



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Implementación de Chatbot para la preventa de Coca-Cola FEMSA sede Pereira

Corporación Universitaria Remington.
Ingeniería.
Ingeniería Industrial.

Carlos Mario González Trejos
Yenifer Lorena Velásquez Cano.
Alejandro Arango Correa.
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2024.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Palabras clave.....	4
Marco conceptual y contextual	5
Innovación empresarial con ChatBot en el mercado de bebidas gaseosas	5
ChatBot	6
Desarrollo e implementación del aprendizaje.....	7
Campo de estudio para la implementación del Chatbot.....	7
Estudio de mercado para la utilización del ChatBot.....	8
Formato de ChatBot.....	9
Conclusiones	10
Referencias.....	11

Resumen

En la actualidad contamos con grandes y diversas empresas de bebidas empacadas listas para consumo como lo es Coca Cola que se encuentra a nivel nacional e internacional en el mercado, contando con diferentes canales de comercialización, en este caso por medio del canal TAT buscando mejorar los procesos y garantizando siempre que la atención y servicio al cliente sea de calidad y en las mejores condiciones para una excelente satisfacción del cliente.

El presente proyecto se desarrollará con el objetivo de identificar y dar a conocer cómo se está llevando a cabo en el área comercial el procedimiento de atención y servicio al cliente en la empresa Coca Cola FEMSA Colombia detectando las falencias que se puedan evidenciar y así proponer la implementación de una herramienta tecnológica como un chatBot para la preventa de pedidos ayudando a mejorar la disponibilidad de producto en los puntos de venta, generando mayor rentabilidad, con menor costo operativo.

Se podrá identificar el impacto socioeconómico que genera la correcta implementación de la innovación tecnológica, generando ventas de una manera remota sin necesidad de la presencia de un pre-vendedor en el punto de venta, lo cual impactaría directamente en la economía de la empresa, al generar ventas adicionales, brindándole facilidad y flexibilidad en los días de entrega a cada uno de los clientes.

Palabras clave

Innovación

Servicio

Chatbot

Satisfacción del cliente

Crecimiento

Marco conceptual y contextual

La innovación empresarial radica en crear un producto o servicio respondiendo a una necesidad y considerando que hoy el mercado es más globalizado y tecnológico, el mantener una innovación o mejoramiento de los productos o servicios que ofrezca, ayuda a generar un buen posicionamiento, a mantener la competencia sin coger ventaja de otras compañías, aporta valor, fortalece la confianza del consumidor y mantiene su prosperidad.

Así mismo es ideal saber que las empresas se fortalecen gracias a sus clientes o consumidores, por lo tanto, es vital saber que su satisfacción es estar conforme con lo que dichas compañías les ofrezca y mantener al tanto sus opiniones y comentarios a dar. Como bien sabemos el mercado hoy día implementa en la mayor parte de sus labores y procesos la tecnología para así poder estar actualizados, ser más eficientes y eficaces, generar un crecimiento empresarial y proporcionar tanto a los consumidores como a su equipo de trabajo un entorno conforme a la hora de realizar sus labores y, es por esto que el uso de programas o software tecnológicos ha tenido un gran avance a nivel mundial empresarial.

En este caso, uno de los softwares mayormente utilizados es el chatbot, que se basa en generar una conversación en tiempo real con respuestas automáticas; dependiendo la compañía es la información que brinda, y en caso tal de que no se haya resuelto dicha necesidad o inquietud, redirecciona a comunicarse con un asesor para continuar con su requerimiento y así poder cumplir con este y dar finalidad.

1. Innovación empresarial con ChatBot en el mercado de bebidas gaseosas

Las empresas están en constante evolución e innovación tecnológica, y es algo que impacta en todas sus áreas, en esta ocasión daremos enfoque a una de las más importantes de las empresas, como el área comercial, ya que de esta depende el crecimiento de la empresa, puestos laborales en todos sus campos, alianzas estratégicas, reconocimiento social, etc.

Una de estas empresas que se destaca por su constante innovación y que se caracteriza por el uso del Service Design es Coca Cola FEMSA Colombia la cual se dedica a la producción y distribución de bebidas gaseosas listas para consumo, puesto que es una empresa líder en el mercado de esta categoría y busca satisfacer las necesidades de los consumidores, contando con presencia a nivel mundial y siendo la sede regional del Eje Cafetero la seleccionada para dicho análisis y enfoque.

Es por esto que en la empresa Coca Cola FEMSA Colombia encontramos posibilidades de crecimiento en el área comercial del canal TAT y moderno, pues en el

segmento de mercado de gaseosas, el cual es su objetivo, se observa que la competencia, sin importar que sean grandes o pequeñas compañías, logran aprovechar participación de mercado, ya que la competencia maneja una frecuencia de dos visitas a la semana por cliente, mientras que Coca Cola solo cuenta con una sola visita dejando oportunidad de mejora en este ámbito.

En Coca Cola se ha logrado identificar que el mercado es amplio, ya que se tienen diferentes clases sociales, según "El estudio Consumer Insights Q4 dio a conocer que, en Colombia, aproximadamente el 21% de la población pertenece al estrato 1 y un 32% es correspondiente al estrato 2, así como un 29% pertenecen al estrato 3 y solo el 11% pertenece al estrato 4, dejando solo el 7% de los ciudadanos ubicados en los estratos 5 y 6" (Gamboa, D.S. 2022).

Según dicho estudio, el 82% de la población colombiana está en los estratos bajos, el 53% estratos 1 y 2, donde su capacidad económica es reducida y muchas familias viven del diario; algo que también impacta en el comercio de estos sectores, es que en las tiendas de abarrotes la mayoría de sus ventas son del menudeo, lo que hace que la capacidad de compra de mercancía se reduzca a un stock limitado.

Con esto se puede deducir que en muchas ocasiones la mercancía o stock comprado por estas tiendas no suele ser suficiente, y esto se puede comprobar en la siguiente visita del pre-vendedor, es por esto, que guiados por el módulo de implementación de proyectos de innovación se evidencia la importancia de implementar nuevos planes en la empresa.

En efecto nos surge la idea de desarrollar un chatbot para ayudar a la toma de pedidos en cualquier día de la semana, por consiguiente, lo que se busca con la creación sería brindarle un mejor servicio al cliente, sin que se vea afectado el talento humano de la compañía, ya que se puede llegar a pensar que en algún momento la mano de obra humana pueda ser sustituida por la tecnología; en Coca Cola no es factible realizar dichos cambios específicamente en esta área y en esta labor ya que la mano de obra humana puede realizar una gestión mucho más amplia a la hora de atender un punto de venta, así mismo se debe tener en cuenta que el chatbot virtual es un apoyo mas no un reemplazo de esto puesto que el pre-vendedor realiza más funciones aparte de concluir la venta final.

1.1 ChatBot

Teniendo en cuenta el gran impacto positivo de implementar un chatbot donde beneficiara no solo a la empresa sino como al cliente generándole una experiencia mejorada y de calidad generando un compromiso para cumplir sus necesidades en un tiempo adecuado, sin inconvenientes, con eficiencia operativa, disponibilidad de 24/7 para sus pedidos, entre otros beneficios.

Así mismo dándole una vista interna a la empresa con implementar un software tipo chatbot para dicha necesidad empresarial, se busca generar mayor volumen de venta, mayor número de coberturas, evitar desabasto en los puntos de venta, fidelización del cliente, entre muchas cosas más. Llevando a cabo la implementación de dicho programa, siendo este un programa amigable para cualquier tipo de consumidor, ya que el mercado de Coca Cola como se evidencio en estudio anteriormente citado pertenece a los estratos 1 y 2.

De la misma manera se pronostica que con el chatbot, las tiendas se abastecen en un tiempo menor, ya que tendrían la disponibilidad de realizar el pedido cuando el producto este agotado o en su defecto cuando sus posibilidades económicas se lo permitan, y no estrictamente ceñido a un día de visita, inclusive “incorporando chatbots en los comercios virtuales y en las aplicaciones de mensajería, las compañías pueden lograr alcanzar una variedad más extensa de clientes para recomendaciones de productos, pedidos, devoluciones y asistencia en un tiempo adecuado y real” (Entrepreneur Staff, 2023).

Por otra parte, esperamos que con el chatbot se cubra la necesidad del cliente, pero adicionalmente crezcan las ventas, una ventaja es que por allí también se les notificaría cuando hay promociones y así poder tener más beneficios que básicamente se resume en mayor rentabilidad en los productos. A través del incremento en la productividad de la empresa se pueda ir generando nuevos puestos de trabajo y aportando en gran manera, en el ámbito social.

2. Desarrollo e implementación del aprendizaje

2.1 Campo de estudio para la implementación del Chatbot.

En Coca Cola se busca siempre estar en constante desarrollo tecnológico e innovación, ya que uno de sus lemas principales es “destapa felicidad”, no es únicamente destapar un producto si no que es brindarles experiencias de calidad a los colaboradores, tenderos y clientes finales.

Es por esto que se busca implementar el chatBot donde se va a tener en cuenta desde el tratamiento de datos personales como brindarle opciones de realizar el pedido a su gusto, o indicarle un pedido sugerido.

Así mismo se logrará identificar el perfil de los usuarios, su historial de compra y ayudarle al pre-vendedor a crear una fidelidad del cliente a la compañía.

2.2 Estudio de mercado para la utilización del ChatBot

Coca Cola realizará un estudio de mercado con sus clientes de estrato 1 y 2, donde se les realizará las siguientes preguntas.

Tabla 1. Encuesta

PREGUNTA	SI	NO	TAL VEZ
¿Conoce el termino ChatBot?			
¿Usaría usted un ChatBot para realizar el pedido?			
¿Estaría dispuesto a conocer el ChatBot?			
¿Cree que sería una mejora en la atención de pedidos?			
¿Sería una herramienta util para su negocio?			
¿Cree que se solucionaría el problema de desabasto?			
¿Sería una herramienta para aumentar las ventas en su negocio?			

Con esta encuesta se puede evidenciar que tanto alcance tendría el ChatBot y así mismo determinar el diseño, funcionamiento y posterior el desarrollo.

2.3 Formato de ChatBot

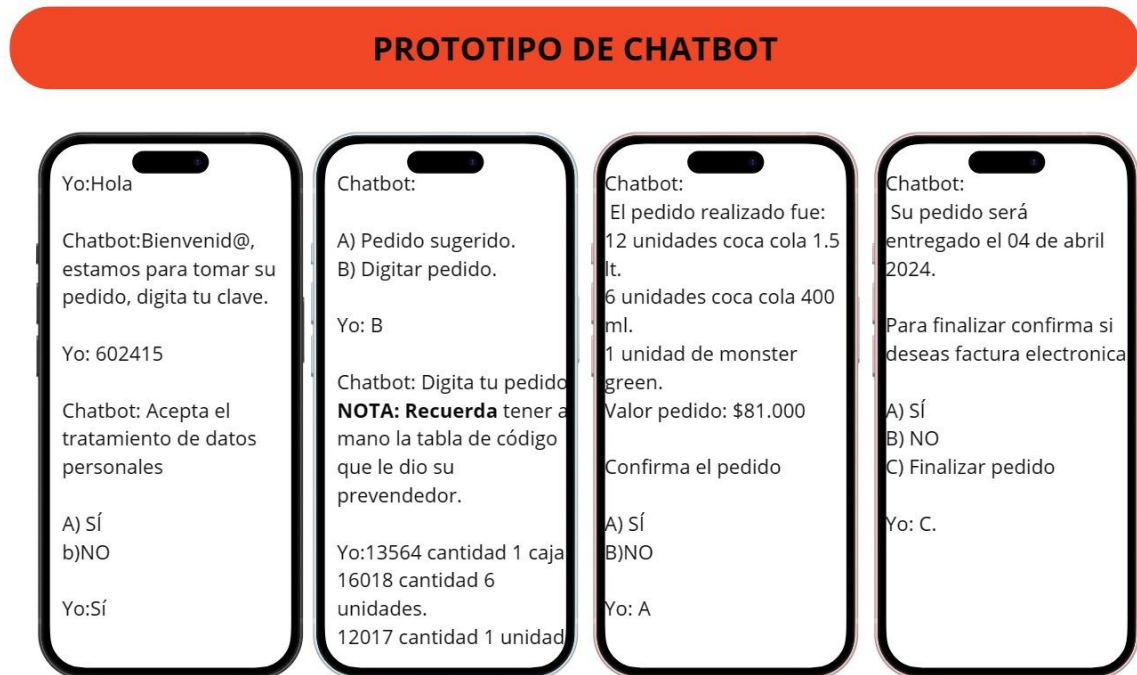


Imagen realizada en Miro.

Después, el prototipo será presentado en la oficina de sistemas y gerencia regional, con la finalidad de verificar los costos en la creación de esta herramienta y planear un impacto estimado a alcanzar con su desarrollo.

De acuerdo a los estudios arrojados y comprobando la viabilidad y los resultados positivos que se esperan alcanzar con esta herramienta, el proyecto se presenta a nivel de gerencia general donde se espera la aprobación para realizar el piloto inicialmente solo en la ciudad de Pereira, Risaralda con una duración estimada de 3 meses en su primera etapa en los cuales se espera, primero la acogida y aceptación de por lo menos un 50% de los clientes, que sea de fácil adaptación y beneficio, y a su paso conlleve con un valor agregado para una mejor prestación de servicio.

Se estima un incremento porcentual tanto en coberturas, volumen de cajas físicas y a su vez como valor agregado para la compañía que nos permita disminuir el número de equipos de frío improductivos a través del aumento de ventas por el chatBot.

Conclusiones

En primer lugar, se puede destacar que “los chatbots incorporados en páginas digitales cuentan con una red neuronal que es donde almacenan todos los datos de estas y, por lo tanto, tan solo en cuestión de segundos pueden ingresar a ellos. Esto representa que un chatbot programado para una tienda minorista de comercio digital logra ayudar a los clientes que la utilicen a localizar los productos que requieran, sus tamaños y colores y deparar más información que el usuario requiera” (Entrepreneur Staff. 2023). Por lo tanto, siendo Coca Cola una de las empresas más grandes a nivel nacional e internacional y destacándose por su buen servicio y atención al cliente, por sus beneficios y promociones a sus usuarios esta nueva implementación de programación chatbot impulsará a que más usuarios se unan y se animen a adquirir sus productos generando así más ventas y permitiendo más confianza a todas las personas que usen el programa, pudiendo observar con que facilidad, eficiencia y eficacia pueden realizar sus pedidos sin comprometer su tiempo y sin ningún inconveniente.

En segundo lugar, cabe recalcar la importancia de la implementación de un service design en las empresas teniendo en cuenta que el mundo y el mercado cada vez es más globalizado, avanzado tecnológicamente y competitivo. El generar soluciones a las empresas basados desde el punto de satisfacer las necesidades de los clientes es saber entender y comprender que sin ellos no habría dicha organización y que sus experiencias memorables también abren una voz a voz positivo.

En los módulos vistos en Crehana, es inminente la importancia de la innovación tecnológica, pues las empresas avanzan de una manera muy acelerada, y utilizando diversas herramientas puede llegar a ser más competitivo.

Es importante dejar de lado la creencia de que la tecnología llega para eliminar puestos de trabajo, pues alguna es una herramienta para facilitar las labores y sirvan para hacer más rentable una compañía, y así impacta positivamente en la necesidad de adquirir cada vez más talento humano.

Referencias

- Gamboa, D.S. (2022). *Cifras de Kantar indicaron que la población estrato 1 en Colombia corresponde al 21%*. La República.
<https://www.larepublica.co/empresas/kantar-da-a-conocer-cifras-relevantes-en-el-marco-del-dia-mundial-del-consumidor-3322740>.
- Entrepreneur. (2023). *¿Qué es un Chatbot? Esto es todo lo que necesitas saber*.
<https://www.entrepreneur.com/es/tecnologia/que-es-un-chatbot-esto-es-todo-lo-que-necesitas-saber/451917>