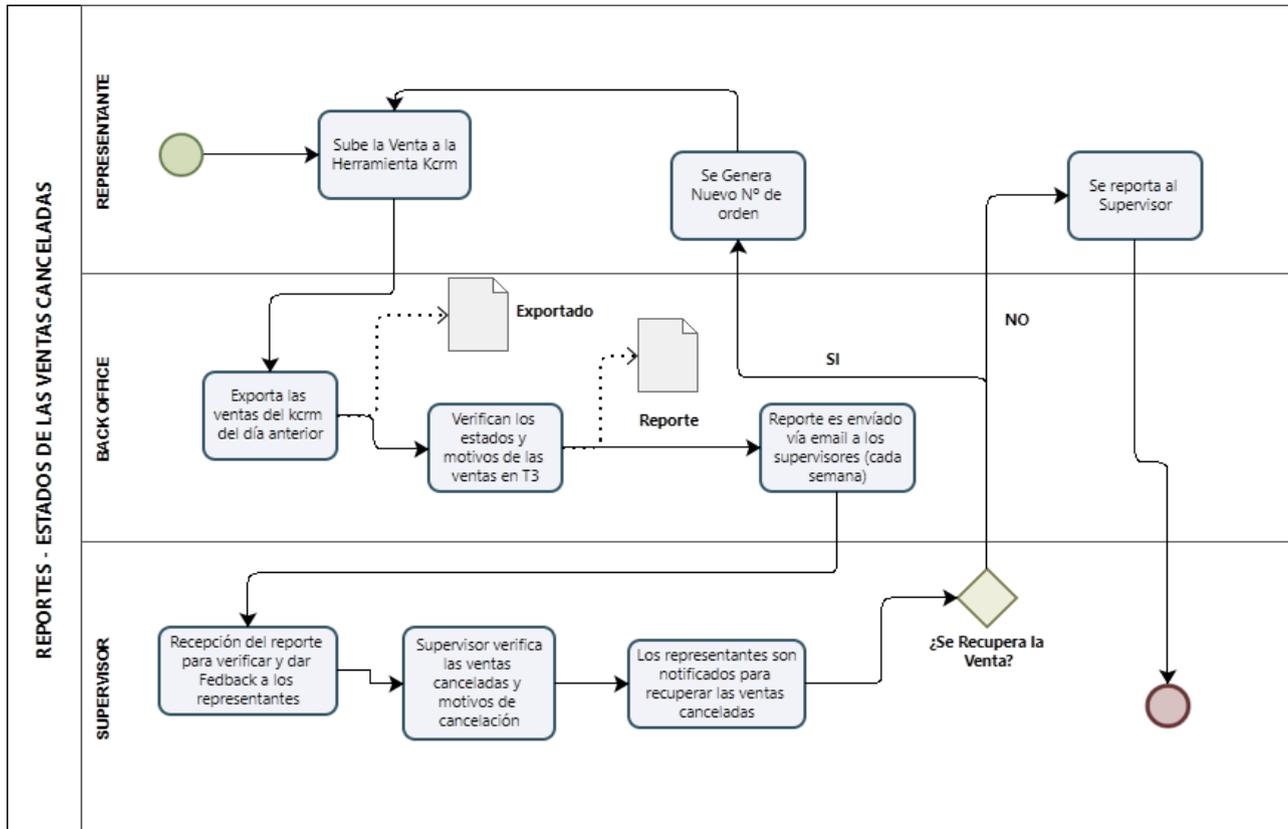
Para evitar que las ventas se cancelen se debió realizar el cumplimiento de las políticas por parte del proveedor;

- No se debe tener venta financiada.
- Puntaje mayor de 600.
- No tener deuda.
- Hasta en 9 cuotas de financiamiento.
- Stock disponible.
- Dirección validada.
- Test aprobado.
- Número debe estar activo.
- No tener ordenes pendientes de otros productos.

- Modo de entrega disponible.

Quinto Proceso: Reporte del estado de las ventas

Figura 12. Proceso de reporte de las ventas



Elaboración Propia

En La figura 12 de este proceso se evaluó que cuando los clientes aceptaban la venta y el representante generaba la orden de compra ésta subía a un aplicativo llamado Kcrm donde para se exportaba por el área de reportes y se realizaba un estatus de las ventas, llevando un control de ello.

Los reportes tenían fecha de envío los días viernes de cada semana, enviados a los supervisores vía mail donde los analizaban y brindaban las correcciones de los errores detectados o recuperar las ventas, realizado por el mismo representante.

En este proceso del reporte del estado de las ventas se evaluó lo siguiente:

- **Tiempo de Recepción del reporte de trazabilidad no es el adecuado.** Los

reportes son enviados con mucho tiempo para poder corregir los errores detectados por los agentes y poder recuperar las ventas.

- **Reporte simple y sencillo que se debe mejorar.**

Se presenta un reporte muy simple que es difícil de poder analizar, como consecuencia los supervisores no realizan el análisis correcto y el diagnóstico que se debe realizar para poder tomar acciones correctivas con los representantes.

- **Implementar un agente de recupero.** El estatus de las ventas verificadas en la herramienta T3 debe ser diario e identificar las ventas canceladas por motivos de Error Representante para poder contactar al cliente y realizar el recupero.

- **Acciones correctivas de los asesores.** Los agentes deben de ser notificados por los supervisores sobre sus ventas canceladas y corregir de manera inmediata los errores mediante acciones según enfoque de la empresa.

Figura 13. Reporte de trazabilidad

| PROVEEDOR | SITES | USUARIO T3 | REPRESENTANTE | LÍDER | FECHA ORDEN | ANI | SCORE | PRODUCTO | NROORDEN | ESTADO DE LA ORDEN | PASO LOGISTICA | TIEMPO | SEGURO | FORMA DE PAGO | MARCA DE EQUIPO | MODELO DE EQUIPO |
|-----------|----------|------------|---------------------------------------|--------------------------------|-------------|------------|-------|----------|-------------|--------------------|----------------|------------|--------|---------------|-----------------|-----------------------------|
| KONECTA | CHICLAYO | 4865244 | CASTAÑEDA GARRIDO, ESWIN ROISER | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 01/07/2022 | 114023214 | 801 | CATER | 197902098A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G Co |
| KONECTA | CHICLAYO | 7628842 | CARRASCO CARDOZO, DIANA CECILIA | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 222763007 | 802 | CATER | 197902657A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto E40 Gen 2 |
| KONECTA | CHICLAYO | 4372653 | MUNDACA SULLUPE, MARIA MATILDE | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 343507876 | 705 | CATER | 197905947A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 3 |
| KONECTA | CHICLAYO | 7184700 | ESPINOZA MENDOZA, STEPHANIE DEL ROCIO | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 1170307318 | 677 | CATER | 197912100A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G Co |
| KONECTA | CHICLAYO | 7715084 | NIQUEN CASTILLO, YAMILETH DEL ROSARIO | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 115464273 | 850 | CATER | 197916362A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A13 128 GB |
| KONECTA | CHICLAYO | 4731638 | FALEN CORNEJO, LUCERO DEL MILAGRO | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 01/07/2022 | 2392615838 | 780 | CATER | 1979185195A | ENVIADO | SI | DENTRO 96H | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | CHICLAYO | 4731638 | FALEN CORNEJO, LUCERO DEL MILAGRO | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 01/07/2022 | 264583265 | 769 | CATER | 197912831A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A13 64GB |
| KONECTA | LIMA | 4897206 | BARRERA MONTALVO, NEIKHENS | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 01/07/2022 | 2975416399 | 716 | CATER | 1979195453A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 128G |
| KONECTA | CHICLAYO | 4372653 | MUNDACA SULLUPE, MARIA MATILDE | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 1151602121 | 678 | CATER | 1979185172A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 128G |
| KONECTA | CHICLAYO | 4691456 | MUNDACA PEREZ, CLAUDIA DANITZA | DESCALZO VIDARTE JOE ALEXANDER | 01/07/2022 | 2213061967 | 613 | CATER | 1979059466A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | CHICLAYO | 7667211 | MIMBELA GONZALES, JOANNA JACQUELINE | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 1151407556 | 561 | CATER | 1979026632A | CERRADO | | | NO | TC | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 128G |
| KONECTA | CHICLAYO | 7715084 | NIQUEN CASTILLO, YAMILETH DEL ROSARIO | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 112797562 | 745 | CATER | 1979278025A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto G22 4G Celos |
| KONECTA | LIMA | 7636503 | FRIAS DELGADO, PERCY | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 01/07/2022 | 113373737 | 755 | CATER | 1979066534A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A33 5G 3 |
| KONECTA | CHICLAYO | 4372653 | MUNDACA SULLUPE, MARIA MATILDE | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 232332830 | 656 | CATER | 1979284534A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G Co |
| KONECTA | CHICLAYO | 7667211 | MIMBELA GONZALES, JOANNA JACQUELINE | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 3434599287 | 867 | CATER | 197906441A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G Co |
| KONECTA | CHICLAYO | 7480598 | JUAREZ GALVEZ, LEZLEF IBAZMIN | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 1549564440 | 883 | CATER | 1979297886A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A33 5G B |
| KONECTA | CHICLAYO | 7184700 | ESPINOZA MENDOZA, STEPHANIE DEL ROCIO | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 1125132427 | 785 | CATER | 1979296728A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G Co |
| KONECTA | CHICLAYO | 2855996 | SELEN VILLEGAS, ANA LIBETH | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 01/07/2022 | 1167144896 | 795 | CATER | 1979021132A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | CHICLAYO | 16766725 | CASTILLO VALENTE, SILVANA | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 01/07/2022 | 1165997266 | 399 | CATER | 1979149461A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto G82 5G N |
| KONECTA | CHICLAYO | 4762563 | SALAZAR CHAVEZ, TATIANA DANIXA | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 1132401609 | 719 | CATER | 1979075252A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A33 5G B |
| KONECTA | CHICLAYO | 4762563 | SALAZAR CHAVEZ, TATIANA DANIXA | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 3874137434 | 609 | CATER | 1979194255A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto G22 4G N |
| KONECTA | CHICLAYO | 7184700 | ESPINOZA MENDOZA, STEPHANIE DEL ROCIO | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 01/07/2022 | 1122381899 | 745 | CATER | 1979116333A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A13 64GB 4 |
| KONECTA | CHICLAYO | 4762563 | SALAZAR CHAVEZ, TATIANA DANIXA | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 02/07/2022 | 1127100456 | 725 | CATER | 1979062288A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 128G |
| KONECTA | CHICLAYO | 74803945 | BURGA MONYA, KHA THERINE BRIDGET | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 02/07/2022 | 294252991 | 779 | CATER | 1979141489A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 128G |
| KONECTA | CHICLAYO | 7480598 | JUAREZ GALVEZ, LEZLEF IBAZMIN | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 02/07/2022 | 2366677322 | 180 | CATER | 1979230134A | CERRADO | | | NO | TC | SAMSUNG | Motorola Moto G22 4G Celos |
| KONECTA | CHICLAYO | 48303184 | MACO FRANCO, JOSE ANGEL | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 02/07/2022 | 2664899758 | 824 | CATER | 1979204570A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A33 5G 3 |
| KONECTA | LIMA | 46431056 | PUMACHAGUA VENTURA, MARIA ELENA | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 02/07/2022 | 1159289517 | 258 | CATER | 1979232615A | CERRADO | | | NO | TC | SAMSUNG | Motorola Moto G22 4G Celos |
| KONECTA | CHICLAYO | 7628842 | CARRASCO CARDOZO, DIANA CECILIA | VASQUEZ CHUQUE EMILY MELISSA | 02/07/2022 | 1165404558 | 842 | CATER | 1979115204A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto G22 4G N |
| KONECTA | CHICLAYO | 43117255 | MESTANZA LOPEZ, DIANA CAROLINA | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 02/07/2022 | 1151484855 | 766 | CATER | 1979024864A | CERRADO | | | SI | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | CHICLAYO | 48303184 | MACO FRANCO, JOSE ANGEL | NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL | 02/07/2022 | 1155010656 | 805 | CATER | 1979028800A | CERRADO | SI | DENTRO 96H | NO | TC | SAMSUNG | Samsung Galaxy S22 Plus 256 |
| KONECTA | LIMA | 77534454 | HERNANDEZ CASTILLO, MAYRA FERNANDA | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 03/07/2022 | 2616326791 | 758 | CATER | 1979106214A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G 3 |
| KONECTA | LIMA | 7636503 | FRIAS DELGADO, PERCY | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 03/07/2022 | 2324465001 | 650 | CATER | 1979020201A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | LIMA | 77534454 | HERNANDEZ CASTILLO, MAYRA FERNANDA | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 03/07/2022 | 2804642340 | 603 | CATER | 1979228313A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Motorola Moto E20 4G N |
| KONECTA | CHICLAYO | 43117255 | MESTANZA LOPEZ, DIANA CAROLINA | CHIRINOS ZAPATA GREYCI MADELEY | 03/07/2022 | 1151484855 | 835 | CATER | 1979079782A | CERRADO | | | NO | CTF | SAMSUNG | Samsung Galaxy A03 4G |
| KONECTA | CHICLAYO | 23521621 | HERNANDEZ CASTILLO, MAYRA FERNANDA | GARNICA NUÑEZ CESAR EDUARDO | 03/07/2022 | 1151484855 | 835 | CATER | 1979079782A | CERRADO | | | SI | TC | SAMSUNG | Samsung Galaxy S22 Plus 256 |

Fuente: Konecta – Back office

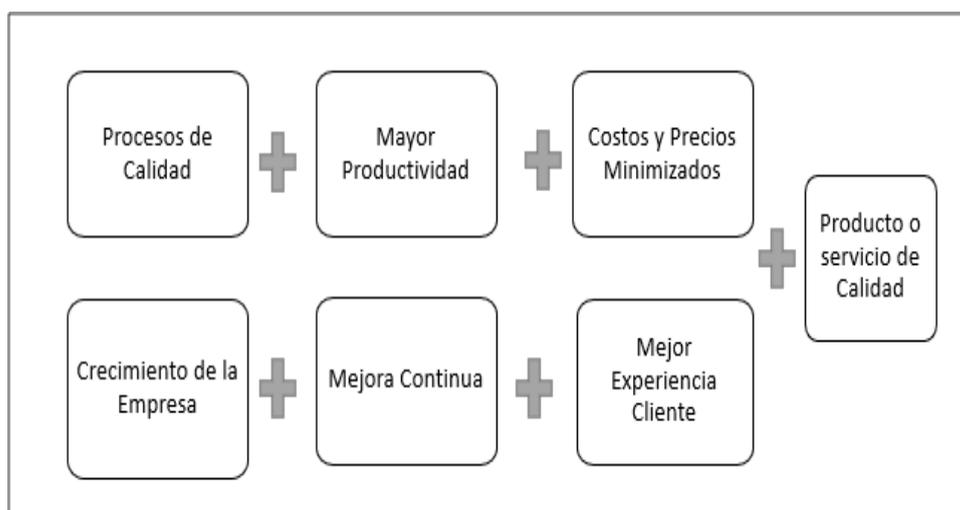
El reporte de trazabilidad en la figura 13. Se visualiza de manera simple y desordenada sin tener una vista general para su análisis de las ventas canceladas.

Propuesta de mejora

Esta propuesta se desarrolló mediante el ciclo del PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar). Esta herramienta permitió la mejora de las competencias y actividades de la gestión de procesos de negociación, logró la continuidad de la calidad de los procesos y resaltó los resultados obtenidos, minimizó costos y optimizó las ventas de la cuenta Televentas (Tlvin).

A continuación, se describen algunos de los beneficios del ciclo de PHVA:

Tabla 4. Beneficios del Ciclo PHVA



Fuente: Elaboración propia

El plan de mejoramiento se plasmó en un manual, siendo esta guía práctica donde se encuentra de manera sistemática las tareas, actividades y elementos necesarios para la información general de mejora, cuyos participantes como el coordinador, supervisores y back office tomen el plan de acción con las estrategias planteadas y así se cumplieren con los objetivos del trabajo, generando soporte y logrando resultados eficientes y eficaces. En base al planteamiento del diagnóstico de los problemas principales que abordó el área de operaciones de la cuenta Televentas, se preparó una propuesta de mejora. Como ya es de conocimiento nuestra variable, se ha basado en el mejoramiento de la gestión de procesos de negociación; con anterioridad se preparó una matriz de estratificación de criterios para la mejora. Se desarrolló las herramientas; que han permitido identificar las necesidades que han determinado el plan de mejora.

El objetivo principal de la propuesta ha sido en determinar el plan de mejoramiento de la gestión de procesos de negociación, lo que ha permitido optimizar las ventas cerradas, incrementando la rentabilidad de la cuenta.

DATA POST TEST

Figura 14. Entrevista DESPUES de la implementación

| PLANEAR | SI | NO | CUMPLIMIENTO |
|--|----|----|--------------|
| 1) ¿Rescatan información sobre los problemas detectados? | X | | 25% |
| 2) ¿Se definen objetivos o cuotas? | X | | 25% |
| 3) ¿Se plantean ideas de trabajo en equipo? | X | | 25% |
| 4) ¿Son clasificados los colaboradores de acuerdo sus habilidades o indicadores? | X | | 25% |
| TOTAL | | | 100% |
| HACER | | | CUMPLIMIENTO |
| 5) ¿Se desarrollan las actividades determinadas por el área? | X | | 25% |
| 6) ¿Se ejecutan charlas o capacitaciones a los colaboradores? | X | | 25% |
| 7) ¿Se desarrollan las actividades en tiempos establecido? | X | | 25% |
| 8) ¿ejecutan actividades en forma ordenada? | X | | 25% |
| TOTAL | | | 100% |
| VERIFICAR | | | CUMPLIMIENTO |
| 9) ¿Se verifican las actividades realizadas mediante alguna herramienta? | X | | 25% |
| 10) ¿Determinan tiempos para verificar las actividades? | X | | 25% |
| 11) ¿Evalúan periódicamente a los colaboradores? | X | | 25% |
| 12) ¿Se analizan los resultados obtenidos? | X | | 25% |
| TOTAL | | | 100% |
| ACTUAR | | | CUMPLIMIENTO |
| 13) ¿Se realiza seguimiento o auditorias para el cumplimiento? | X | | 25% |
| 14) ¿Realizan mejoras de soluciones con tiempos establecidos? | X | | 25% |
| 15) ¿Se evidencia lo verificado de las actividades que no se realizaron correctamente? | X | | 25% |
| 16) ¿Se toman acciones con los colaboradores que no cumplen con las actividades? | | X | 0% |
| TOTAL | | | 75% |

Fuente: Elaboración propia

3.6. Métodos de análisis de datos

El método utilizado para nuestro análisis de datos será el descriptivo, en base a los resultados de la aplicación de las fórmulas establecidas. Se calculó las medidas estadísticas descriptivas: la media, la mediana, también fueron representados mediante cuadros y gráficos para su fácil interpretación.

Se realizó las pruebas de normalidad y validez se utilizó el SPSS 26. Se aplicó la prueba Shapiro-Wilk ya que la cantidad de datos que se proceso es menor a cincuenta, y después se aplicó el estadístico de Wilcoxon para comprobar las hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos que se consideran en la presente investigación son la honestidad, originalidad, confidencialidad y sobre todo el consentimiento por parte de la empresa y su coordinador de operaciones, para el desarrollo de la investigación.

La investigación sigue la guía de productos observables establecida por la Universidad César Vallejo, resaltando en referencias sujetas a las normas ISO 690.

IV. RESULTADOS

Objetivo 1: Evaluar el proceso de negociación.

Se realizó un análisis de la situación real con el Coordinador de Área de operaciones, mediante una entrevista y la información otorgada de los reportes de trazabilidad donde se detectaron las deficiencias por las cuales atravesaba la empresa Konecta Chiclayo.

Tabla 5. Evaluación del proceso de negociación

| Proceso | Actividades Principales | Deficiencias | ANTES | Encargados |
|----------------------------------|---|---|--|--|
| Recepción de llamada | envío de llamada al Agente disponible Disponibilidad del Agente Atención al cliente | Ausencia de seguimiento y control de los agentes para recepcionar las llamadas | Se verifica que solo un 92.3% de llamadas son contestadas | Coordinador y Supervisor |
| Consulta y Validación | validación de datos del titular verificación correcta en herramientas T3 Respuesta y verificación de la Consulta del cliente | Ausencia de conocimientos del agente sobre los procesos en la herramienta T3 para realizar de manera correcta la consulta y validación de los clientes. | Solo un 63% de los representantes conocen de manera correcta los procesos que se realizan para la venta. | Área de Calidad y Supervisor |
| Realización de la compra | Aceptación de la Venta Test de validación Resumen de la venta derivación de la Encuesta Venta subida A kcrm | Falta de capacitaciones sobre técnicas de ventas, procesos de venta. | Los cuartiles de desempeño son : Q1: 7.2% - Q2: 6.4% - Q3: 5.3% y Q4: 4.3% | Área de Calidad y Supervisor - Proceso Externo |
| Verificación de la compra | Verificación de Numero de orden Verificación de Venta Correcta Anulación de la orden | | | |
| Reporte del estado de las ventas | Exportado de las Ventas de Kcrm verificación del estado mediante T3 Reporte de trazabilidad envió del reporte a los supervisores | Reportes desordenados , tiempos de entregas con retraso. | Reporte simple y sin personal de recupero de las ventas canceladas | Back Office Y Supervisor |

En la tabla 5 se evidencia el diagnóstico de las deficiencias encontradas durante la evaluación del proceso de negociación, en cuanto a sus actividades principales; envío de llamada al agente disponible, validación de datos del titular, aceptación de la venta, exportación de las ventas de Kcrm, entre otros.

Variable Dependiente: Optimizar ventas

Dimensión (1): Efectividad Ventas

Con la muestra de la investigación que se ha obtenido respecto a las ventas cerradas de la efectividad sobre las llamadas, con respecto a los meses de mayo, junio y julio (primera quincena) del 2022. Se ha obtenido que:

$$EV = \frac{Q \text{ Ventas}}{\text{Total, llamadas recibidas}} \times 100$$

Tabla 6. Efectividad de ventas

| MES | LLAMADAS | VENTAS CERRADAS | EV |
|------------|----------|-----------------|------|
| MAYO | 87669 | 5785 | 6.6% |
| JUNIO | 88171 | 6098 | 6.9% |
| JULIO * | 48828 | 2705 | 5.5% |

Fuente: Reporte de Trazabilidad

En la tabla 6 se visualiza que el objetivo de la Efectividad de Ventas (E.V.) establecida por parte del coordinador de operaciones es del 9% para poder tener una rentabilidad adecuada, de tal forma se verifica que durante los meses de mayo, junio y julio ninguno llegó al objetivo. Siendo el más crítico el mes de julio los 15 primeros días con un 5.5 % de efectividad.

Dimensión (2): % Q de ventas cerradas

Con el reporte de trazabilidad emitido de los meses mayo, junio y julio (primera quincena), obtuvimos el Q de ventas cerradas por mes.

Se obtiene:

$$\% VC = \frac{\text{Ventas Cerradas}}{Q \text{ ventas totales}} \times 100$$

Tabla 7. Cierre mayo

| CIERRE MAYO | | Q | % |
|-------------|-----------|------|--------|
| EVOLUTIVO | CERRADO | 5785 | |
| | CANCELADO | 1814 | 76.13% |
| | TOTAL | 7599 | |

Fuente: Reporte de Trazabilidad - mayo

En la tabla 7, se obtuvo como resultado para el mes de mayo un 76.13% de ventas cerradas estando por debajo del objetivo de 85% de ventas concretadas por mes.

Tabla 8. Cierre junio

| CIERRE JUNIO | | Q | % |
|--------------|-----------|------|--------|
| EVOLUTIVO | CERRADO | 6098 | |
| | CANCELADO | 1427 | 81.04% |
| | TOTAL | 7525 | |

Fuente: Reporte de Trazabilidad – Junio

En la tabla 8, el resultado obtenido fue de 81.04% de ventas concretadas, estando por debajo del objetivo requerido de la cuenta del 85%.

Tabla 9. Cierre (primera) quincena de julio

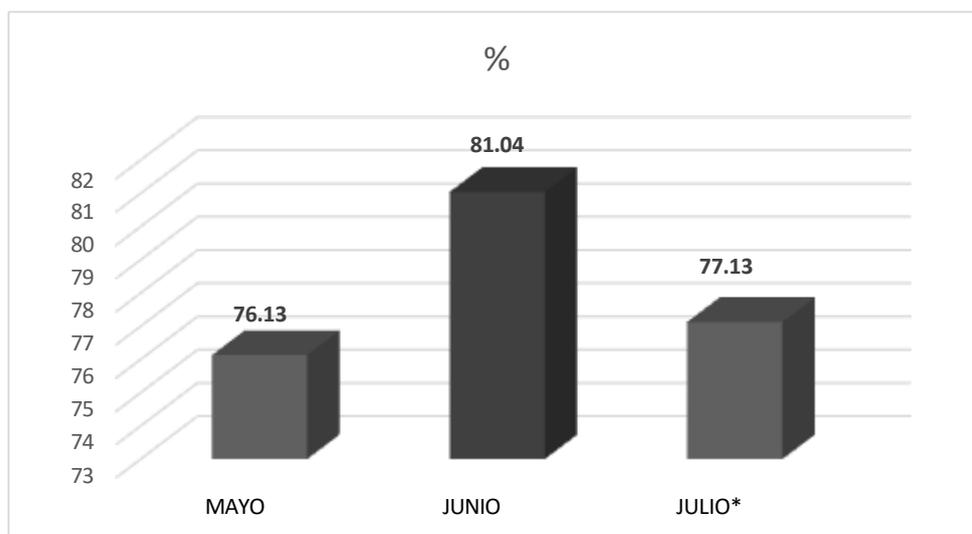
| CIERRE JULIO* | | Q | % |
|---------------|-----------|------|--------|
| EVOLUTIVO | CERRADO | 2705 | |
| | CANCELADO | 802 | 77.13% |
| | TOTAL | 3507 | |

Fuente: Reporte de Trazabilidad - 1° quincena Julio

En la tabla 9, el resultado que arrojó fue del 77.13% en cuanto a la primera quincena del mes de Julio, lo cual representa que aún está por debajo del objetivo requerido de la cuenta del 85% de ventas cerradas.

En el siguiente *g1* se observa la comparación entre los meses de mayo, junio y la primera quincena de julio.

Gráfico 1. Barras de ventas cerradas



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico verificamos que solo en el mes de junio se acercó al objetivo del 85%, teniendo a los demás meses por debajo de 80%.

Variable Independiente: Mejoramiento de la Gestión de Procesos.

Tabla 10. Evaluación del ciclo PHVA

| DIMENSION | PUNTAJE | PUNTAJE ESPERADO | ESTADO |
|------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| PLANEAR | 75% | 100% | REGULAR |
| HACER | 25% | 100% | BAJO |
| VERIFICAR | 25% | 100% | BAJO |
| ACTUAR | 25% | 100% | BAJO |
| TOTAL | 38% | 100% | BAJO |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 10 se verificó que los resultados arrojados en cuanto a la evaluación se promedian sólo a un 38% del cumplimiento de las actividades realizadas en el área, donde todas las fases han tenido como objetivo un puntaje esperado del 100%, del cual solo se obtuvo de la dimensión P un 75% y por parte de las otras

dimensiones H-V y A un bajo estado del 25%.

Con respecto al análisis de los diferentes ítems de la entrevista, se mostraron resultados de acuerdo con el cuestionario que se planteó para medir los procesos

A continuación, el análisis que se realizó por cada dimensión:

Dimensión (1) PLANEAR

Tabla 11. Cuestionario de entrevista- PLANEAR

| PLANEAR | CUMPLIMIENTO |
|--|--------------|
| 1) ¿Rescatan información sobre los problemas detectados? | 25% |
| 2) ¿Se definen objetivos o cuotas? | 25% |
| 3) ¿Se plantean ideas de trabajo en equipo? | 0% |
| 4) ¿Son clasificados los colaboradores de acuerdo sus habilidades o indicadores? | 25% |
| TOTAL | 75% |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 se verifica que solo se cumplió con el 75% de la fase PLANEAR, donde se observó que no hay un trabajo en equipo para poder lograr los objetivos planteados por la cuenta.

Dimensión (2) HACER

Tabla 12. Cuestionario de entrevista - HACER

| HACER | CUMPLIMIENTO |
|---|--------------|
| 5) ¿Se desarrollan las actividades determinadas por el área? | 0% |
| 6) ¿Se ejecutan charlas o capacitaciones a los colaboradores? | 25% |
| 7) ¿Se desarrollan las actividades en tiempos establecido? | 0% |
| 8) ¿ejecutan actividades en forma ordenada? | 0% |
| TOTAL | 25% |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 12, se verifica que en el proceso que se evaluó sólo se cumplió con el 25% en la fase HACER, donde se observó que no han realizado las actividades que son planeadas para determinar si se desarrolló adecuadamente.

Dimensión (3) VERIFICAR

Tabla 13. Cuestionario de entrevista – VERIFICAR

| VERIFICAR | CUMPLIMIENTO |
|--|--------------|
| 9) ¿Se verifican las actividades realizadas mediante alguna herramienta? | 0% |
| 10) ¿Determinan tiempos para verificar las actividades? | 0% |
| 11) ¿Evalúan periódicamente a los colaboradores? | 25% |
| 12) ¿Se analizan los resultados obtenidos? | 0% |
| TOTAL | 25% |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13 se verifica que en la entrevista se evaluó que solo el 25% de la fase VERIFICAR se cumplió, se determinó que no se verifica ninguna actividad para poder lograr resultados y ser analizados.

Dimensión (4) ACTUAR

Tabla 14. Cuestionario de entrevista - ACTUAR

| ACTUAR | CUMPLIMIENTO |
|--|--------------|
| 13) ¿Se realiza seguimiento o auditorias para el cumplimiento? | 0% |
| 14) ¿Realizan mejoras de soluciones con tiempos establecidos? | 0% |
| 15) ¿Se evidencia lo verificado de las actividades que no se realizaron correctamente? | 0% |
| 16) ¿Se toman acciones con los colaboradores que no cumplen con las actividades? | 25% |
| TOTAL | 25% |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14 se verifica que en la evaluación del cuestionario de la fase ACTUAR se observó que no se ha realizado seguimientos, ni mejoras de soluciones para poder corregir los quiebres detectados, donde solo se ha cumplido con el 25% de la fase.

Objetivo N 2: Diseñar la propuesta de mejora de procesos

Tabla 15. Diseño de la propuesta de mejora de proceso

| Proceso | Actividades Principales | Deficiencias | Acción correctiva | ANTES | Encargados |
|--------------------------|---|---|--|--|--|
| Recepción de llamada | envió de llamada al Agente disponible | Ausencia de seguimiento y control de los agentes para recepcionar las llamadas | Control del supervisor Online mediante la herramienta CMS, para detectar representantes en tiempos | Se verifica que solo un 92.3% de llamadas son contestadas | Coordinador y Supervisor |
| | Disponibilidad del Agente | | creación de CMS por supervisor para tener control por equipos de trabajo | | |
| | Atención al cliente | | Control de los Auxiliares, Asignación de tiempos determinados | | |
| Consulta y Validación | validación de datos del titular | Ausencia de conocimientos del agente sobre los procesos en la herramienta T3 para realizar de manera correcta la consulta y validación de los clientes. | Uso correcto de la herramienta T3, mediante capacitaciones sobre los procesos más recurrentes. | Solo un 63% de los representantes conocen de manera correcta los procesos que se realizan para la venta. | Área de Calidad y Supervisor |
| | verificación correcta en herramientas T3 | | Capacitaciones constantes sobre validación de datos y verificación de nuevos procedimientos que se presentan | | |
| | Respuesta y verificación de la Consulta del cliente | | | | |
| Realización de la compra | Aceptación de la Venta | Falta de capacitaciones sobre técnicas de ventas, procesos de venta. | Uso correcto de la herramienta T3, mediante capacitaciones sobre los procesos más recurrentes. | Los cuartiles de desempeño son: Q1: 7.2% - Q2: 6.4% - Q3: 5.3% y Q4: 4.3% | Área de Calidad y Supervisor - Proceso Externo |
| | Test de validación | | Capacitaciones sobre técnicas de ventas, conocimiento de los productos y desarrollo de habilidades blandas | | |
| | Resumen de la venta | | Documentación y conocimiento a todos los implicados sobre el proceso de venta | | |

| | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|--|---|--|--------------------------|
| | derivación de la Encuesta | | correcta. | | |
| | Venta subida A kcrm | | | | |
| Verificación de la compra | Verificación de Numero de orden | | Cumplimiento de las políticas del proveedor | | |
| | Verificación de Venta Correcta | | | Error representante en las ventas de 16.5% | |
| | Anulación de la orden | | | | |
| Reporte del estado de las ventas | Exportado de las Ventas de Kcrm | Reportes desordenados, tiempos de entregas muy retrasados. | Mejora de tiempo del reporte 3 veces por semana (lunes, miércoles y viernes) | Reporte simple y sin personal de recupero de las ventas canceladas | Back Office Y Supervisor |
| | verificación del estado mediante T3 | | Las ventas deben de ser revisadas al día anterior para determinar motivos de cancelación | | |
| | Reporte de trazabilidad | | Implementación de un agente para el recupero de las ventas del día anterior, enviando un reporte de las ventas recuperadas y no recuperadas a los supervisores. | | |
| | envió del reporte a los supervisores | | Correcciones por parte de los supervisores a los representantes sobre motivos de cancelación, evidenciando las acciones. | | |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la evaluación que se realizó, se procedió a diseñar la propuesta de mejora de proceso para tomar acciones correctivas en cuanto a las deficiencias que se encontró, la propuesta se determinó como el “Mejoramiento de la Gestión de Procesos de Negociación para Efectivizar las Ventas de TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo 2022

Determinación de la Herramienta

Ha sido necesario proponer una serie de herramientas de elaboración y orden para ser sometidas a evaluación para determinar la conveniencia del trabajo.

Tabla 16. Determinación de la herramienta

| FASE | ASPECTO DE APLICACIÓN |
|-----------|-------------------------------|
| PLANEAR | 1. Organización |
| | 2. Evaluación de los procesos |
| HACER | 1. Mapa de Procesos |
| | 2. Registro de las acciones |
| VERIFICAR | 1. Medición de Indicadores |
| | 2. Registro y reportes |
| ACTUAR | 1. Correctivos de Mejora |
| | 2. Registro de los resultados |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Colaboradores del área de operaciones Televentas

| FUNCION | Q |
|----------------------------|------------|
| Coordinador de Operaciones | 1 |
| Supervisor de Operaciones | 8 |
| Back Office | 2 |
| Formadores | 2 |
| Representantes de Ventas | 102 |
| Total | 115 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 17, se determinó el plan en conjunto con los implicados en el área de operaciones (coordinador y supervisores) en donde se diseñó el plan de mejora

continua para optimizar las ventas.

Proceso de recepción de llamada

El Supervisor realizó el control mediante el aplicativo CMS (vista del estado de todos los agentes conectados al sistema para recibir llamadas), el control es de manera online donde se controla la disponibilidad del agente para recibir las llamadas.

Control de los auxiliares, prohibido al representante sino cuenta con una autorización por parte del supervisor, tiene acciones de amonestación a quien incumple con lo indicado.

Control del tiempo ACW, es el estado donde los representantes lo usan frecuentemente para evitar recibir llamadas.

Figura 15. Diseño del Control online y de auxiliares CMS

| Split/Skill: IN 1L TELEVENTA | | | | | | | | |
|------------------------------|----------------------|--------|------------|--------|-------------|---------------------|---------------|------------------------|
| Nombre del agente | Identif. de conexión | Extn | Motivo AUX | Estado | Split/Skill | Tiempo | Nombre de VDN | Estado de interrupción |
| PERC BRUNO 73934487 | 507323 | 63839 | ACDIN | 438 | 2:51 | FACTURACION FULL | NA | |
| KPE3 UBILLU 47580422 | 504852 | 66869 | ACDIN | 438 | 1:57 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 GALLO 73032272 | 503672 | 66882 | ACDIN | 438 | 12:03 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 SALAZA 47625658 | 502979 | 66884 | ACDIN | 438 | :23 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 NIQUEN 77150884 | 503540 | 66887 | ACDIN | 438 | 19:02 | CATER LINEA CDP | NA | |
| KPE3 MUNDAC 4372605 | 503377 | 66891 | ACDIN | 438 | 5:02 | IN 0800 TLV | NA | |
| KPE3 BURGA 74083943 | 505413 | 66892 | ACDIN | 438 | :01 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 SUAREZ 75047412 | 504953 | 66896 | ACDIN | 438 | 2:28 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE1 BALDER 72500872 | 503311 | 66905 | ACDIN | 438 | 3:19 | IN 0800 TLV | NA | |
| KPE1 JUAREZ 74805098 | 502538 | 66911 | ACDIN | 438 | 10:15 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 OLENK 70126428 | 504640 | 66913 | ACDIN | 438 | 5:25 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 CHISCU 76194050 | 502511 | 66917 | ACDIN | 438 | 11:41 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 LUZ J 73078818 | 504634 | 66920 | ACDIN | 438 | 28:18 | CATER LINEA CDP | NA | |
| KPE3 OLIVER 70030960 | 504824 | 66923 | ACDIN | 438 | 5:25 | FACTURACION FULL | NA | |
| KPE1 QUIROG 48314060 | 504475 | 66928 | ACDIN | 438 | 4:13 | FACTURACION FULL | NA | |
| KPE3 ANYEL 72688073 | 504635 | 66940 | ACDIN | 438 | 14:14 | TRANSF ALT MIG CATE | NA | |
| KPE1 MIMBEL 76672111 | 503319 | 66949 | ACDIN | 438 | 28:12 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 QUISPE 47240577 | 505159 | 66952 | ACDIN | 438 | 4:49 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE1 NIQUEN 73247342 | 502576 | 66953 | ACDIN | 438 | 26:18 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| KPE3 CARRAS 48118882 | 502510 | 66954 | ACDIN | 438 | 19:41 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC CAROL 72775644 | 509452 | 67001 | ACDIN | 438 | 7:15 | FACTURACION FULL | NA | |
| PERC ANGULO 7057809 | 507499 | 67017 | ACDIN | 438 | :39 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC NUDELM 4942391 | 508778 | 67061 | ACDIN | 438 | 13:03 | FACTURACION CONTR | NA | |
| PERC SOTOM 43292274 | 506806 | 67089 | ACDIN | 438 | :10 | FACTURACION FULL | NA | |
| PERC CRUZ D 72537862 | 507796 | 67123 | ACDIN | 438 | 1:50 | FACTURACION CONTR | NA | |
| PERC BELTRA 74158702 | 508334 | 68059 | ACDIN | 438 | 11:29 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC ROMERO 4080252 | 506607 | 68172 | ACDIN | 438 | 7:14 | FACTURACION CONTR | NA | |
| PERC TAPIA 45153146 | 506642 | 68179 | ACDIN | 438 | 1:55 | CATER LINEA MIGRA | NA | |
| PERC LOPEZ 10179920 | 507197 | 68189 | ACDIN | 438 | 7:14 | FACTURACION CONTR | NA | |
| PERC ZEREGA 4895324 | 506537 | 68214 | ACDIN | 438 | 7:19 | CATER LINEA CDP | NA | |
| PERC INFANT 75511432 | 508788 | 68266 | ACDIN | 438 | 12:23 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERL CORON 45835694 | 508563 | 68307 | ACDIN | 438 | :05 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC GONI M 75385446 | 508656 | 68360 | ACDIN | 438 | :38 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC QUISPE 41936482 | 506626 | 68392 | ACDIN | 438 | 12:32 | COMPRA EQUIPO LINE | NA | |
| PERC MALDO 77750690 | 508896 | 68400 | ACDIN | 438 | 8:05 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE1 PISCO 75679517 | 505345 | 517713 | ACW | 438 | :03 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 REQUE 75716572 | 503790 | 519891 | ACW | 438 | 2:06 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 LLONTO 42441158 | 504638 | 66890 | ACW | 438 | 5:01 | | NA | |
| KPE1 CASTAN 48652844 | 504610 | 66898 | ACW | 438 | :15 | FACTURACION CONTR | NA | |
| KPE3 FALEN 47316388 | 503797 | 66910 | ACW | 438 | 5:45 | | NA | |
| KPE3 ENSON 75804488 | 504660 | 66959 | ACW | 438 | :23 | | NA | |

Haga doble clic para ejecutar Formato de tabla

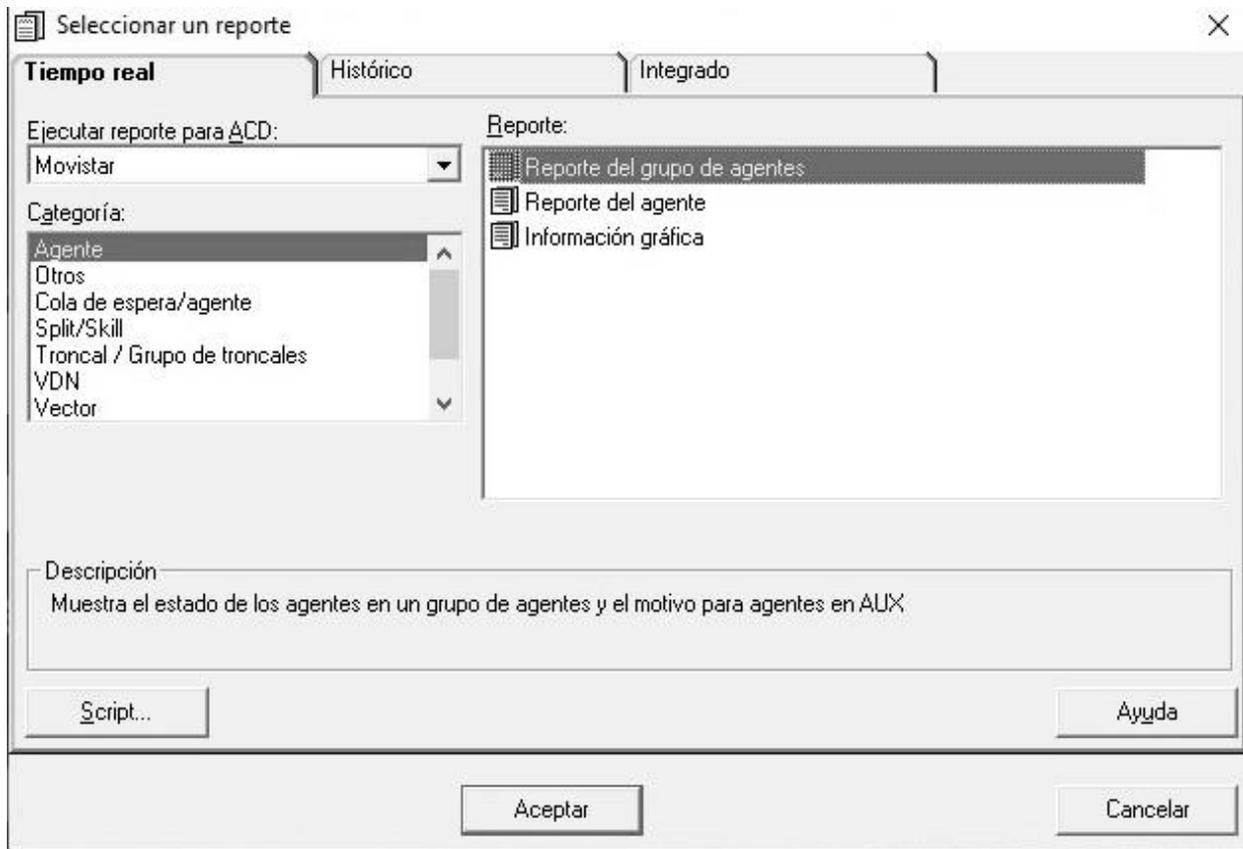
Umbral: habilitados

Movistar

Fuente: Konecta

Creación en el grupo de agentes por CMS por supervisor para tener un control por equipo de trabajo, teniendo control específico de cada uno.

Figura 16. Diseño del grupo de agentes por supervisor



Fuente: Konecta

Se creó por el supervisor un grupo de agentes por el área de GTR (gestión en tiempo real), la demora fue de 24 horas. Fueron 3 grupos de agentes creados tanto por el turno de mañana como el turno de la tarde, teniendo así cada supervisor el control online de los auxiliares de su equipo.

Se establece control de los auxiliares: donde se envía una minuta ya establecida por la estructura de mandos medios mediante vía email a todos los representantes de la cuenta.

Tabla 18. Auxiliares y tiempos determinados

| Auxiliares | Nombre | Tiempo Máximo |
|------------|--------------------|---------------|
| 10 | Baño | 10 min. |
| 17 | Coaching | 15 min. |
| 23 | Capacitación | 30 min. |
| 20 | Problemas técnicos | Sin tiempo |

Fuente: Elaboración propia

La determinación y cumplimiento de los tiempos establecidos se tienen que cumplir, donde para ello el control del supervisor es clave para el éxito, para ello cada supervisor tendrá una vista específica por equipo de trabajo.

Figura 17. Grupo de agentes CMS por supervisor

| Nombre del agente | Identif. de conexión | Extn | Motivo AUX | Estado | Split/Skill | Tiempo | Nombre de VDN |
|----------------------|----------------------|--------|------------|--------|-------------|--------|---------------|
| KPE1 MIMBEL 76672111 | 503319 | 66949 | | AVAIL | | :03 | |
| KPE3 MESTAN 43117235 | 502715 | 66957 | | ACDIN | 438 | 1:07 | FACTURACION |
| KPE3 GUERRE 7546648 | 502757 | 519978 | | ACDIN | 438 | 29:57 | COMPRA EQ |
| KPE1 CASTIL 47958913 | 502802 | 517866 | | ACDIN | 438 | 6:50 | FACTURACION |
| KPE1 ESPINO 71847700 | 504056 | 517835 | | ACDIN | 438 | 12:37 | COMPRA EQ |
| KPE3 QUISPE 47240577 | 505159 | 66952 | | ACDIN | 438 | 6:05 | FACTURACION |
| KPE1 ROJAS 63377932 | 504450 | 66875 | | ACDIN | 438 | :26 | FACTURACION |
| KPE3 UBILLU 47580422 | 504852 | 66869 | | ACDIN | 438 | 3:13 | COMPRA EQ |
| KPE3 JACKEL 73673657 | 502849 | 517881 | | ACDIN | 438 | 2:40 | FACTURACION |
| KPE3 LARA C 47430733 | 502700 | 517832 | | ACDIN | 438 | 11:55 | COMPRA EQ |
| KPE3 SALAZA 47625658 | 502979 | 66884 | | ACDIN | 438 | 1:39 | COMPRA EQ |
| KPE3 MARYHO 7685154: | 502881 | 517847 | | ACDIN | 438 | 11:47 | TRANSF ALT |
| KPE3 BURGA 74083943 | 505413 | 66892 | | ACDIN | 438 | 1:17 | FACTURACION |
| KPE3 MARIA 76415992 | 502862 | 66877 | | ACWOUT | 438 | 16:43 | |
| KPE1 NIQUEN 48799017 | 502561 | 517893 | | ACW | 438 | :30 | FACTURACION |

Umbral: habilitados Movistar

Fuente: Konecta

Proceso de Consulta de llamadas y validación de datos del cliente.

Se diseñaron horarios para las capacitaciones sobre la manera correcta de usar la herramienta T3, esto se realizó ya que mediante un sondeo de 20 representantes elegidos aleatoriamente se les indico realizar los siguientes procesos:

- Procesos de verificar ventas
- Proceso de financiamiento
- Proceso de consulta de deuda
- Proceso de validación de dirección
- Proceso de adherir correo electrónico
- Proceso de cancelación de venta.

En la tabla 19 se muestra como resultados el porcentaje de los procesos que se han cumplido y el incumplimiento del cual aún falta mejorar.

Tabla 19. Conocimiento de los procesos

| PROCESOS | SE CUMPLE | NO SE CUMPLE |
|----------------------------------|--------------|--------------|
| P. Verificar ventas | 65% | 35% |
| P. de Financiamiento | 40% | 60% |
| P. de Consulta de deuda | 50% | 50% |
| P. de Validación de dirección | 60% | 40% |
| P. de Adherir correo electrónico | 75% | 25% |
| P. de Cancelación de venta | 90% | 10% |
| TOTAL | 63.3% | 36.7% |

Fuente: Elaboración propia

Se verifica que solo un 63.3% de los asesores conocen los procesos correctamente, teniendo un 36.7% que no tienen conocimiento correcto de los procesos.

En la tabla 20, se visualiza la programación de capacitaciones con procesos ya detallados, se estableció 02 capacitaciones durante un mes en ambos turnos.

Tabla 20. Programación de capacitaciones - Área de formación

| Tema | Hora | Fecha | Responsables | Duración | Frecuencia |
|-------------------------|-----------|------------|-------------------|------------|------------|
| Procesos Parte 1 | 1:00 p.m. | 18/08/2022 | Área de Formación | 90 minutos | Mensual |
| | 7:00 p.m. | 18/08/2022 | | | |
| Procesos Parte 2 | 1:00 p.m. | 08/08/2022 | Área de Formación | 90 minutos | Mensual |
| | 7:00 p.m. | 08/08/2022 | | | |

Fuente: Área de Formación

Las capacitaciones se realizaron de manera presencial, así como virtual mediante la plataforma Meet, bajo la responsabilidad de los encargados del Área de Formación, cumpliendo con la función de capacitar a todos los representantes que ingresan a la cuenta, siendo su principal tema; el correcto manejo de realizar los procesos.

Proceso de Realización y Verificación de la compra

En este proceso se detectó que los asesores no cumplen con las técnicas necesarias para poder concretar una venta, carecen de habilidades blandas.

Los representantes son evaluados mediante métricas, una de las cuales es fundamental para la cuenta.

Indicador – Efectividad, este indicador se mide mediante la fórmula siguiente:

$$\text{Ventas/cantidad de llamadas} = \text{Efectividad}$$

Donde se representa por cuartiles:

Tabla 21. Efectividad por cuartiles

| CUARTIL | EFECTIVIDADES | | | PROMEDIO |
|-----------|---------------|-------|-------|----------|
| | MAYO | JUNIO | JULIO | |
| Q1 | 7.4% | 7.2% | 6.9% | 7.2% |
| Q2 | 6.7% | 6.5% | 6.0% | 6.4% |
| Q3 | 5.9% | 4.9% | 5.2% | 5.3% |
| Q4 | 4.9% | 3.9% | 4.1% | 4.3% |

Fuente: Elaboración propia – Reporte Konecta

Para la mejora de los cuartiles se diseñó talleres de técnicas de ventas, para el

desarrollo de habilidades blandas, brindando tips y métodos para el cierre de ventas.

Tabla 22. Programación de capacitaciones - Área de calidad

| Tema | Hora | Fecha | Responsables | Duración | Frecuencia |
|---|-----------|------------|-----------------|------------|------------|
| Técnicas de Ventas y el Proceso Correcto | 1:00 p.m. | 20/07/2022 | Área de Calidad | 90 minutos | Mensual |
| | 7:00 p.m. | 20/07/2022 | | | |
| | 1:00 p.m. | 20/08/2022 | Área de Calidad | 90 minutos | Mensual |
| | 7:00 p.m. | 20/08/2022 | | | |

Fuente: Área de Calidad

Las capacitaciones se realizaron de manera presencial, así como virtual mediante la plataforma Meet, los responsables son los encargados del Área de Calidad.

Proceso de reporte del estado de las ventas

En este proceso se diseñó los nuevos horarios de envío del reporte de trazabilidad.

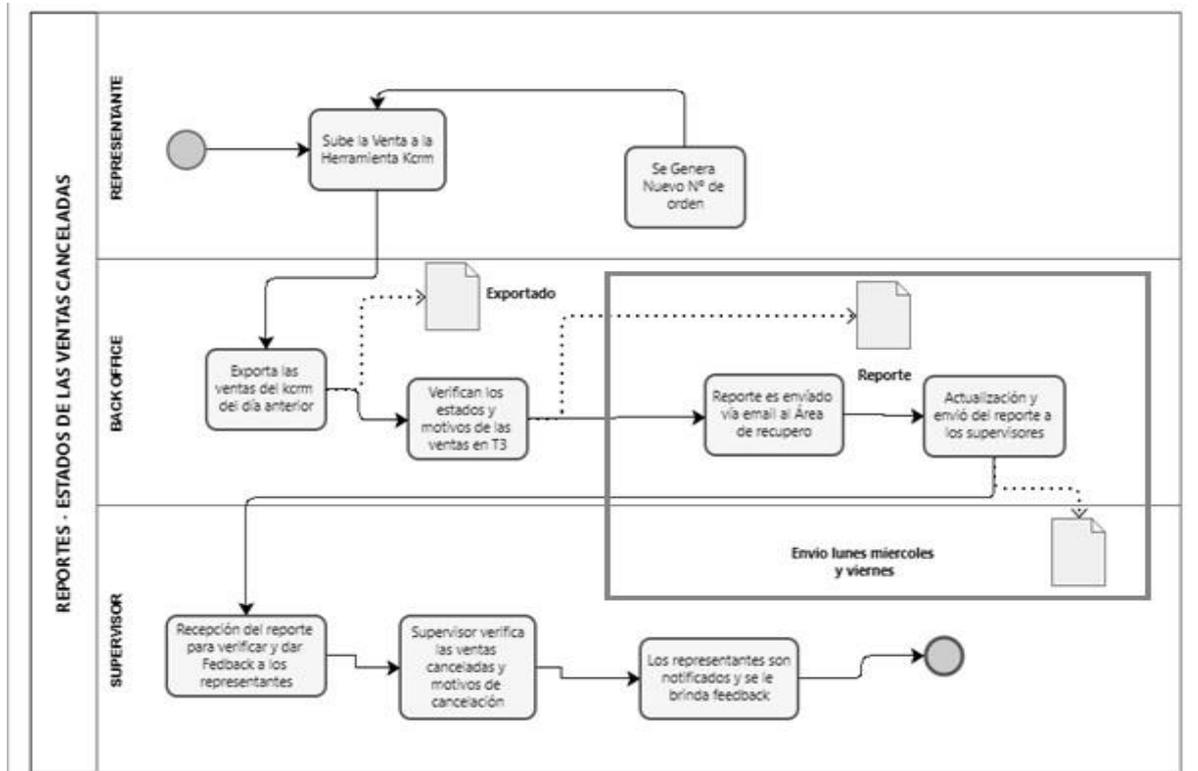
Tabla 23. Nuevos tiempos de envío de reporte

| ANTES | | | DESPUES | | |
|---------------------|----------------------------------|-----------|-------------------------------|----------------------------------|-----------|
| Día | Adjunto | Evidencia | Día | Adjunto | Evidencia |
| Cada viernes | Reporte Trazabilidad Actualizado | Correo | Lunes Miércoles Viernes | Reporte Trazabilidad Actualizado | Correo |

Fuente: Elaboración Propia

En este diseño se observa que se realizó el cambio de horario, estableciendo los nuevos tiempos de envío de reporte, del cual fueron modificados para los días: lunes, miércoles y viernes, que se enviaran al coordinador de la cuenta para su aplicación al área correspondiente.

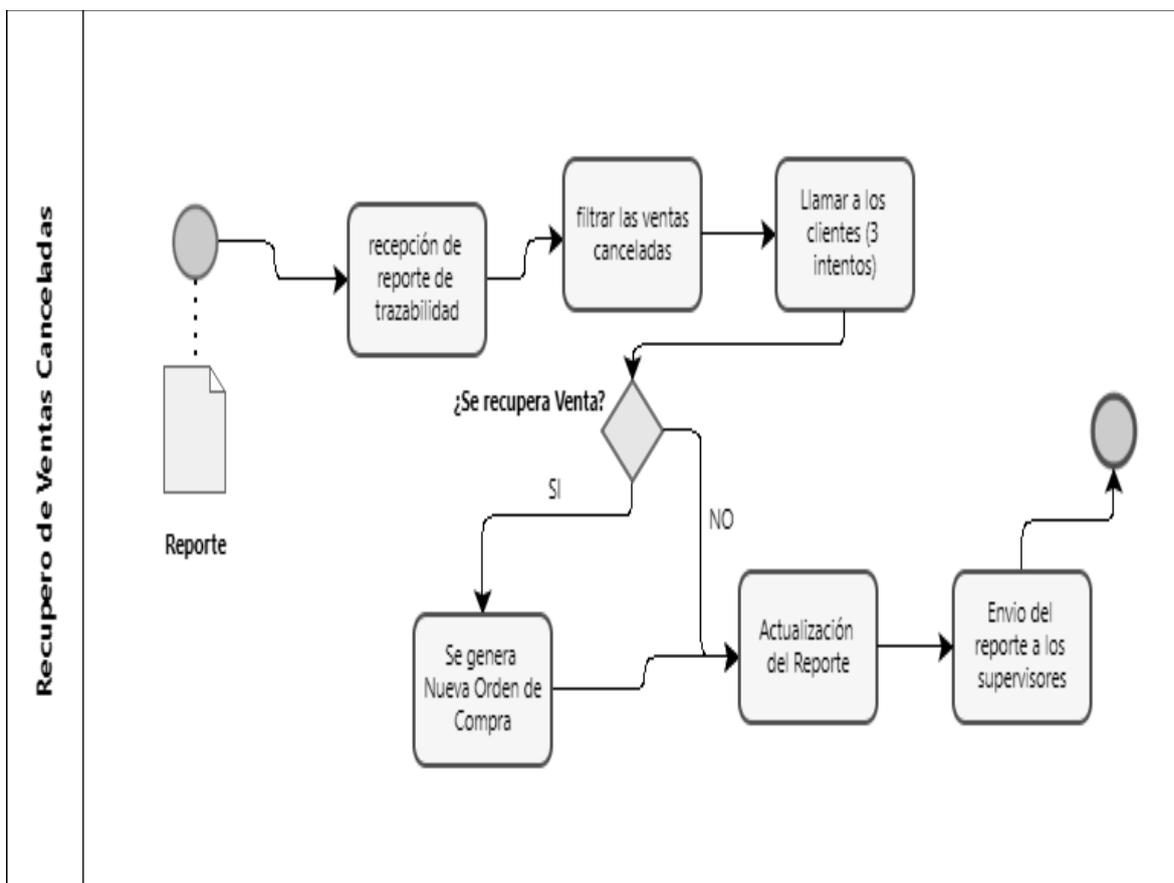
Figura 18. Nuevo proceso de reportes



Fuente: Elaboración propia

Este nuevo proceso de reportes fue diseñado junto con el coordinador, quien dio el visto bueno, el representante a cargo de este nuevo proceso de reportes recibirá una capacitación sobre el proceso que debe realizar.

Figura 19. Nuevo proceso de recuperó de ventas canceladas



Fuente: Elaboración propia

Se diseñó un nuevo proceso tal como se observa en la figura 19, llamado Recupero de Ventas Canceladas, acá un representante del área de back office tiene la función de llamar a los clientes donde sus ventas fueron canceladas, tomando como medida el lograr recuperar e incrementar las ventas, el representante hará la recepción de este reporte todos los días después del estado de reporte de trazabilidad, filtrará todas las ventas canceladas, reportando también el estado después de la llamada si se logra recuperar y caso contrario por qué motivo no se logró recuperar.

Se supervisará mediante CMS, donde se evidenciará todas las llamadas salientes, duración y tiempo de conexión.

Este reporte será enviado junto con el reporte de trazabilidad a todos los supervisores para su análisis.

También se automatizó el reporte de trazabilidad para una vista mejor dando un análisis tanto general como específico, ya que normalmente se enviaba un reporte básico y sencillo en Excel,

Se contó con una capacitación a los encargados del área de back office.

Figura 20. Programación de capacitación

| Tema | Hora | Fecha | Responsables | Duración |
|-------------------------|-------------|--------------|---------------------|-----------------|
| Excel Intermedio | 1:00 p.m. | 10/08/2022 | Área de Tecnología | 90 minutos |

Fuente: Área de tecnología.

Objetivo 3. Implementar las mejoras.

Tabla 24. Implementación de las mejoras

| Proceso | Actividades Principales | Deficiencias | Acción correctiva | ANTES | DESPUES |
|----------------------------------|---|---|---|--|--|
| Recepción de llamada | envió de llamada al Agente disponible Disponibilidad del Agente Atención al cliente | Ausencia de seguimiento y control de los agentes para recepcionar las llamadas | Control del supervisor Online mediante la herramienta CMS, para detectar representantes en tiempos no productivos. creación de CMS por supervisor para tener control por equipos de trabajo Control de los Auxiliares, Asignación de tiempos determinados | Se verifica que solo un 92.3% de llamadas son contestadas | Se tuvo una mejora de 95.3% |
| Consulta y Validación | validación de datos del titular verificación correcta en herramientas T3 Respuesta y verificación de la Consulta del cliente | Ausencia de conocimientos del agente sobre los procesos en la herramienta T3 para realizar de manera correcta la consulta y validación de los clientes. | Uso correcto de la herramienta T3, mediante capacitaciones sobre los procesos más recurrentes. Capacitaciones constantes sobre validación de datos y verificación de nuevos procedimientos que se presentan | Solo un 63% de los representantes conocen de manera correcta los procesos que se realizan para la venta. | De un 63% paso a un 90% de agentes con conocimiento de los procesos. |
| Realización de la compra | Aceptación de la Venta Test de validación Resumen de la venta derivación de la Encuesta Venta subida A kcrm | Falta de capacitaciones sobre técnicas de ventas, procesos de venta. | Uso correcto de la herramienta T3, mediante capacitaciones sobre los procesos más recurrentes. Capacitaciones sobre técnicas de ventas, conocimiento de los productos y desarrollo de habilidades blandas Documentación y conocimiento a todos los implicados sobre el proceso de venta correcta. | Los cuartiles de desempeño son: Q1: 7.2% - Q2: 6.4% - Q3: 5.3% y Q4: 4.3% | Q1: 8.3% Q2: 7.2% Q3: 6.1% Q4: 5.0% |
| Verificación de la compra | Verificación de Numero de orden Verificación de Venta Correcta Anulación de la orden | | Cumplimiento de las políticas del proveedor | Error representante en las ventas de 16.5% | Errores solo un 8.4% |
| Reporte del estado de las ventas | Exportado de las Ventas de Kcrm verificación del estado mediante T3 Reporte de trazabilidad envió del reporte a los supervisores | Reportes desordenados , tiempos de entregas con retraso. | Mejora de tiempo del reporte 3 veces por semana (lunes, miércoles y viernes) Las ventas deben de ser revisadas al día anterior para determinar motivos de cancelación Implementación de un agente para el recupero de las ventas del día anterior, enviando un reporte de las ventas recuperadas y no recuperadas a los supervisores. Correcciones por parte de los supervisores a los representantes sobre motivos de cancelación, evidenciando las acciones. | Reporte simple y sin personal de recupero de las ventas canceladas | Reporte con tablas dinámicas. Tiempos establecidos y un agente de recupero de ventas canceladas. |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 24 se realiza la comparación del proceso de la situación real de cómo se encontraba la empresa Konecta (meses de mayo, junio y julio (primera quincena) con la aplicación detallada del después de la implementación de las mejoras que se ha utilizado para el proceso de negociación de la empresa Konecta Chiclayo 2022 (meses de julio (segunda quincena), agosto y setiembre).

PRIMER PROCESO: Recepción de Llamadas

Tabla 25. Recepción de Llamadas (mayo - setiembre)

| | MES | TOTAL LLAMADAS | CONTESTADAS | NO CONTESTADAS | % | PROMEDIO |
|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|-------|--------------|
| PRE TEST | MAYO | 87669 | 81985 | 5684 | 93.5% | |
| | JUNIO | 88171 | 80587 | 7584 | 91.4% | 92.3% |
| | JULIO* | 48828 | 44936 | 3892 | 92.0% | |
| POST TEST | JULIO* | 51585 | 49078 | 2507 | 95% | |
| | AGOSTO | 92680 | 88596 | 4084 | 96% | 95.3% |
| | SETIEMBRE | 93518 | 88419 | 5099 | 95% | |

Elaboración propia – Reporte Konecta

Interpretación: En la tabla 25 se muestra que el promedio de llamadas contestadas antes de la aplicación de la mejora era de 92.3% y después de la aplicación ascendió a 95.3%. En esta tabla también se muestra que después de la aplicación el % en cuanto a llamadas contestadas se registraron de 95% hacia arriba.

Por lo tanto, la diferencia entre el promedio de llamadas contestadas antes y después de la aplicación es de 3.0% de mejora. Una mejora significativa que implica reducción de llamadas no contestadas por los representantes, reduciendo el control de auxiliares y control online de los supervisores para el uso correcto de las herramientas de gestión de recepción de llamadas.

SEGUNDO PROCESO: Consulta de llamadas y validación de datos del cliente

Tabla 26. Conocimiento de procesos para consultas del cliente

| | PROCESOS | SE CUMPLE | NO SE CUMPLE |
|------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|
| PRE TEST | Proceso de verificar ventas | 65% | 35% |
| | Proceso de financiamiento | 40% | 60% |
| | Proceso de consulta de deuda | 50% | 50% |
| | Proceso de validación de dirección | 60% | 40% |
| | Proceso de adherir correo electrónico | 75% | 25% |
| | Proceso de cancelación de venta | 90% | 10% |
| | TOTAL | 63.3% | 36.7% |
| | PROCESOS | SE CUMPLE | NO SE CUMPLE |
| POST TEST | Proceso de verificar ventas | 90% | 10% |
| | Proceso de financiamiento | 75% | 25% |
| | Proceso de consulta de deuda | 100% | 0% |
| | Proceso de validación de dirección | 100% | 0% |
| | Proceso de adherir correo electrónico | 100% | 0% |
| | Proceso de cancelación de venta | 75% | 25% |
| | TOTAL | 90.0% | 10.0% |

Fuente: Elaboración propia – Reporte Konecta

Interpretación: En la tabla 26 nos muestra como resultado que antes de la aplicación de mejora se obtuvo un 63.3% en cuanto a representantes que conocían el procedimiento correcto de las gestiones realizadas, y un 36.7 % de representantes que desconocían del procedimiento.

Después de la aplicación se muestra que un 90% del total si cumplen con el proceso y tan solo un 10% no lo cumplen. Por lo tanto, se está reforzando para reducirlo al mínimo y se realice las gestiones correctas. Teniendo un 100% en los procedimientos de consulta de deuda, adherir correo electrónico y validación de dirección.

Por lo tanto, se tiene que en el pre test se alcanzó un 63.3%, y en el post test, dada la aplicación de mejora se registró un 90 %, teniendo 26.7% de mejora en los representantes.

TERCER Y CUARTO PROCESO: Realización y Verificación de la compra

Tabla 27. Cuartiles por efectividad (mayo - setiembre)

| | | CUARTIL | EFECTIVIDADES | | | PROMEDIO |
|--------------|----|---------|---------------|--------|-----------|----------|
| | | | MAYO | JUNIO | JULIO* | |
| PRE TEST | Q1 | | 7.4% | 7.2% | 6.9% | 7.2% |
| | Q2 | | 6.7% | 6.5% | 6.0% | 6.4% |
| | Q3 | | 5.9% | 4.9% | 5.2% | 5.3% |
| | Q4 | | 4.9% | 3.9% | 4.1% | 4.3% |
| | | CUARTIL | EFECTIVIDADES | | | PROMEDIO |
| | | | JULIO* | AGOSTO | SETIEMBRE | |
| POST TEST | Q1 | | 7.6% | 8.6% | 8.7% | 8.3% |
| | Q2 | | 6.9% | 7.2% | 7.5% | 7.2% |
| | Q3 | | 5.9% | 6.5% | 6.0% | 6.1% |
| | Q4 | | 4.9% | 4.9% | 5.3% | 5.0% |

Fuente: Elaboración propia – Reporte Konecta

Interpretación: En la tabla 27 nos muestra que antes de la propuesta de mejora se obtuvo un promedio de efectividad del cuartil Q1 de 7.2% y después de la mejora un 8.3%, para el cuartil Q2 antes de la mejora fue de 6.4% y después un 7.2%, así como en el cuartil Q3 con un 5.3% y después con un 6.1% y finalmente en el cuartil Q4 antes de la mejora se observa un 4.3% y después de la implementación con un 5.0%.

Tabla 28. Mejora de los cuartiles

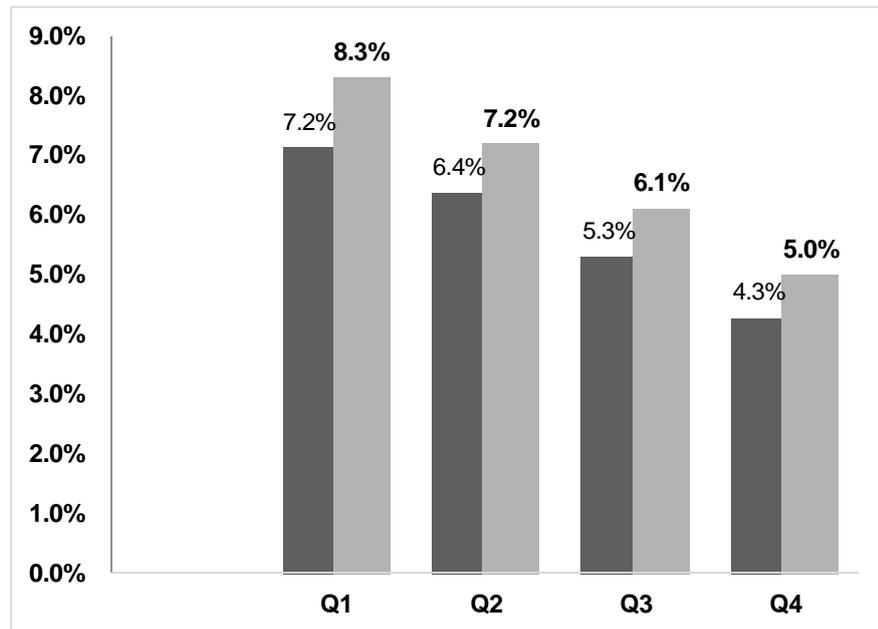
| CUARTIL | PROMEDIO | | % MEJORA |
|---------|----------|---------|-------------|
| | ANTES | DESPUES | |
| Q1 | 7.2% | 8.4% | 1.2% |
| Q2 | 6.4% | 7.2% | 0.8% |
| Q3 | 5.3% | 6.1% | 0.8% |
| Q4 | 4.3% | 5.0% | 0.7% |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 28 se muestra la mejora de los cuartiles, en cuanto al cuartil Q1 se observa una mejora de 1.2%.

En el gráfico 2 se observa claramente la mejora obtenida en todos los cuartiles de un antes a un después de la implementación.

Gráfico 2. Efectividades antes y después



Fuente: Elaboración propia

Los cuartiles es el indicador para medir a los representantes por su desempeño, la cual se mide con las ventas realizadas entre las horas conectadas, donde se cuatrilliza la efectividad de cada representante.

Figura 21. Reporte de efectividades - cuartiles

| DNI | Nombre | Efect Cater | Q CATER |
|----------|-----------------------------------|-------------|---------|
| 48813683 | ESPINO SANCHEZ, VANESA DEL MILAG | 16.09% | Q1 |
| 43711018 | VILLANUEVA RAMIREZ, GRISELDA LUC | 15.85% | Q1 |
| 73673657 | RONCAL ALVA, JACKELYN GLORIA | 14.81% | Q1 |
| 74037836 | GALLOSO NOVOA, FIORELLA CRISTINA | 9.40% | Q1 |
| 73699300 | OLIVA ALARCON, ANGHY ESTEFANI | 12.79% | Q1 |
| 47625658 | SALAZAR CHAVEZ, TATIANA DANIXA | 11.76% | Q1 |
| 72707556 | CHANAME MORENO, GEMINIS ELIZABI | 7.94% | Q2 |
| 76505378 | GONZALES CORONEL, CLAUDIA CONSU | 24.39% | Q1 |
| 75466485 | GUERRERO CHUÑE, MAYRA TATIANA | 10.42% | Q1 |
| 77923678 | VIDAURRE BANCES, NANCY ELIZBET | 12.66% | Q1 |
| 43789025 | HIDALGO RUIZ, BETRON IVAN | 16.13% | Q1 |
| 71847700 | ESPINOZA MENDOZA, STEPHANIE DEL | 13.16% | Q1 |
| 47713586 | VILCHEZ RUIZ, ASTRYD MARYLIN MAYI | 13.16% | Q1 |
| 47580422 | UBILLUS YOYERA, LUIS MIGUEL | 8.04% | Q2 |
| 45235319 | CALLA CARDENAS, EVA BEATRIZ | 10.47% | Q1 |
| 72033727 | LLONTOPI MUÑOZ, IRINA GIULIANA | 8.57% | Q2 |
| 76197549 | CCORA CARDENAS, JULIO RAUL | 7.69% | Q2 |
| 74805098 | JUAREZ GALVEZ, LEZLEE JHAZMIN | 10.34% | Q1 |
| 43726053 | MUNDACA SUCLUPE, MARIA MATILDE | 10.98% | Q1 |
| 75771744 | JUAREZ SAPIRAN, CARMEN YULIZA | 13.64% | Q1 |
| 48652844 | CASTAÑEDA GARRIDO, ESWIN ROISER | 9.78% | Q1 |
| 46773485 | RELUZ LLONTOPI, ZULEMA BEATRIZ | 17.78% | Q1 |
| 75195109 | QUIROZ TORRES, ANTHONY JHONAN | 11.76% | Q1 |
| 77806228 | REYES SILVA, XIMENA ALEJANDRA | 8.70% | Q2 |
| 44623587 | CORRALES PALOMINO, MIGUEL ANGEL | 9.09% | Q1 |
| 77100000 | MORALES VALLES, VIVIANA RAQUEL | 11.11% | Q1 |

Fuente: reporte de efectividades Konecta.

Tabla 29. Errores representantes antes y después

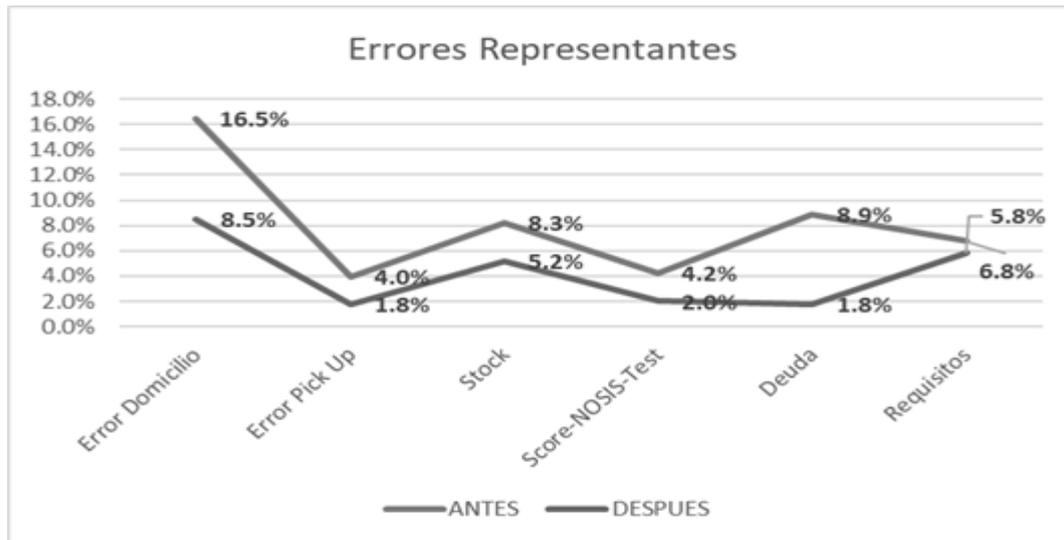
| | ANTES | DESPUES | |
|----------------------------|---------------------------|---------|-------|
| Error Representante | Error domicilio | 16.5% | 8.5% |
| | Error Pick Up | 4.0% | 1.8% |
| | Stock | 8.3% | 5.2% |
| | Score-NOSIS-Test | 4.2% | 2.0% |
| | Deuda | 8.9% | 1.8% |
| Otros | Requisitos | 6.8% | 5.8% |
| | Riesgos Operativos | 25.7% | 24.8% |

Fuente: Reporte de trazabilidad

En la tabla 29 nos muestra la caída en % de errores de representantes, donde en Error de domicilio - ANTES arroja un 16.5% y DESPUES se visualiza que la mejora

bajo a un 8.5%, al igual que Error Deuda - ANTES con un 8.9% y DESPUÉS de la implementación se redujo a un 1.8%, así como los demás Errores tenemos mejoras por parte de los representantes con las capacitaciones obtenidas.

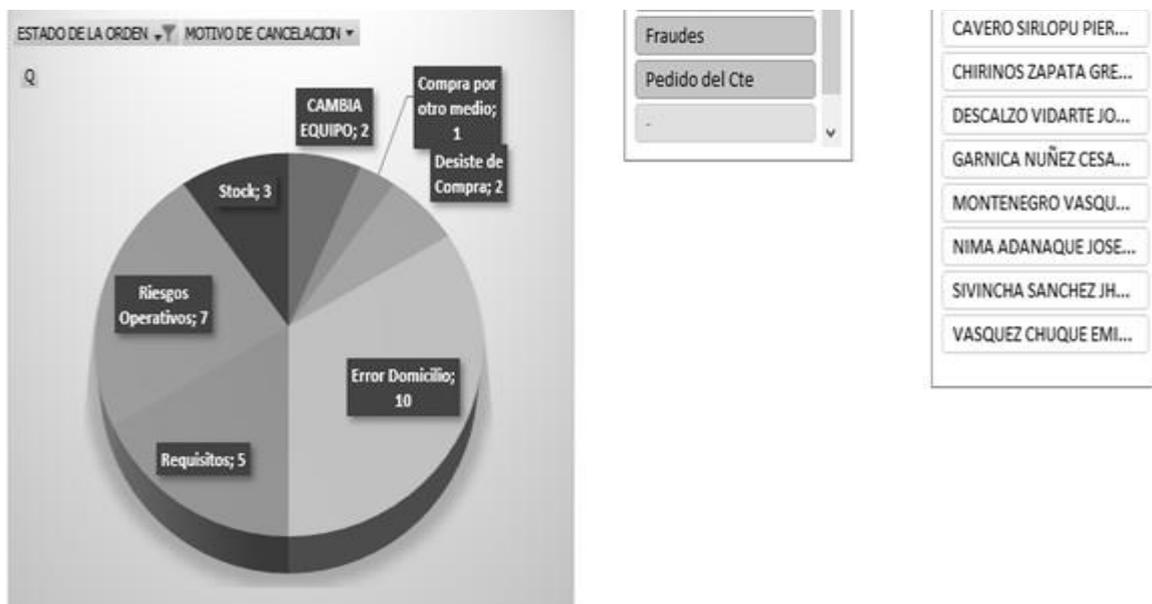
Gráfico 3. Antes y después - Errores de Representantes



Fuente: Elaboración propia

QUINTO PROCESO: Reporte del estado de las ventas

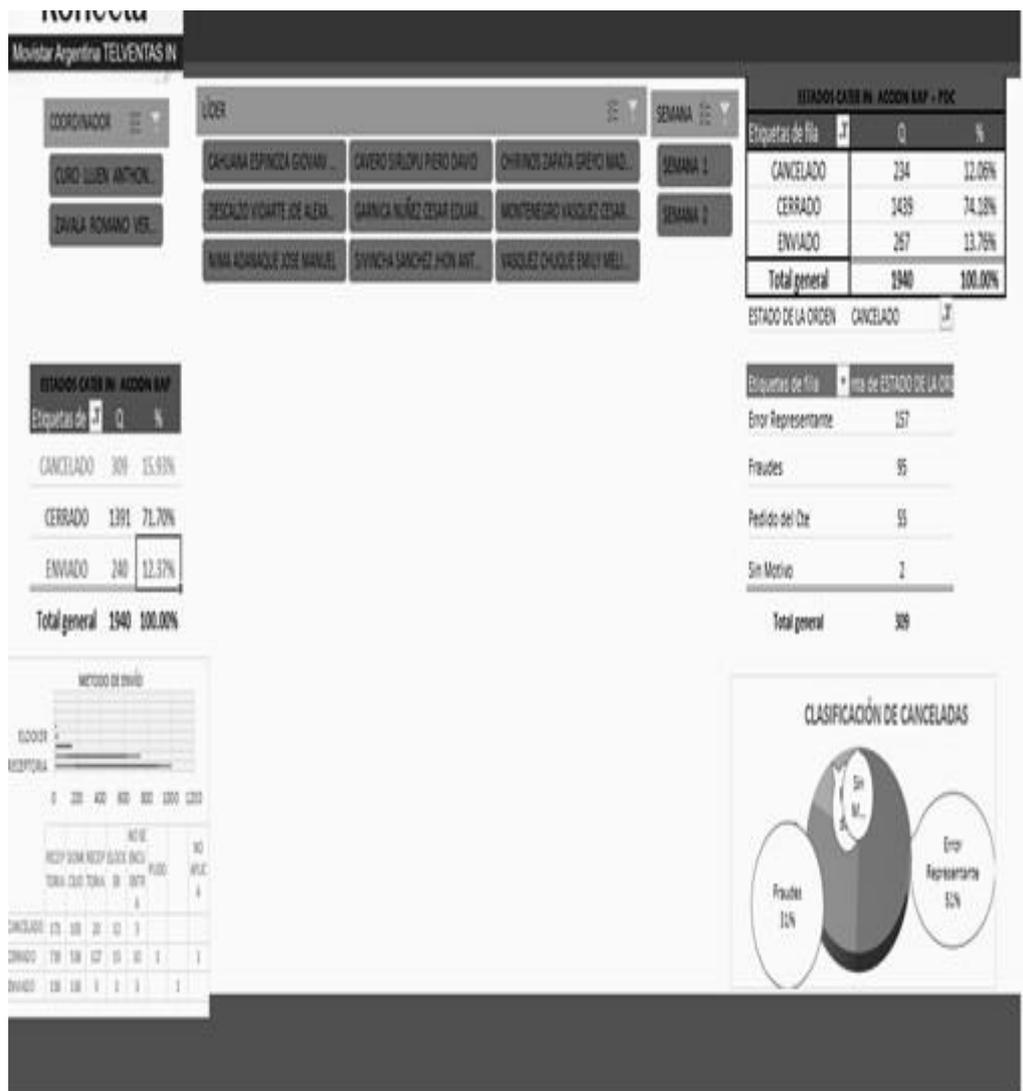
Figura 22. Reporte de motivo de cancelación - DESPUES



Fuente: Reporte de trazabilidad

En la figura 22, se muestra una nueva forma de presentación del reporte de trazabilidad, se visualiza de forma general y específica donde los supervisores solo filtran información según el análisis que desean saber. Ayudando a la toma de decisiones.

Figura 23. Reporte de trazabilidad - DESPUES



Fuente: Konecta

Variable Dependiente: Optimizar ventas

Dimensión (1): Efectividad Ventas

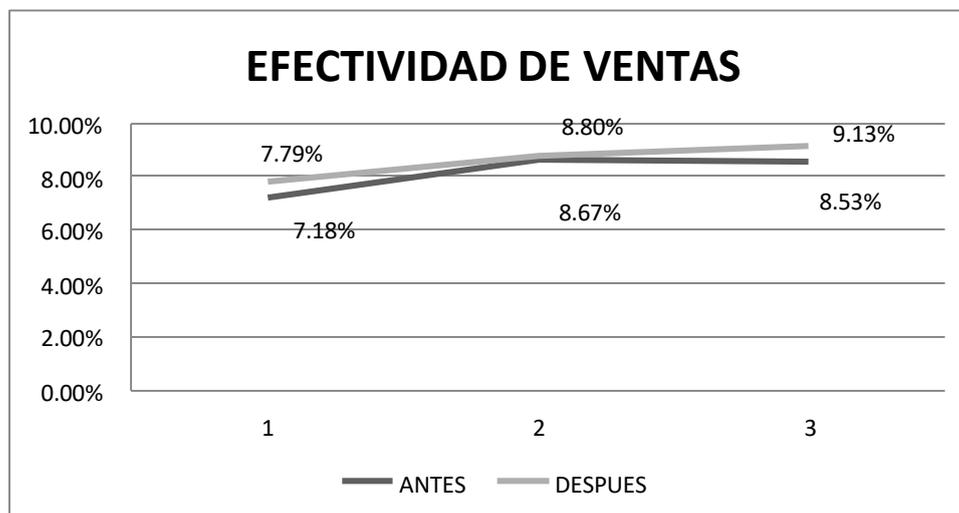
Tabla 30. Efectividad de ventas – DESPUES

| MES | LLAMADAS | VENTAS CERRADAS | EV |
|-----------|----------|-----------------|-------|
| JULIO* | 49078 | 3822 | 7.79% |
| AGOSTO | 88596 | 7903 | 8.92% |
| SETIEMBRE | 88419 | 8077 | 9.13% |

Fuente: Reporte de trazabilidad

Interpretación: En la tabla 30 se muestra las Efectividades de Ventas - DESPUES de la implementación donde en el mes de julio no se llega al objetivo del 9%, mientras que en el mes de agosto se llega a un 8.92% muy cerca del objetivo y finalmente en el mes de septiembre si se llegó con un 9.13% superando el objetivo deseado.

Gráfico 4. Efectividad de Ventas ANTES - DESPUÉS



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4 se observa el porcentaje del ANTES de las ventas ante el progreso en cuanto a la mejora del DESPUES de la implementación, donde el objetivo estimado es del 9%.

Dimensión (2): % Q de Ventas Cerradas

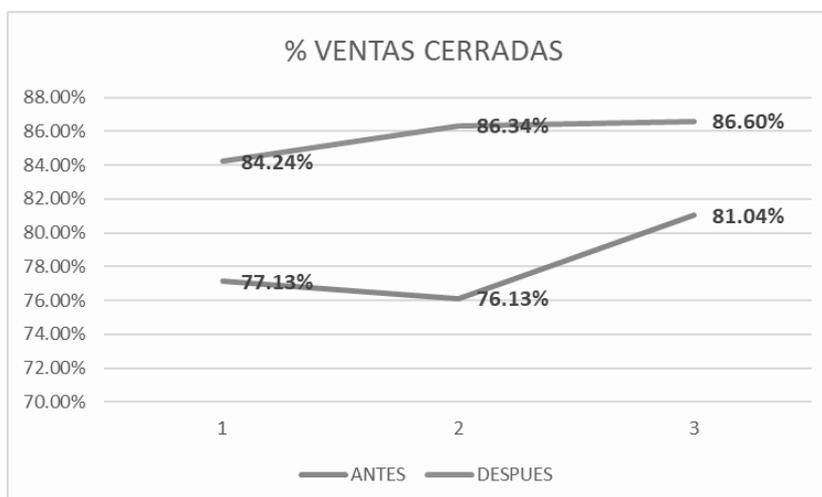
Tabla 31. Porcentaje de ventas cerradas después de la implementación

| CIERRE JULIO* | | Q | % |
|------------------|-----------|------|--------|
| EVOLUTIVO | CERRADO | 3822 | 84.24% |
| | CANCELADO | 715 | |
| | TOTAL | 4537 | |
| CIERRE AGOSTO | | Q | % |
| EVOLUTIVO | CERRADO | 7903 | 86.34% |
| | CANCELADO | 1250 | |
| | TOTAL | 9153 | |
| CIERRE SETIEMBRE | | Q | % |
| EVOLUTIVO | CERRADO | 8077 | 86.60% |
| | CANCELADO | 1250 | |
| | TOTAL | 9327 | |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 31 se muestra la mejora de % de Q de ventas, donde el objetivo es del 85% de ventas cerradas, se tiene en cuenta que antes de la mejora el porcentaje fue del 77.13%, donde en el mes de julio se supero esta cifra con un 84.24%, finalmente en los meses de agosto y setiembre se supera el objetivo estimado con un 86.34% y 86.60%.

Gráfico 5. Porcentaje de ventas cerradas ANTES - DESPUÉS



Fuente: Elaboración propia

En el grafico 5, se observa la mejora que tenemos entre los 75 días antes y los 75 días después de la implementación.

Variable Independiente: Mejoramiento de la Gestión de Procesos

Tabla 32. Evaluación del ciclo PHVA - Después

| DIMENSION | ANTES | DESPUES | PUNTAJE | ESTADO |
|--------------|------------|------------|-------------|--------------|
| | | | ESPERADO | ACTUAL |
| PLANEAR | 75% | 100% | 100% | BUENO |
| HACER | 25% | 100% | 100% | BUENO |
| VERIFICAR | 25% | 100% | 100% | BUENO |
| ACTUAR | 25% | 75% | 100% | REGULAR |
| TOTAL | 38% | 94% | 100% | BUENO |

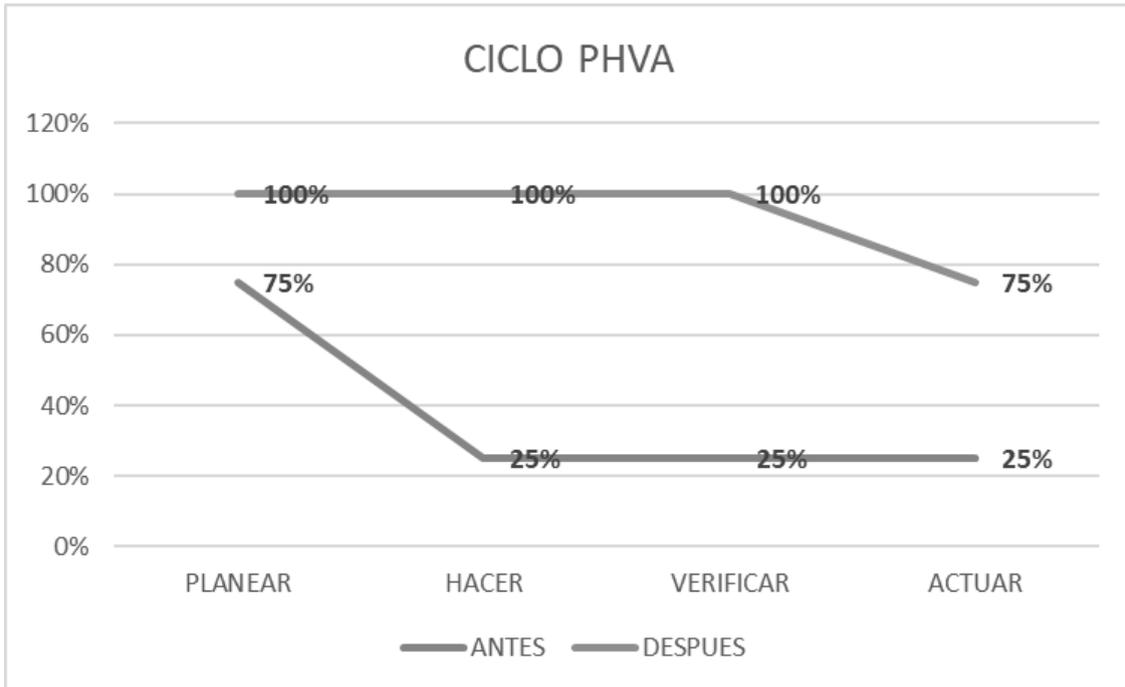
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 32 se muestra un 100% de puntaje en las dimensiones de Planear, Hacer y Verificar, y un 75% en Actuar.

Por lo tanto, antes de la implementación se observaba un 38%, y con la implementación de mejora progresó a un 94%, lo cual se registra el estado actual con la implementación del ciclo Deming como Bueno.

Gráfico 6. Evaluación del Ciclo PHVA - DESPUES

Fuente: Elaboración propia



En el grafico 6, se observa la mejora que se ha obtenido después de la implementación del Ciclo Deming, en cuanto a sus dimensiones PLANEAR, HACER Y VERIFICAR, registraron el 100% del objetivo deseado y finalmente su dimensión ACTUAR, superó el 25% que registraba alcanzando un 75%.

4.1 Resultados Descriptivos

4.1.1 Variable Independiente: MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE PROCESOS

Tabla 33. Resultados de la adaptación del PHVA

| Dimensión | Indicadores | Valor del indicador |
|------------------|------------------------------------|---------------------|
| Planear | Cumplimiento del plan de mejora | 100% |
| Hacer | Cumplimiento de objetivos | 100% |
| Verificar | Cumplimiento de inspecciones | 100% |
| Actuar | Cumplimiento de la mejora continua | 75% |
| | PROMEDIO | 94% |

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados que se muestran en la tabla 33, del cálculo de los datos recabados de acuerdo con los indicadores son de un 94%, siendo el resultado muy satisfactorio que se logró para la variable independiente.

4.1.2. Variable Dependiente: OPTIMIZAR LAS VENTAS

Se estableció diez datos, uno por cada semana, antes y después de la aplicación de mejora. Se realizó el trabajo de obtener la información correspondiente para cada dimensión de la variable dependiente.

4.1.2.1. Efectividad de Ventas

Tabla 34. Resumen de datos descriptivos - efectividad ventas

| | Resumen de procesamiento de casos | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|------------|----------------|------------|-------|------------|
| | Válido | | Casos Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| Efectividad antes | 10 | 100.0% | 0 | 0.0% | 10 | 100.0% |
| Efectividad despues | 10 | 100.0% | 0 | 0.0% | 10 | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Resumen de datos descriptivos detallado - efectividad ventas

| | | Estadístico | Error estándar | |
|---------------------|---|-----------------|----------------|--|
| Efectividad antes | Media | .0660 | .00221 | |
| | 95% de intervalo de confianza para la media | Límite inferior | .0610 | |
| | | Límite superior | .0710 | |
| | Media recortada al 5% | .0667 | | |
| | Mediana | .0700 | | |
| | Varianza | .000 | | |
| | Desv. estándar | .00699 | | |
| | Mínimo | .05 | | |
| | Máximo | .07 | | |
| | Rango | .02 | | |
| | Rango intercuartil | .01 | | |
| | Asimetría | -1.658 | .687 | |
| | Curtosis | 2.045 | 1.334 | |
| Efectividad despues | Media | .0890 | .00180 | |
| | 95% de intervalo de confianza para la media | Límite inferior | .0849 | |
| | | Límite superior | .0931 | |
| | Media recortada al 5% | .0889 | | |
| | Mediana | .0900 | | |
| | Varianza | .000 | | |
| | Desv. estándar | .00568 | | |
| | Mínimo | .08 | | |
| | Máximo | .10 | | |
| | Rango | .02 | | |
| | Rango intercuartil | .00 | | |
| | Asimetría | -.091 | .687 | |
| | Curtosis | 1.498 | 1.334 | |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 35, se registra el resumen de datos descriptivos donde se observa que la Media arroja un 0.660 antes de la implementación y después de la implementación progresa con una Media de 0.890.

4.1.2.2 % Ventas cerradas

Tabla 36. Resumen de datos descriptivos - ventas cerradas

| | Resumen de procesamiento de casos | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------------|------------|----------------|------------|-------|------------|
| | Válido | | Casos Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| Ventas Cerradas antes | 10 | 100.0% | 0 | 0.0% | 10 | 100.0% |
| Ventas Cerradas Despues | 10 | 100.0% | 0 | 0.0% | 10 | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Resumen de datos descriptivos detallado - ventas cerradas

| | | Estadístico | Error estándar | |
|---|---|-----------------|----------------|--------|
| Ventas Cerradas antes | Media | .7831 | .01022 | |
| | 95% de intervalo de confianza para la media | Límite inferior | .7600 | |
| | | Límite superior | .8062 | |
| | Media recortada al 5% | .7830 | | |
| | Mediana | .7748 | | |
| | Varianza | .001 | | |
| | Desv. estándar | .03232 | | |
| | Mínimo | .73 | | |
| | Máximo | .84 | | |
| | Rango | .10 | | |
| | Rango intercuartil | .05 | | |
| | Asimetría | .427 | .687 | |
| | Curtosis | -.374 | 1.334 | |
| | Ventas Cerradas Despues | Media | .8604 | .00542 |
| 95% de intervalo de confianza para la media | | Límite inferior | .8482 | |
| | | Límite superior | .8727 | |
| Media recortada al 5% | | .8603 | | |
| Mediana | | .8647 | | |
| Varianza | | .000 | | |
| Desv. estándar | | .01714 | | |
| Mínimo | | .84 | | |
| Máximo | | .89 | | |
| Rango | | .05 | | |
| Rango intercuartil | | .03 | | |
| Asimetría | | -.017 | .687 | |
| Curtosis | | -1.282 | 1.334 | |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 37 queda demostrado la mejora, tenemos un antes con una media de 0.7831 y un después de la implementación con una media de 0.8604.

4.2 Análisis de la hipótesis general

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

Para poder verificar la hipótesis general, se determina si los datos que corresponden a las series de la optimización antes y después tienen un comportamiento no paramétrico, ambos datos son de cantidad 10, se realizó al análisis de normalidad mediante Shapiro Wilk.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos tienen comportamiento no paramétrico.

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos tienen comportamiento paramétrico.

Tabla 38. Prueba normalidad de productividad con Shapiro Wilk

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|----------------------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Optimizacion antes | .202 | 10 | .200* | .913 | 10 | .300 |
| Optimizacion despues | .307 | 10 | .008 | .771 | 10 | .006 |

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

Se puede verificar en la tabla 38, las optimizaciones antes de la mejora son 0.300 y después de la mejora 0.006, dado que antes es mayor a 0.05 y el después es menor 0.05, por lo tanto y de acuerdo con la regla de decisión, el uso de un estadígrafo no paramétrico, para este caso se utilizará la prueba de Wilcoxon.

4.2.1 Contrastación de hipótesis general

Ho: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación no influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

Regla de decisión:

Ho: $\mu_{Oa} \geq \mu_{Od}$

Ha: $\mu_{Oa} < \mu_{Od}$

Tabla 39. Comparación de optimización de la media antes y después con Wilcoxon

| | Estadísticos descriptivos | | | | |
|----------------------|---------------------------|---------|----------------|--------|--------|
| | N | Media | Desv. estándar | Mínimo | Máximo |
| Optimizacion antes | 10 | 1863.10 | 69.156 | 1748 | 1984 |
| Optimizacion despues | 10 | 2301.70 | 41.457 | 2260 | 2407 |

Fuente: Elaboración propia NPSS

En la tabla 39, queda demostrado que la media de la optimización de las ventas antes (1863.10) es menor que la media de la optimización de las ventas después (2301.70), por lo tanto no se cumple $H_0: \mu_{Oa} > \mu_{Od}$, en tal se rechaza la hipótesis nula El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación no influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta, y se acepta la hipótesis de investigación o alterna, por la cual queda demostrado que el mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

También se realizó el análisis de pvalor de los resultados de la aplicación de la prueba de Wilcoxon a ambas optimizaciones.

Regla de decisión:

Si $pvalor \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $pvalor > 0.05$, se acepta la hipótesis nula

Tabla 40. Estadísticos de prueba de Wilcoxon para optimización

| Estadísticos de prueba^a | |
|---|--|
| | Optimizacion despues - Optimizacion antes |
| Z | -2.803 ^b |
| Sig. asin. (bilateral) | .005 |

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia NPSS

En tabla 40, se analiza mediante la prueba de Wilcoxon, aplicada a la Optimización antes y después es de 0.005, por lo tanto y de acuerdo con la regla se rechaza la hipótesis nula y se acepta que el mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la optimización de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

4.2.2 Análisis de la primera hipótesis específica

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la efectividad de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta. Para poder verificar la hipótesis general, se determina los datos que corresponden a las series de efectividades antes y después tienen un comportamiento no paramétrico, los datos

son en cantidad 10, se realiza al análisis de normalidad mediante el Shapiro Wilk.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos de la serie tienen un comportamiento no paramétrico.

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos de la serie tienen un comportamiento paramétrico.

Tabla 41. Prueba de normalidad de Efectividad con Shapiro Wilk

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|-------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Efectividad antes | .416 | 10 | <.001 | .650 | 10 | <.001 |
| Efectividad despues | .370 | 10 | <.001 | .752 | 10 | .004 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia NPSS

En la tabla 41, se puede verificar que las efectividades antes de la mejora son 0.001 y después de la mejora 0.004, dado que la efectividad antes es menor que 0.05 y la efectividad después es menor que 0.05, por la hipótesis el uso de un estadígrafo no paramétrico, donde se utilizará la prueba de Wilcoxon.

4.2.3 Verificación de la primera hipótesis específica

Ho: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación no influye en la efectividad de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la efectividad de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

Se procede al análisis mediante el pvalor de los resultados de la aplicación de la prueba de Wilcoxon a ambas efectividades.

Regla:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$ se rechaza la hipótesis nula.

Si $p\text{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula.

Tabla 42. Estadísticos de prueba de Wilcoxon para efectividades

| | Efectividad despues - Efectividad antes |
|------------------------|--|
| Z | -2.913 ^b |
| Sig. asin. (bilateral) | .004 |

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia NPSS

En la tabla 42, se puede verificar que la significancia de la prueba de Wilcoxon, aplicada a las efectividades antes y después es de 0.004, por consiguiente y de acuerdo con la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta que el mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en la efectividad de las ventas de TLVIN en la empresa Konecta.

4.2.4 Análisis de la segunda hipótesis específica

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en el % de Ventas Cerradas de TLVIN en la empresa Konecta. Primero se determina si corresponde las series de % de Ventas Cerradas antes y después tienen un comportamiento no paramétrico o paramétrico, se procederá al análisis de normalidad mediante Shapiro Wilk.

Tabla 43. Prueba de normalidad del % ventas cerradas con Shapiro Wilk

| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
|------------------------------|-------------|----|------|-------------|----|------|
| % Ventas Cerradas antes | .241 | 10 | .105 | .899 | 10 | .211 |
| % de Ventas Cerradas despues | .246 | 10 | .088 | .827 | 10 | .031 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia NPSS

En la tabla 43 se puede verificar el % de ventas cerradas antes de 0.211 y después 0.031, dado que el % de ventas cerradas antes es mayor que 0.05 y el % de ventas cerradas después es menor que 0.05, por lo tanto, la hipótesis se realiza el uso de

un estadígrafo no paramétrico, donde se utilizará la prueba de Wilcoxon.

4.2.5 Verificación de la segunda hipótesis específica

Ho: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación NO influye en el % de Ventas Cerradas de TLVIN en la empresa Konecta.

Ha: El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en el % de Ventas Cerradas de TLVIN en la empresa Konecta.

Se procede al análisis mediante el pvalor de los resultados de la aplicación de la prueba de Wilcoxon a ambos % de ventas cerradas.

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$ se rechaza la hipótesis nula.

Si $p\text{valor} > 0.05$ se acepta la hipótesis nula.

Tabla 44. Estadísticos de prueba de Wilcoxon para %ventas cerradas

| Estadísticos de prueba^a | |
|---|--|
| | % de Ventas Cerradas despues - % Ventas Cerradas antes |
| Z | -2.812 ^b |
| Sig. asin. (bilateral) | .005 |

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia NPSS

En la tabla 44, se verifica en la prueba de Wilcoxon, aplicada al % de ventas cerradas el antes y después es de 0.005, por lo tanto y de acuerdo con la regla se rechaza la hipótesis nula y se acepta que El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en el % de Ventas Cerradas de TLVIN en la empresa Konecta.

V. DISCUSIÓN

En el desarrollo de ésta investigación se utilizó el Ciclo Deming, para mejorar la gestión del proceso de negociación, del cual se efectuó la mejora en un 56% en la gestión del proceso de negociación para optimizar las ventas TLVIN de la empresa Konecta de la Ciudad de Chiclayo, 2022. Cabe resaltar que se realizó una comparación de evaluación del Ciclo PHVA, donde su situación real antes fue del 38% y con la implementación de la mejora progresó en un 94% en cuanto al mejoramiento de la gestión de procesos.

En cuanto al desarrollo de la discusión, se toma en cuenta los resultados obtenidos de los objetivos para compararlos.

En cuanto al primer objetivo, se evaluó la situación actual de cómo se encontró la empresa Konecta en el Área de operaciones en cuanto al proceso de negociación, mediante la entrevista y la información del reporte de trazabilidad, reporte de llamadas.

En tal sentido el ciclo PHVA bajo la definición de CUATRECASA [et...al] (2017) se orienta en base a una guía que conlleva a la mejora continua de manera ordenada y estructurada de los problemas teniendo la resolución adecuada para ellos. Las siglas de PHVA son el significado a planificar, hacer, verificar y actuar, donde cada una tiene actividades que generan el progreso de la calidad.

Otro estudio similar corresponde a:

CHINO (2017) “Efecto de la calidad de servicio sobre la fidelización de clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el cercado de Lima” determinó como objetivo principal el efecto de la calidad de servicio sobre la fidelización de clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el Cercado de Lima, se concluyó que la calidad del servicio brindado sí ha tenido un resultado efectivo en cuanto a la satisfacción y fidelización de los clientes en mypes del rubro de artesanía textil en el Cercado de Lima. Esta investigación se asoció a la nuestra ya que se determinó que con la venta de calidad de un producto o servicio se tendrá clientes satisfechos con posibles ventas futuras.

Y la teoría menciona que la Gestión en la producción tiene como objetivo conocer la evolución de la administración de producción en un mundo globalizado, así como

conocer las metodologías diferentes aplicadas por las empresas industriales en la elaboración de un producto y conocer las estrategias para aplicarlas correctamente a los procesos productivos. (VILCARROMERO, 2017)

En cuanto a los resultados del **objetivo específico 2 diseñar la propuesta de mejora de procesos**, consiste en elaborar propuestas sobre procesos nuevos o mejorados que influye en la optimización de las ventas de TLVIN de la empresa KONECTA, Chiclayo, donde se realizó una contrastación del progreso de las ventas para una mejora competitiva que debe cumplir la meta de influir en la optimización de las ventas.

Asimismo CAROLINA (2019), ha tenido como finalidad principal diseñar un control interno para mejorar la gestión en el área de ventas de la empresa Negociaciones FRANORTE S.A.C, donde concluyó que no cuenta con los reglamentos o procedimientos del desarrollo de ventas, las deficiencias encontradas en estas tareas desarrolladas abarcan desde la atención del consumidor hasta la salida del producto, esta investigación ha guardado relación en cuanto a la gestión de ventas, se desarrolló un proceso adecuado y conocido por el equipo de ventas, del cual se concretó y fidelizó a los clientes, facilitó a que ninguna venta se cancele o se pierda.

Los resultados del **objetivo específico 3 nos muestran** que, al implementar el Ciclo Deming, las mejoras han sido progresivas en cuanto a las ventas ($H_a: \mu_{Oa} < \mu_{Od}$) donde se realizó la diferenciación de un antes y un después, registrando un antes de: 1863.10 ventas, con una gran diferencia de progreso de un después con un: 2301.70 ventas concretadas donde se acepta la hipótesis alterna en que Si influye en la optimización de las ventas.

PACHECO (2017), en su investigación “Fidelización de Clientes para Incrementar las Ventas en la Empresa DISDURÁN S.A. en el Cantón Durán”, implementó la idea de fidelizar a los consumidores a fin de incrementar la demanda en la empresa DISDURAN S.A. Concluyendo que los clientes determinaron que, si una empresa implementó mejoras de calidad en sus procesos, es porque brindó un producto o servicio de calidad, ante ello la competencia hizo lo mismo, donde los más beneficiados fueron los clientes.

VI. CONCLUSIONES

- De acuerdo a la evaluación mediante la entrevista realizada en el área de proceso de negociación de la empresa Konecta Chiclayo, se encontró en un 38% de estado deficiente, por lo cual le faltó un 62% para poder lograr el 100% esperado.
- La dimensión de Planificar, en el Área de operaciones de la empresa Konecta, Chiclayo, se obtuvo una evaluación del 75%, por lo cual después de la implementación de la mejora se logró un 100% del puntaje esperado.
- La dimensión de Hacer, en el Área de operaciones de la empresa Konecta, Chiclayo, se obtuvo una evaluación del 25%, por lo cual después de la implementación de la mejora se logró un 100% del puntaje esperado.
- La dimensión de Verificar, en el Área de operaciones de la empresa Konecta, Chiclayo, se obtuvo una evaluación del 25%, por lo cual después de la implementación de la mejora se logró un 100% del puntaje esperado.
- La dimensión de Actuar, en el Área de operaciones de la empresa Konecta, Chiclayo, se encuentra en un 75% de desempeño, por lo cual después de la implementación de la mejora le falta un 25% para poder lograr el 100% del puntaje esperado.

VII. RECOMENDACIONES

- Para el ciclo de Deming se recomienda utilizar este método de la mano de otras herramientas que nos permitirán llegar a una propuesta más factible y sobre todo más completa que seguramente beneficiará a la organización y su futuro cambio climático.
- Para la dimensión de planeación, se recomienda que además de la estrategia y plan de acción a considerar y crear, además de los controles, se debe contar con un plan de procesos y documentación, este será un paso fundamental, pues los cumplimientos de tales dimensiones crearán una mejor comprensión de los requisitos de la empresa.
- Se recomienda para la Dimensión Hacer, implementar nuevos procesos, métodos, controles y estrategias desarrollados y analizados por expertos en planificación. Se recomienda capacitar a todos los miembros de la organización, incluido el personal administrativo y operativo. Además, debe haber registros y documentación del proceso y los resultados.
- Para la Dimensión Verificar se recomienda que sea el líder en su proceso de revisión. Además de la medición continua de los resultados obtenidos (métricas de conformidad), se pueden utilizar histogramas, gráficos de Pareto, gráficos de control y tablas de validación.
- Para la dimensión Actuar se aconseja tomar decisiones acertadas sobre acciones correctivas, preventivas y de mejora para lograr porcentajes de mejora en cada periodo.

VIII. REFERENCIAS

1. CASTRO, SOSA y MARTINEZ, Piedrahita, Propuesta de modelo de gestión de innovación para una empresa de ventas al consumidor. 2018. Revista Lasallista de Investigación, disponible en: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85055907591&doi=10.22507/rli.v15n1a8&partnerID=40&md5=39a99094db4cb2160a27906853846296> DOI: 10.22507/rli.v15n1a8.
2. AMERICA ECONOMIA, 'Entel pone a la venta su red de fibra óptica en Chile y recibe ofertas por sus data centers'. Perú. 2022. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/A699737372/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=ba9470f1>
3. ESTÉVEZ C. [et al]. Implementación de herramientas para la optimización de la información que aporten a la mejora del proceso de venta en el área de grupos de la empresa Avianca SA. 2018. Disponible en: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Implementaci%C3%B3n+de+herramientas+para+la+optimizaci%C3%B3n+de+la+informaci%C3%B3n+que+aporten+a+la+mejora+del+proceso+de+venta+en+el+%C3%A1rea+de+grupos+de+la+empresa+Avianca+SA.+2018&btnG=
4. GIUDICE V. y AVENDAÑO A. La Innovación Empresarial en el Contexto de la Pandemia 2020 – 2021. Neumann Business Review, 7(2), 36-68. 2021. Disponible en: <https://doi.org/10.22451/3006.nbr2021.vol7.2.10063>
5. SOTO Durán, VARGAS Agudelo, VALDERRAMA, A. “Monitoring Value Indicators by Applying Data Mining, Business Process Management, and Continuous Improvement with Risk Management”, Revista Ingenierías. Colombia: Universidad de Medellín. 2019. Disponible en: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/ingenierias/article/view/3022>
6. HOLDEN, M, SALINAS, L y Zhang, J. „Influential Article Review - Objective or Interrelated Strategies: Inbound Marketing vs. Outbound Marketing”, Journal of Marketing Development & Competitiveness. 2021. Disponible en: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=154164692&lang=es&site=eds-live>.
7. MOLINA, Sotolongo. „Solución al insuficiente nivel de redundancia en la plataforma de los centros de llamadas”, Tono: Revista Técnica de la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba. 2010. Disponible en

- <<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=93686132&lang=es&site=eds-live>>.
8. DUQUE Ceballos, ZAPATA, Domínguez, y MURILLO Vargas. „Modelo de gestión humana para empresas de business procesos outsourcing”, Pensamiento & Gestión. 2020. Disponible en: <<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=146985413&lang=es&site=eds-live>>.
 9. DOMINGUEZ, Ana. “Representación colectiva y negociación de derechos de trabajadores en plataformas. 2019. Rev. latinoam. derecho soc [online]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187046702019000200063&lng=es&nrm=iso>
 10. ILLACRES, Miguel. “Desarrollo de la metodología kaizen para la optimización del proceso de ventas en la empresa distribuciones vizu. Tesis (administración de empresas). Ecuador. Universidad Pontificia Católica de Ecuador. 2018. Disponible en: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2484/1/76762.pdf>
 11. BOLAÑOS, Carlos. “Propuesta de mejora en la presentación del servicio mediante la aplicación de gestión por procesos en la empresa AXL SYSTEM”. Ecuador. Universidad de las Américas. 2018. Disponible en <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/9230/1/UDLA-EC-TIPI-2018-23.pdf>.
 12. ISOTOOLS, Excellence. “Qué es la Gestión por Procesos y qué ventajas presenta su automatización”. Colombia. 2020. Disponible en: <https://www.isotools.com.co/que-es-la-gestion-por-procesos-y-que-ventajas-presenta-su-automatizacion/>
 13. ORELLANA, Pablo. “Gestión de procesos” España. 2019. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-procesos.html>
 14. OSVALDO, Renato. “Mejoramiento de procesos: ¿Qué métodos y herramientas usar? Área gestión de operaciones”. 2021.
 15. TEAMLEADER. Optimización de ventas, expande tu negocio. Disponible en https://go.teamleader.eu/hubfs/Content%20Kit%20Campaigns/CK3%20-%20Sales%20optimisation/Ebook/Ebook_Sales%20optimisation_ES.pdf?t=1531999526724&utm_campaign=ESES+Newsletter+18&utm_source=hs_e

mail&utm_medium=email&utm_content=64567944&_hsenc=p2ANqtz_udOj
kst06p_GBb5BPar7BYu1wEn5sSLY4a4NQ0B9m9h4OAjdJVI4MeS23HIJTD
2C8_q1RaEyVXLieX7qgTKGVMIQmJE_NdNFRoSpMsFXfl6oToWE&_hsmi
=64567944

16. PIPEDRIVE, "Marketing objetivos de ventas". 2022. Disponible en:
<https://www.pipedrive.com/es/blog/objetivos-de-ventas>
17. PIEDRA Nancy. "El trabajo en los call centers: La corporeidad de la experiencia laboral". Rev.Rup. 2020. pp.103-137. Disponible en:
<http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221524662020000100103&lng=en&nrm=iso>. ISSN 2215-2989. <http://dx.doi.org/10.22458/rr.v10i1.2752>.
18. PACHECO, Martha. "Fidelización de clientes para incrementar las ventas en la empresa DISDURÁN S.A. en el cantón Durán". Guayaquil. ULVR. Facultad de Ciencias Administrativas Carrera de Mercadotecnia. 82 p.2017.
19. VILLANUEVA, Rosa y VIVAS Paola. "Propuesta de mejora en la gestión de inventarios y proceso de ventas para reducir costos en una empresa comercializadora de autopartes automotrices, Trujillo. Perú. 2021. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29391/Villanueva%20Marquina%2c%20Rosa%20TatianaVivas%20Climaco%2c%20Paola%20Mireya%20%28parcial%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
20. CANO, Jaime. "Propuesta de mejora de la productividad en el servicio de atención al cliente de un call center". Lima -Perú. 2017. Disponible en:
<https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1458/TITULO%20%20Cano%20Taza%2c%20%20Jaime%20Ruben.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
21. VASQUEZ, Jhudit. "Propuesta de mejora del proceso de atención de reclamos en la empresa municipal de servicios eléctricos Utcubamba S.A.C. para mejorar el servicio al cliente". Utcubamaba-Amazonas. 2018 Disponible en:
URI: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1412>
22. CHAPOÑAN, Carolina. "Diseño de control interno para mejorar la gestión del Área de Ventas de la empresa Negociaciones Franorte S.A.C. periodo 2015-2016". Perú. 2019. Disponible en:
URI: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2182>
23. ALMAGUER, R. TORRES, I. HERNÁNDEZ, A. RUIZ, D. Process

- management, its emergence and theoretical aspects. Cuba. 2014, XX(1), 1-11. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181529931002.pdf>
24. COLLANTES, Rosa. Plan estratégico para incrementar la efectividad de las ventas de la empresa Nasotravealmil, Perú. 2018. Disponible en: URI: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26378/collantes_sr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
25. QUIROA, Myriam. Teoría de la producción. Economipedia.com. 2021
26. ATELIER WEIDMAN Guia didáctica para la negociación colectiva. 2019. Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_117800.pdf
27. GONZALES y GOMEZ. “Implementación del plan de mejora continua en el área de producción aplicando la metodología PHVA en la empresa agroindustrias kaizen. Lima, Universidad San Martín de Porres. 2014.
28. CEBALLOS, José, “Modelo de gestión humana para empresas de business process outsourcing. 2020. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762020000200215&lang=pt.
29. BANAL, José, “Los procesos de gestión de documentos en la Ley General de Archivos de México: análisis de contenido desde una perspectiva cuantitativa, 2020. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2020000400179&lang=pt
30. FRANA, Nuno. “Processos de liderança no Projeto de Autonomia e Flexibilidade Curricular, 2021. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/ensaio/a/6TnMNSxCjZT6f3f8Ky9XxVp/?lang=pt>
31. FUENTES, Ramón y RIQUELME, Claudia. “Impact to the accreditation processes of the dental specialty programmes of the La Frontera University. Int. J. Odontostomat. Chile. 15(2):342-347. 2021. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-381X2021000200342&lang=es
32. MARULANDA, Natalia. “Mapping Trends in Strategic Management for Sustainable Production. 2022. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-

- 04552021000200063&lang=pt.
33. DEL CAMPO DELGADO, Frabicio, "Management model with processes to identify seismic vulnerability in housing". 2021. Disponible en <https://www.scielo.br/j/bbr/a/CBVzcZW9ZLK4SzSnLvzsKWd/?lang=en>.
 34. MÜNCH, Lourdes. "Calidad y Mejora Continua: Principios para la competitividad y la productividad." México, 2014.
 35. OROZCO, Sara. "Propuesta de mejora en los procesos del área de Call Center técnico de una empresa de telecomunicaciones. Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas". 2015.
 36. ESPINOZA, José, "El proceso de gestión de compra de artículos Ópticos y Optométricos. 2020. Disponible en <http://revtecnologia.sld.cu/index.php/tec/article/view/3089>.
 37. POMACAJA, Carlos. "Lean Manufacturing para la mejora de la productividad en el área de producción de la empresa Multiservice Robin EIRL, 2014". Lima. Universidad Cesar Vallejo".2015.
 38. BARRIOS, María. "Círculo de Deming en el departamento de producción de las empresas fabricantes de chocolate artesanal de la ciudad de Quetzaltenango. Quetzaltenango, Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.2015.
 39. LÓPEZ, Jorge. "Plan de mejoramiento del mantenimiento preventivo de los equipos electromecánicos de la refinería Shushufindi. Quito. Escuela Politécnica Nacional". 2015.
 40. DEYANIRA, Bernal. "Análisis del crecimiento de las ventas mediante un modelo logarítmico con ratios. 2018. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2018000200093&lang=pt.
 41. CONDE, Jussani. "Marketing internationalization: influence factors on product customization decision. 2018. Disponible en <https://www.scielo.br/j/rmj/a/JFkH3xgkV44SWFRGJDGRztc/?lang=en>.
 42. MEJÍA, Susán. "Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar la productividad del área de atención de muestras del Laboratorio de Dulces en la Empresa CRAMER PERU SAC, Lima. Perú. Universidad Privada César Vallejo. 2016.

ANEXOS

ANEXO 01. MATRÍZ DE CONSISTENCIA

| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | TIPO Y DISEÑO | POBLACIÓN Y MUESTRA | |
|--|---|--|---|--|--|--|----------------------|
| ¿Al mejorar la gestión de procesos se optimizó las ventas de TLVIN en la empresa Konecta, Chiclayo 2022? | Objetivo General: Mejorar la Gestión del proceso de negociación para optimizar las ventas TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo | "El mejoramiento de la gestión de procesos de negociación influye en optimizar las ventas de TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo 2022" | Dependiente: OPTIMIZAR VENTAS | TÉCNICA: Entrevista aplicada al Coordinador del área de operaciones de TLVIN. | Tipo de investigación: | <ul style="list-style-type: none"> Criterios de inclusión: la población para la investigación se ha centrado en: | |
| | Objetivos específicos: | | Dimensiones: | Análisis documentario, técnica cuantitativa que sirve para revisar información de los reportes de la empresa. | Según su finalidad: Aplicada | 1. Base de datos. | |
| | - Evaluar el proceso de negociación. | | Efectividad de ventas | | | Según su alcance: Longitudinal | 2. Reportes diarios. |
| | | | Ventas cerradas | | | | 3. Llamadas. |
| | - Identificar deficiencia del proceso de negociación. | | Independiente: MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIACIÓN | INSTRUMENTO: | Según su profundidad: Explicativo | 4. Reporte de trazabilidad de las ventas de la cuenta Tlvin de la empresa Konecta. | |
| | - Diseñar la propuesta de mejora de procesos. | | Dimensiones: | Guía de entrevista: recopila información correcta y necesaria para la investigación | | En la presente investigación la muestra se ha centrado en: | |
| | - Implementar las mejoras. | | Planear | | | Según su profundidad: Explicativo | 1. Base de datos. |
| | | | Hacer | | | | 2. Reportes diarios. |
| | | | Verificar | Guía de revisión documental cualitativa para explorar el reporte de trazabilidad de las ventas de cuentas TLVIN. | Según su diseño: CUASI Experimental | 3. Reporte de Llamadas. | |
| | | | Actuar | | | Reporte de trazabilidad de los 75 días antes y 75 días después de la | |

ANEXO 02. TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

| Operacionalización de las variables dependiente e independiente | | | | | |
|--|--|--|---------------------|--|--------|
| Variables | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicador | Escala |
| Variable Dependiente "Optimizar las Ventas" | Consiste en aplicar estrategias para incrementar las ventas, mediante el seguimiento adecuado en todo el proceso que se requiere (Teamleader, 2018) | Incremento efectivo de las ventas mediante diversas estrategias, reduciendo los motivos de cancelación. | Efectividad Ventas | EV: $Q \text{ Ventas} / \text{Total llamadas recibidas} \times 100$ | Razón |
| | | | % Q Ventas Cerradas | % VC: $\text{Ventas Cerradas} / Q \text{ ventas total} \times 100$ | Razón |
| Variable independiente "Mejoramiento de la Gestión de Procesos de Negociación" | El mejoramiento de procesos es una tarea clave para cumplir efectivamente con los propósitos de toda organización. Se necesitan estrategias adecuadas para llevarlo a cabo (Osvaldo, 2021) | Analizar y mejorar los procesos son tareas clave para el cumplimiento de los propósitos de toda organización, una estrategia para lograr un mejoramiento efectivo de los procesos es el ciclo Deming (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar). | Planificar | Nivel de Cumplimiento $Pa/Pex100$ Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | Razón |
| | | | Hacer | Realización de las actividades $Pa/ Pe \times 100$ Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | |
| | | | Verificar | Comprobar los resultados $Pa/ Pe \times 100$ Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | |
| | | | Actuar | Aplicar las acciones $Pa/ Pex100$ Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | |

ANEXO 03. Carta de autorización para la aplicación del proyecto de mejora.

Konecta

CARTA DE AUTORIZACIÓN

El área de operaciones de la cuenta Movistar Argentina de la empresa STRATTON S.A.C autoriza a:

Nima Adanaque José Manuel

Vasquez Esquives, Marilyn Elizabeth

Realizar su investigación en el área de Televentas (TLVIN - Movistar Argentina. facilitándole la información y datos adecuados, estos únicamente serán utilizados para los fines de la investigación, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Se expide la presente autorización del interesado(a) y para fines de considere pertinentes.

Atentamente



Osmar Alberto Mori Soldado

DNI:

Coordinador de Operaciones

Movistar Argentina - Migraciones

Chiclayo, 20 de abril del 2022

STRATTON PERU S.A.C
JR CARABAYA N° 933
LIMA -PERU

ANEXO 04. Validez por Juicio de Expertos.

Juicio de expertos

Se tomó en cuenta un juicio de expertos, los cuales han puesto valor a nuestros instrumentos para su validez y confiabilidad, se sustentó la revisión y aprobación por profesionales con experiencia en conocimientos de las variables que se investigó.

A continuación, los profesionales que determinaron gracias a su experiencia la validez de los instrumentos que se ha utilizado, donde se nos ha brindado la conformidad o las observaciones correspondientes.

| Técnica | Instrumento | Validador | Valoración |
|---|---|------------------------------------|------------|
| Entrevista – Análisis documentario | Cuestionario - Guía de Revisión Documentaria | Mg. Correa Atoche Cesar Augusto | Aplicable |
| | | Mg. Acuña Romero Yesenia Marilú | Aplicable |
| | | Mg. Chunga Huatay Edwin Jose | Aplicable |

ANEXO 05. Certificado de validez de contenido de los expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

| N.º | VARIABLE / DIMENSION | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|-----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 1 | Dimensión 1: Efectividad Ventas | | | | | | | |
| | EV: Q Ventas / Total llamadas recibidas x 100 | X | | X | | X | | |
| 2 | Dimensión 2: % de Q ventas Cerradas | | | | | | | |
| | % VC: Ventas Canceladas /Q ventas x 100 | X | | X | | X | | |
| | VARIABLE INDEPENDIENTE | | | | | | | |
| 3 | Dimensión 3: Ciclo de Deming | | | | | | | |
| | Planificar: Nivel de Cumplimiento Pa/ Pex100 Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | X | | X | | X | | |
| | Hacer: Realización de las actividades Pa/ Pe x100 Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | X | | X | | X | | |
| | Verificar: Comprobar los resultados Pa/ Pe x100 Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | X | | X | | X | | |
| | Actuar: Aplicar las acciones Pa/ Pex100 Pa: Puntaje alcanzado Pe: Puntaje esperado | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ SI

HAY _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Yesenia Marilú Acuña Romero DNI: 16760534

Especialidad del validador:....Mg. En Administración.....

29 de mayo de 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



ANEXO 06. Confiabilidad de instrumentos

La confiabilidad del cuestionario se logró con las respuestas de la entrevista al coordinador de operaciones, esto permitió el manejo de nuestra información la cual fue evaluada mediante el método de Aiken. Todos los documentos o reportes entregados por la empresa han sido valiosos para esta investigación ya que han sido determinantes para la recolección de datos.

Los instrumentos que se han utilizado han sido validados por expertos donde han determinado el visto bueno para la aplicación en cuanto a la investigación.

Guía de entrevista

Cuestionario de preguntas al coordinador de la cuenta:

1. ¿Rescatan información sobre los problemas detectados?
2. ¿Se definen objetivos o cuotas?
3. ¿Se plantean ideas de trabajo en equipo?
4. ¿Son clasificados los colaboradores de acuerdo sus habilidades o indicadores?
5. ¿Se desarrollan las actividades determinadas por el área?
6. ¿Se ejecutan charlas o capacitaciones a los colaboradores?
7. ¿Se desarrollan las actividades en tiempos establecido?
8. ¿ejecutan actividades en forma ordenada?
9. ¿Se verifican las actividades realizadas mediante alguna herramienta?
10. ¿Determinan tiempos para verificar las actividades?
11. ¿Evalúan periódicamente a los colaboradores?
12. ¿Se analizan los resultados obtenidos?
13. ¿Se realiza seguimiento o auditorias para el cumplimiento?
14. ¿Realizan mejoras de soluciones con tiempos establecidos?
15. ¿Se evidencia lo verificado de las actividades que no se realizaron correctamente?
16. ¿Se toman acciones con los colaboradores que no cumplen con las actividades?



ANEXO 08. Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

| Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003). | | | | | | | | | | |
|--|-------------|----|----|----|----|----|--------|------|---------|------------------------|
| | | J1 | J2 | J3 | J4 | J5 | Media | DE | V Aiken | Interpretación de la V |
| ITEM 1 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 2 | Relevancia | 4 | 3 | 4 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 3 | 4 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| ITEM 3 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 4 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 5 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 6 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 7 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 8 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 9 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 10 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 11 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 12 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 13 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 14 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 15 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 16 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| ITEM 17 | Relevancia | 4 | 4 | 4 | | | 4 | 0.00 | 1.00 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 3 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 3 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| ITEM 18 | Relevancia | 4 | 4 | 3 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 4 | 3 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| | Claridad | 4 | 4 | 3 | | | 3.6667 | 0.58 | 0.89 | Valido |
| ITEM 19 | Relevancia | 4 | 3 | 3 | | | 3.3333 | 0.58 | 0.78 | Valido |
| | Pertinencia | 4 | 3 | 3 | | | 3.3333 | 0.58 | 0.78 | Valido |
| | Claridad | 4 | 3 | 3 | | | 3.3333 | 0.58 | 0.78 | Valido |

ANEXO 09. Guía técnica de Observación.

| GUIA DE OBSERVACION | | | |
|--|-----|-----------|-------|
| FECHA | / / | | |
| REPORTADO POR: | | OCUPACION | |
| AREA | | | |
| DESCRIPCION DEL PROBLEMA EN EL PROCESO DE NEGOCACION | | | |
| | 1.- | | |
| | 2.- | | |
| | 3.- | | |
| | 4.- | | |
| | 5.- | | |
| | 6.- | | |
| SUGERENCIAS PARA ACCIONES CORRECTIVAS | | | |
| | | | |
| RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO | | | |
| PLAZO DE CUMPLIMIENTO | | | |
| RESPONSABLE DEL REGISTRO | | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | | | FIRMA |
| CARGO: | | | |

ANEXO 10. Instalaciones donde se brindaron las capacitaciones a los colaboradores de la empresa Konecta en cuanto al mejoramiento de la gestión de procesos.

La capacitación a los colaboradores de la empresa Konecta para implementar el plan de mejora.



ANEXO 11. Instalaciones donde se brindó la II capacitación a los colaboradores de la empresa Konecta en cuanto al mejoramiento de la gestión de procesos.

II Capacitación brindada a los colaboradores de la empresa Konecta para implementar el PHVA



ANEXO 12. Instalaciones donde los colaboradores de la empresa Konecta ejecutan el mejoramiento de la gestión de procesos.

Colaboradores de la empresa Konecta ejerciendo el plan de mejora



ANEXO 13. Instalaciones donde los líderes supervisan el mejoramiento de la gestión de procesos en la empresa Konecra.

Líderes supervisando la ejecución del plan de mejora PHVA



ANEXO 14. Base de datos de información que se registró antes de la implementación de la mejora del Ciclo Deming

Base de datos recolectada (Pre test)

| EFECTIVIDAD | | | | % VENTAS CERRADAS | | | | VENTAS TOTALES | |
|-------------|----------|--------|-------------|-------------------|--------------|-----------------|--------|----------------|--------|
| Semana | Llamadas | Ventas | Efectividad | Semana | Total Ventas | Ventas Cerradas | VC | Semana | Ventas |
| 1 | 23729 | 1446 | 0.0609 | 1 | 1899 | 1446 | 0.7615 | 1 | 1899 |
| 2 | 20686 | 1449 | 0.0700 | 2 | 1878 | 1449 | 0.7716 | 2 | 1878 |
| 3 | 21674 | 1438 | 0.0663 | 3 | 1838 | 1438 | 0.7824 | 3 | 1838 |
| 4 | 21580 | 1452 | 0.0673 | 4 | 1984 | 1452 | 0.7319 | 4 | 1984 |
| 5 | 22042 | 1560 | 0.0708 | 5 | 1880 | 1560 | 0.8298 | 5 | 1880 |
| 6 | 21254 | 1425 | 0.0670 | 6 | 1858 | 1425 | 0.7670 | 6 | 1858 |
| 7 | 21397 | 1585 | 0.0741 | 7 | 1898 | 1585 | 0.8351 | 7 | 1898 |
| 8 | 23478 | 1528 | 0.0651 | 8 | 1889 | 1528 | 0.8089 | 8 | 1889 |
| 9 | 25379 | 1360 | 0.0536 | 9 | 1748 | 1360 | 0.7780 | 9 | 1748 |
| 10 | 23449 | 1345 | 0.0574 | 10 | 1759 | 1345 | 0.7646 | 10 | 1759 |
| Promedio | 224668 | 14588 | 0.6525 | Promedio | 18631 | 14588 | 7.8306 | Promedio | 1863.1 |

Fuente: Reporte Konecta

ANEXO 15. Base de datos de información que se registra después de la implementación de la mejora del Ciclo Deming

Base de datos recolectada (Post test)

| | EFECTIVIDAD | | | | % VENTAS CERRADAS | | | | VENTAS TOTALES | |
|-------------|-----------------|--------------|-----------------|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | Semana | Total Ventas | Ventas Cerradas | VC | Semana | Total Ventas | Ventas Cerradas | VC | Semana | Ventas |
| POST | 1 | 1899 | 1446 | 0.7615 | 1 | 2260 | 1900 | 0.8407 | 1 | 2260 |
| | 2 | 1878 | 1449 | 0.7716 | 2 | 2277 | 1922 | 0.8441 | 2 | 2277 |
| | 3 | 1838 | 1438 | 0.7824 | 3 | 2280 | 1976 | 0.8667 | 3 | 2280 |
| | 4 | 1984 | 1452 | 0.7319 | 4 | 2297 | 1998 | 0.8698 | 4 | 2297 |
| | 5 | 1880 | 1560 | 0.8298 | 5 | 2278 | 1979 | 0.8687 | 5 | 2278 |
| | 6 | 1858 | 1425 | 0.7670 | 6 | 2298 | 1950 | 0.8486 | 6 | 2298 |
| | 7 | 1898 | 1585 | 0.8351 | 7 | 2330 | 2010 | 0.8627 | 7 | 2330 |
| | 8 | 1889 | 1528 | 0.8089 | 8 | 2407 | 2013 | 0.8363 | 8 | 2407 |
| | 9 | 1748 | 1360 | 0.7780 | 9 | 2301 | 2040 | 0.8866 | 9 | 2301 |
| | 10 | 1759 | 1345 | 0.7646 | 10 | 2289 | 2014 | 0.8799 | 10 | 2289 |
| | Promedio | 18631 | 14588 | 7.8306 | Promedio | 23017.00 | 19802.00 | 8.6040 | Promedio | 2301.7 |

Fuente: Reporte Konecta

ANEXO 18. Presupuesto empleado para la implementación de la mejora en la empresa Konecta - Chiclayo.

| COSTO DE IMPLEMENTACION | | | | |
|--------------------------------|-----------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| MATERIAL | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| RECURSO HUMANOS | | | | |
| Capacitador | 2 | | S/ 1,500.00 | S/ 3,000.00 |
| Personal Recupero | 1 | | S/ 1,120.00 | S/ 1,120.00 |
| Asesoría | 1 | | S/ 2,500.00 | S/ 2,500.00 |
| RECURSO MATERIALES | | | | |
| Laptop | 1 | Unidad | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 |
| Utiles de Escritorio | 10 | Unidad | S/ 5.50 | S/ 55.00 |
| Impresiones | 100 | Unidad | S/ 0.50 | S/ 50.00 |
| SERVICIOS | | | | |
| Internet | 1 | Mensual | S/ 99.00 | S/ 99.00 |
| Luz | 1 | Mensual | S/ 120.00 | S/ 120.00 |
| SUB TOTAL | | | | S/ 8,444.00 |
| MANTENIMIENTO | | | | S/ 1,000.00 |
| COSTO TOTAL | | | | S/ 9,444.00 |

Fuente: Elaboración propia

Costo total de implementación del mejoramiento de la gestión de procesos de negociación, monto de S/. 9,444.00, se aprecia los diferentes aspectos como los recursos materiales, servicios y recursos físicos, que permitieron ejecutar el trabajo dentro del área, dentro del costo también se incluyó un monto de mantenimiento de la propuesta de S/. 1,000.00.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RAUNELLI SANDER JUAN MANUEL, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "

Mejoramiento de la Gestión de Procesos de Negociación para Optimizar las Ventas de TLVIN de la empresa Konecta, Chiclayo 2022"

", cuyos autores son NIMA ADANAQUE JOSE MANUEL, VASQUEZ ESQUIVES MARILYN ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 22 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|---|
| RAUNELLI SANDER JUAN MANUEL DNI: 16493526 ORCID: 0000-0001-5818-949X | Firmado electrónicamente por: JMRAUNELLIR el 23- 11-2022 19:44:35 |

Código documento Trilce: TRI - 0450888