



UNIVERSIDAD  
**Finis Terrae**

# INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS II

IMPACTO DE LA PANDEMIA EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS

| Paola Zenteno |  
MKT DE SERVICIOS Y DIRECT.VENTAS | RODRIGO GUESLAGA

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	2
DESCRIPCION DE LA ENTREVISTADA Y SU EMPRESA.....	3
INSIGHT .....	4
REFLEXION DE INSIGHTS.....	5
RECOMENDACIONES.....	6

## INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo se desarrollará el concepto asociado al impacto de la pandemia en una empresa de servicios, para esto se entrevistó previamente a la señorita Jocelyn Astudillo para recopilar su visión sobre los cambios que se ha debido enfrentar ella de forma personal y profesional, así como la empresa en la que trabaja, la finalidad de este informe es informar las conclusiones individuales y generales además de generar recomendaciones basadas en lo aprendido en la asignatura

## DESCRIPCION DE LA ENTREVISTADA Y SU EMPRESA

Jocelyn Astudillo tiene 39 años , vive en la comuna de San Joaquín , tiene alrededor de 13 años de experiencia como ejecutiva de ventas y cuentas en diversas empresas de diseño grafico e impresión, entre los años 2014 y finales del 2019 tuvo su propia empresa dedicada el rubro mencionado anteriormente ejerciendo como socia y Directora Comercial, sin embargo por diferencias profesionales y personales con las otra socias hizo abandono de la empresa, uniéndose a Taurus Graphic a inicios del año 2020 , tiene una cartera de clientes fija que ha logrado conservar a lo largo de los años y nuevos que se han ido sumando en cada empresa que ha trabajado.

- Perfil de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/jocelyn-astudillo-0b246045/>
- Correo de contacto: [jocelyn.astudillo@taurusgraphic.cl](mailto:jocelyn.astudillo@taurusgraphic.cl)

### Taurus Graphic

Es una empresa b2b con más de 7 años en el rubro, ubicada en pasaje las constelaciones 4426 esquina las galaxias en la comuna Macul , se puede catalogar como pequeña/mediana, actualmente ofrece servicios de diseño, instalación e impresión de material gráfico, abarcan una amplia gama de clientes donde ingresan tanto distintos centros comerciales (Portal el Llano, Easton Outlet Mall) como pequeños empresarios (pymes) se denominan como “enfocados en proyectos y a los clientes”, de la misma forma tienen una orientación al trabajo en equipo y a la diciplina.

Tienen proveedores tanto de insumos para impresión como para trabajos de formatos grandes (fachadas, letreros, bigboys), en contraste los servicios de instalación y diseño los otorga la empresa (Taurus) esto ayuda a mantener alineada la visión y posición de la empresa.

### Resumen de servicios

- Diseño grafico
- Impresión Offset

- Impresión digital
- Plotter corte
- Grafica vehicular
- Maquilado
- Artículos promocionales
- Instalación de graficas

Página web: <https://www.taurusgraphic.cl/#Portafolio-section>

## INSIGHT

- **CAMBIO DE ENFOQUE DEL CLIENTE DE CALIDAD/PRECIO A SOLO PRECIO:** “Antes de la pandemia, los clientes no ejercían tanta presión con los valores, consideraban más importante la calidad del producto, obviamente por un valor justo, ahora es lo contrario.”
- **CLIENTES B2B CON MAYOR PODER:** “Entonces los clientes quieren el mismo servicio y productos pero por un 40 o 50 % más barato por lo que para conservar a los clientes hemos debido reducir nuestra ganancia de 40% a 15 o 10 % debido a la disminución de mercado y en base a eso consideramos aunque sea poco el ingreso a las arcas es peor estar en cero...” “estoy segura que el poder que les ha dado este contexto a ellos (los clientes) ya o se los podremos quitar porque tendremos que respetar y acoger los nuevos precios y servicios que hemos ofrecidos para lograr retenerlos.”
- **AMPLIAR EL SERVICIO BASE PARA AGREGAR VALOR:** “Como empresa se añadió el servicio de diseño y así facilitar a cliente sus requerimientos, los servicios de instalación los asumimos nosotros, de ese modo el monto no se va en pago a externos por este servicio y queda en la empresa una mejor ganancia”
- **UNA BUENA COMUNICACIÓN ES FUNDAMENTAL MEDIANTE TODOS LOS CANALES ES FUNDAMENTAL** “Las comunicaciones son fundamental, implica rapidez, eficacia y muchas veces ahorro. Al estar conectados y comunicados se puede optimizar recursos en trayectos, compras y simplificación de problemas.”

## REFLEXION DE INSIGHTS

- **CAMBIO DE ENFOQUE DEL CLIENTE DE CALIDAD/PRECIO A SOLO PRECIO:**

Bajo un contexto de disminución de ingreso global en la mayoría de los rubros llega a sonar lógico que disminuyan los presupuestos por actividades como la publicidad, sin embargo, esto genera una cadena de hechos, como lo mencionaba la entrevistada donde no solo afecta a la empresa que entrara si no que también a sus proveedores por que se va ejerciendo presión sobre los costos lo que a su vez le va restando valor al servicio.

- **CLIENTES B2B CON MAYOR PODER”:**

Este punto está estrechamente relacionado con el primero ya que al cliente al tener información de manera más rápida y al estar presionado por presupuesto acotado busca “ejercer” su poder de negociación y regatear costos con los proveedores, en este caso de publicidad e impresión para ver quien ofrece mejor precio final con algo de valor y así llevarse el proyecto final, lo que a su vez aumenta la rivalidad entre los competidores, reduciendo en proporción el valor extra que pueden otorgar de forma individual y colectiva.

- **AMPLIAR EL SERVICIO BASE PARA AGREGAR VALOR:**

Ante un contexto tan inesperado, caótico y de larga duración como ha sido la pandemia las empresas se han visto obligadas a incluir distintos servicios secundarios para complementar el servicio central, para así lograr atraer o retener clientes, esto lo hemos podido apreciar en muchos rubros donde se ha establecido por ejemplo los despachos a domicilio, los cambios sin costo, aplicaciones en diferentes canales, etc., en el caso puntual de la empresa incluyeron el servicio de diseño y asumieron el proceso de instalación (que antes externalizaban), para lograr redondear su oferta, ofrecer un servicio integral de rápido seguimiento y que deje mayores ganancias finales a la empresa.

- **UNA BUENA COMUNICACIÓN ES FUNDAMENTAL MEDIANTE TODOS LOS CANALES ES FUNDAMENTAL**

Es sabido que la comunicación es esencial si bien ahora se realiza de manera más impersonal sigue siendo fundamental, si lo llevamos a este rubro en particular podríamos desglosar los siguientes pasos:

- 1- El ejecutivo de ventas ingresa los requerimientos de diseño delimitados por el cliente.
- 2- El diseñador realiza el diseño correspondiente y envía el archivo al vendedor para su corroboración.
- 3- El ejecutivo contacta al cliente, muestra el diseño en caso de haber correcciones. vuelve al diseñador, de manera contraria pasa a impresión.
- 4- El encargado de maquina imprime el archivo y se lo pasa al instalador.
- 5- El instalador toma el producto impreso, va el día correspondiente delimitado por el cliente e informado por el vendedor y procede a instalar.

Si bien estos pasos fueron mencionados a grueso modo se puede notar que son una secuencia, un corte de comunicación en cualquiera de ellos afecta directamente la calidad del servicio final prestado, así como la satisfacción del cliente.

## RECOMENDACIONES

- 1- Creo que uno de los puntos que abarca la digitalización de la empresa es mejorar su sitio web, dado que este al ser una empresa B2B esto sirve como una carta de presentación a potenciales clientes esto lo convierte en un gran punto de contacto, por lo que debería tener de forma clara los servicios que ofrece , las amplitudes y limitaciones de los mismos, asimismo debe quedar plasmado los factores diferenciadores que tiene TAURUS , en la misma línea deberían asumir una postura más estratégica agregando su misión, visión y valores (en el sitio web), esto les dara una guía y ofrecerá a los potenciales clientes una “fotografía” más clara de lo que es la empresa, en el contexto mas de diseño se deberían agregar

un sector para colocar a las empresas con las que se ha trabajado para que el espectador tenga a una referencia de las relaciones de la empresa.

- 2- Creo que sería importante que la empresa lograr identificar los factores que determinan la compra, si bien ahora se ve mayormente influenciada por el precio (según sus dichos) deben existir otros componentes cuyo peso relativo sea importante en la toma de decisión, asimismo deberían trabajar en identificar quien es el que toma la decisión final de compra para poder enfocar los esfuerzos en “satisfacer” y “convencer” a esa persona en particular.