

Anexo No. 4 Aplicación modelo EFQM

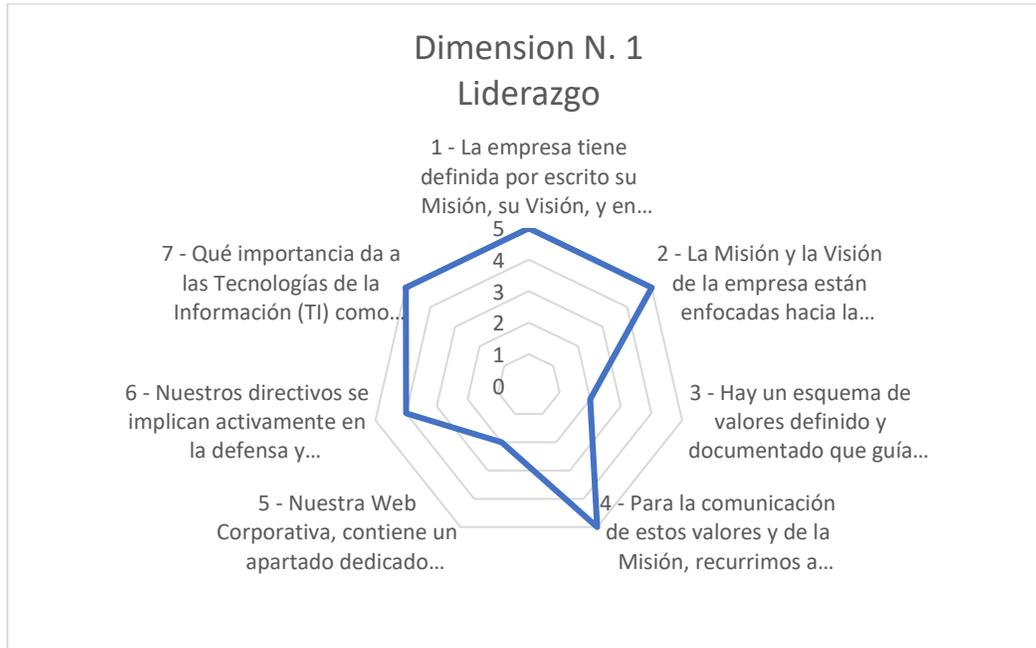


Figura 1 Grafico Dimensión No.1: Liderazgo.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

Con respecto al gráfico se puede evidenciar que gran parte de Bigfoot logra cumplir con la dimensión de liderazgo, establecida por el modelo EFQM, que indican que los líderes desarrollan y facilitan la consecución de la misión y la visión, de igual manera existen los valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo, sin embargo no hay un esquema de valores documentado para guiar las relaciones con los clientes, proveedores, empleados y entre ellos mismos, y tampoco se cuenta con una sección en la web de Bigfoot dedicada a la presentación de la misión y visión.

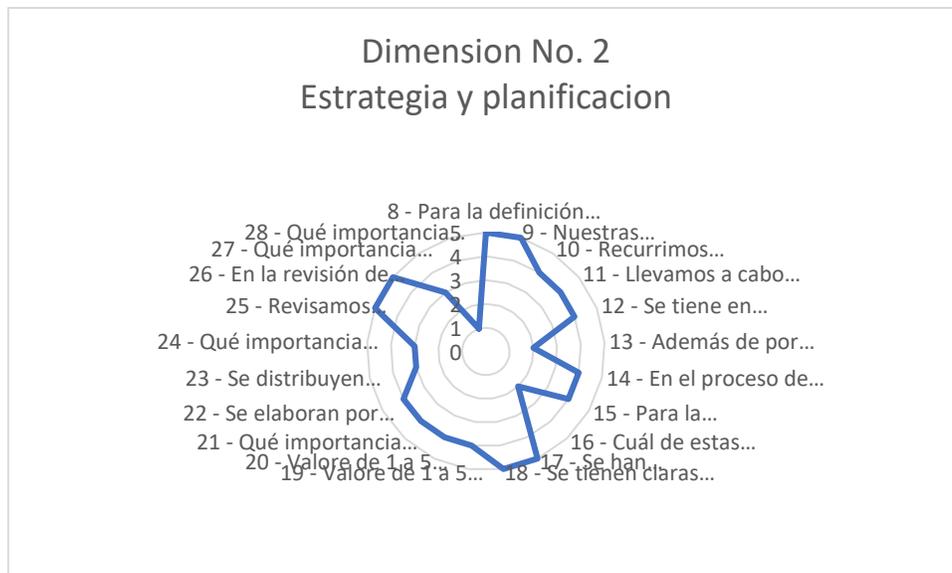


Figura 2 Dimensión No. 2: Estrategia y planificación.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

En esta dimensión, Bigfoot implanta la visión y visión con una estrategia de planeación dirigida a todos los grupos de interés, teniendo en cuenta presupuestos, recursos tecnológicos, humanos, basados en las políticas de cada una de estas áreas. El área de marketing es uno de los procesos misionales y un enfoque principal ya que Bigfoot se basa en comercio en línea y requiere de una planeación, y es lo que genera principalmente la satisfacción de los clientes.

Dentro de las calificaciones aún recibe el menor puntaje el interés por conocer la competencia y la elaboración de estrategias para lograr más interés por parte de los clientes externos, a la vez existen fallas en la toma de decisiones estratégicas se deben elaborar planes de mejora para estas áreas estratégicas y que influyen en gran parte para el desarrollo de operación en el área de marketing.

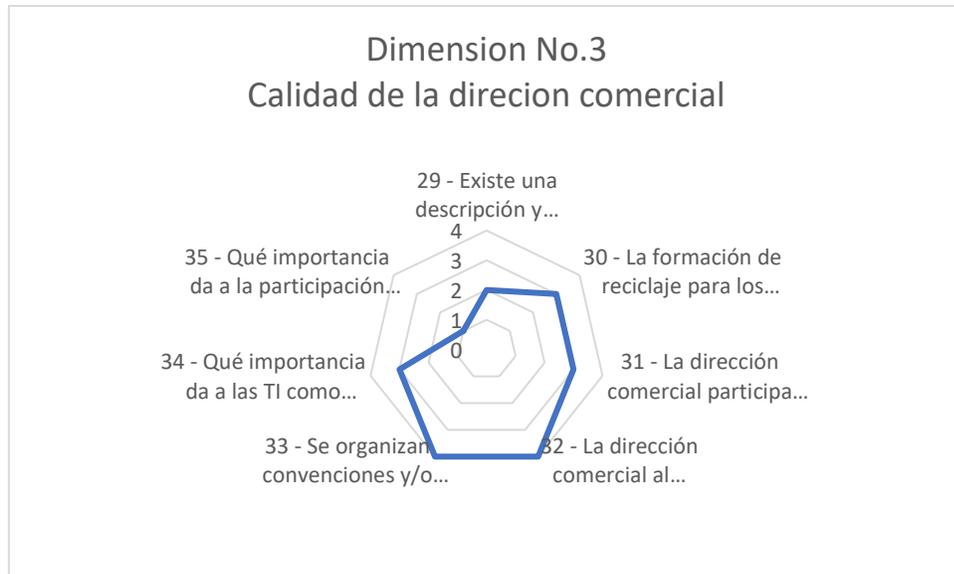


Figura 3 Dimensión No.3: Calidad de la dirección comercial.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

Esta dimensión nos muestra que, a partir de los objetivos establecidos implantados en la Bigfoot, se establecen reconocimientos a todo el personal de la compañía, cada labor realizada es correspondientemente gratificada por la dirección, esto a la vez con la organización de reuniones periódicas para dar a conocer la situación de la compañía e ir estableciendo por cada reunión nuevos objetivos relacionados con el plan de ventas y de marketing. Sin embargo, es importante recibir apoyo de personas externas, tales como consultores o asesores de marca, esto con el fin de lograr llegar a abarcar más mercados y claramente mejorar la situación de reconocimiento de Bigfoot.

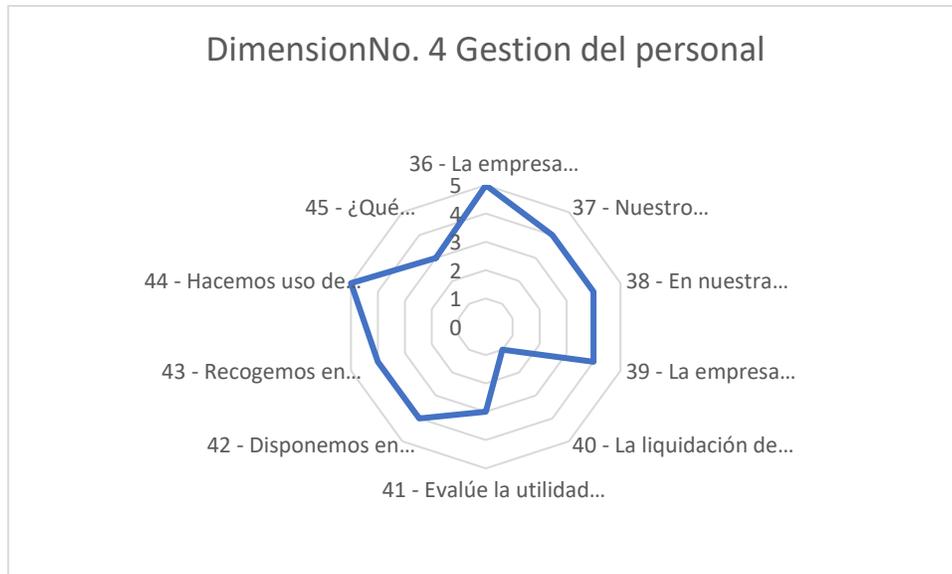


Figura 4 Dimensión No. 4: Gestión del personal.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis:

En esta dimensión se gestiona, desarrolla y aprovecha la organización, el conocimiento y todo el potencial de cada uno de los integrantes de Bigfoot, de manera individual o por equipos de trabajo. La compañía tiene un plan de formación que atiende las necesidades de la dirección contratando personal calificado para el desarrollo de cada una de las actividades para el cual se contrata. Contamos con un área de PQRS el cual allí se atienden todas las solicitudes de los clientes, y se tiene como objetivo dar respuesta en el menor tiempo posible. Uno de los factores importantes hoy en día dentro de una organización debe ser las tecnologías de la organización y hacer uso de ellas de una manera responsable, Bigfoot tiene como utilidad de una manera moderada, el cual debería dársele un mayor enfoque ya que es una compañía que se mueve por el comercio electrónico.

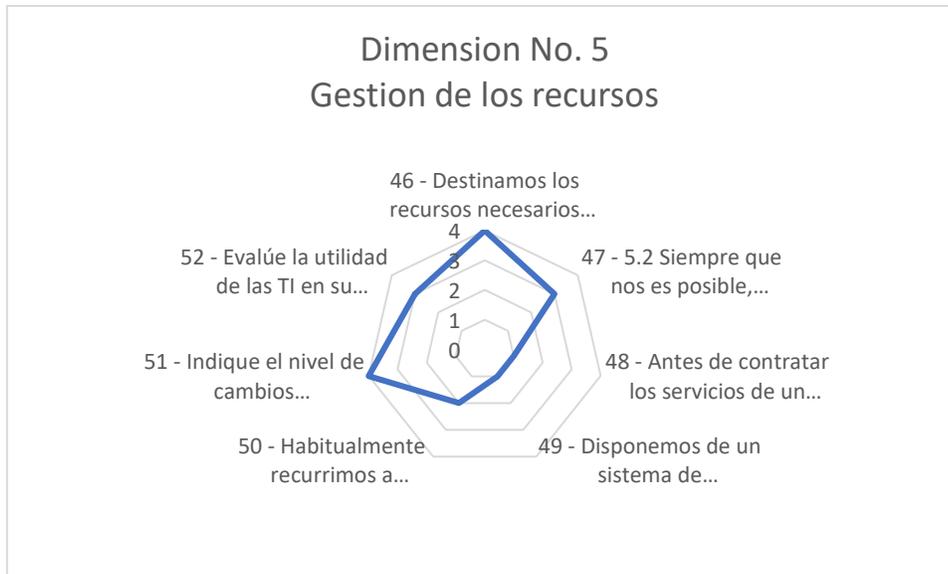


Figura 5 Dimensión No. 5: Gestión de los recursos.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

En la dimensión de gestión de los recursos se planifica y gestiona la organización, sus alianzas externas y sus recursos internos con enfoque al funcionamiento de los procesos de manera eficaz. Como se ve en gráfico, para esta gestión no se ha hecho el seguimiento correspondiente de los proveedores, donde estamos a disposición de sus peticiones sin recibir atención adecuada por parte de ellos, se debe implementar procesos de mejora para verificar la actividad de cada uno de los proveedores y que no se generen alertas a través del tiempo y a la vez llevar un control de los proveedores y la información que ellos nos emiten. Para el personal se cuenta con todos los recursos necesarios para que ellos lleven a cabo todas sus actividades sin generar picos de botella en los procesos.

Dimensión No. 6 Gestión de la información

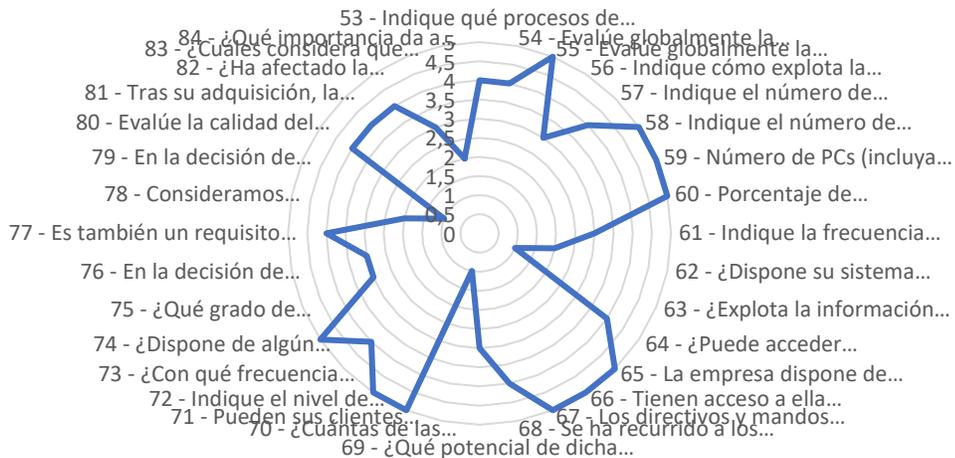


Figura 6 Dimensión No. 6: Gestión de la información.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

En la gestión de la información Bigfoot hace uso pleno de esta herramienta ya que cuenta con página web oficial, redes sociales y aplicaciones móviles para que cualquier persona puede acceder a los catálogos que Bigfoot ofrece de sus productos, así mismo cuenta con sistemas integrados que permiten asegurar los datos de todas las personas que ingresan a los portales virtuales. Las Personas que tienen acceso a información de los clientes son las mismas personas que están en contacto con ellos, es por ende que se ha hecho gestión por parte de la dirección de constantemente evaluar la seguridad la información y evitar cualquier tipo de invasión a la privacidad de los clientes. La publicidad claramente está en constante velocidad, es por ende que las búsquedas que

realizan los clientes se envían información similar que pueda ser útil para el que realiza la búsqueda dentro de la web.

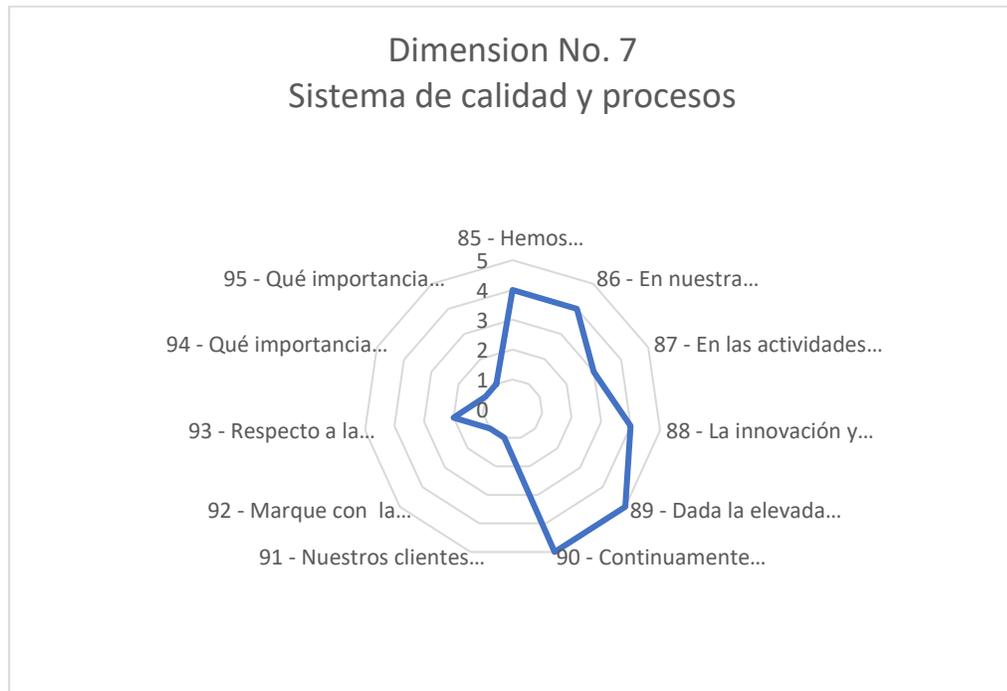


Figura 7 Dimensión No.7: Sistema de calidad y procesos.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis

En esta dimensión se tiene en cuenta como se diseñan los procesos para apoyar la política y estrategia de calidad con el fin de satisfacer las necesidades, generando mayor valor a todas las partes interesadas. Dentro de la información contenida en este gráfico, uno de los factores que se ubica dentro de la puntuación más baja hace referencia a la necesidad de los clientes de Bigfoot de tener la certificación ISO 9001: 2015 ya que esto nos permitiría ingresar a nuevos mercados, diariamente se realizan solicitudes de nuestros clientes con el fin de garantizar calidad en el servicio y de la misma de los productos.

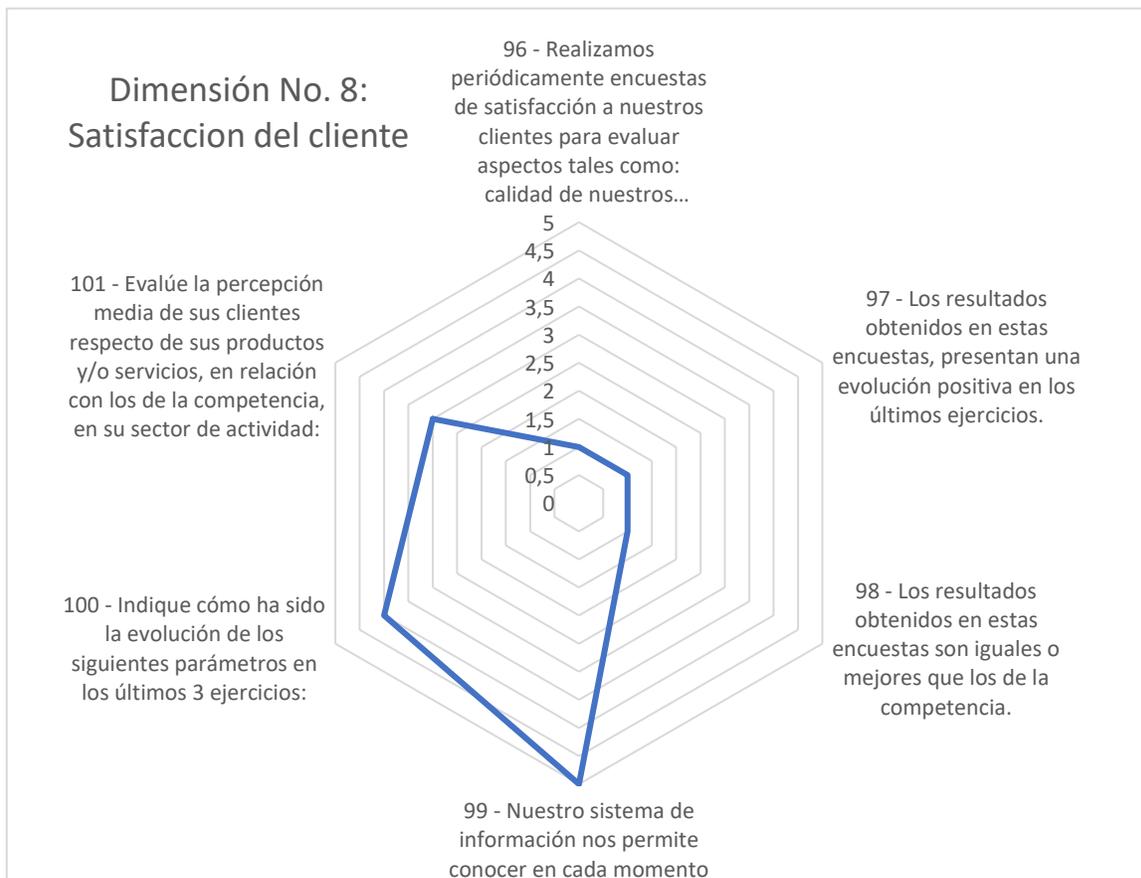


Figura 8 Dimensión No. 8: Satisfacción del cliente.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis:

En esta dimensión se mide que logros está alcanzando Bigfoot con respecto a sus clientes externos, esto puede realizarse mediante medidas de percepción: que percepción tienen los clientes de Bigfoot; y medidas de rendimiento: aquellas medidas que permiten supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento, con el fin de anticipar la percepción de los clientes externos. El área de PQRS nos permite identificar que están solicitando los clientes, y que no requieren, además de ello nos permite establecer medidas y generar indicadores, a los cuales se pueden hacer enfoque e implementar acciones de mejora, para así garantizar la calidad del servicio.

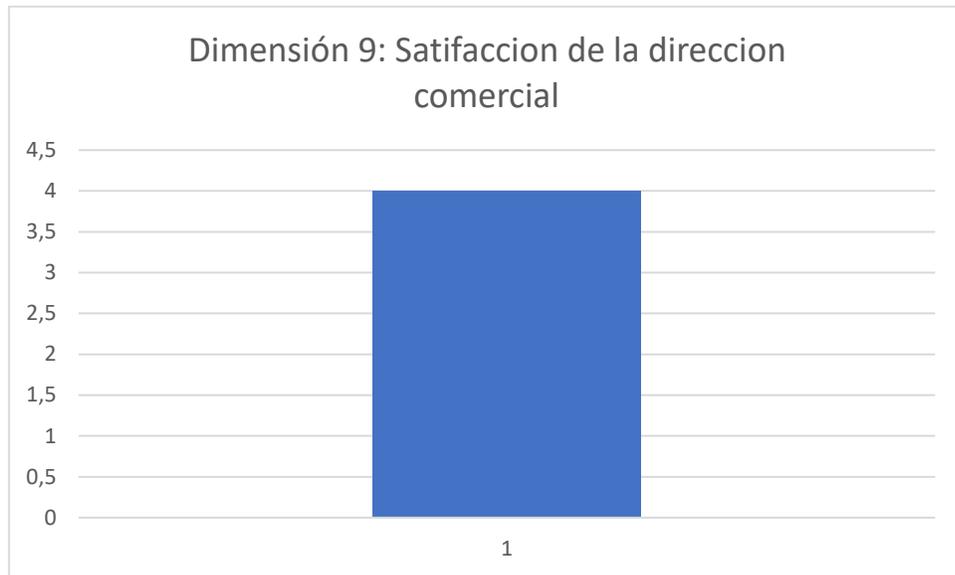


Figura 9 Dimensión No. 9: Satisfacción de la dirección comercial.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis:

Este grafico corresponde a la calificación que logra obtener la dirección comercial en el desarrollo de actividades como la cooperación, los recursos con los que dispone, la calidad y cantidad en la formación, el sistema de información de marketing y el apoyo en la toma de decisiones, aun se debería dar importancia al reconocimiento a la labor que realiza el área comercial, ya que es el área encargada de llevar a cabo las actividades clave para lograr fidelización y atracción de más clientes.

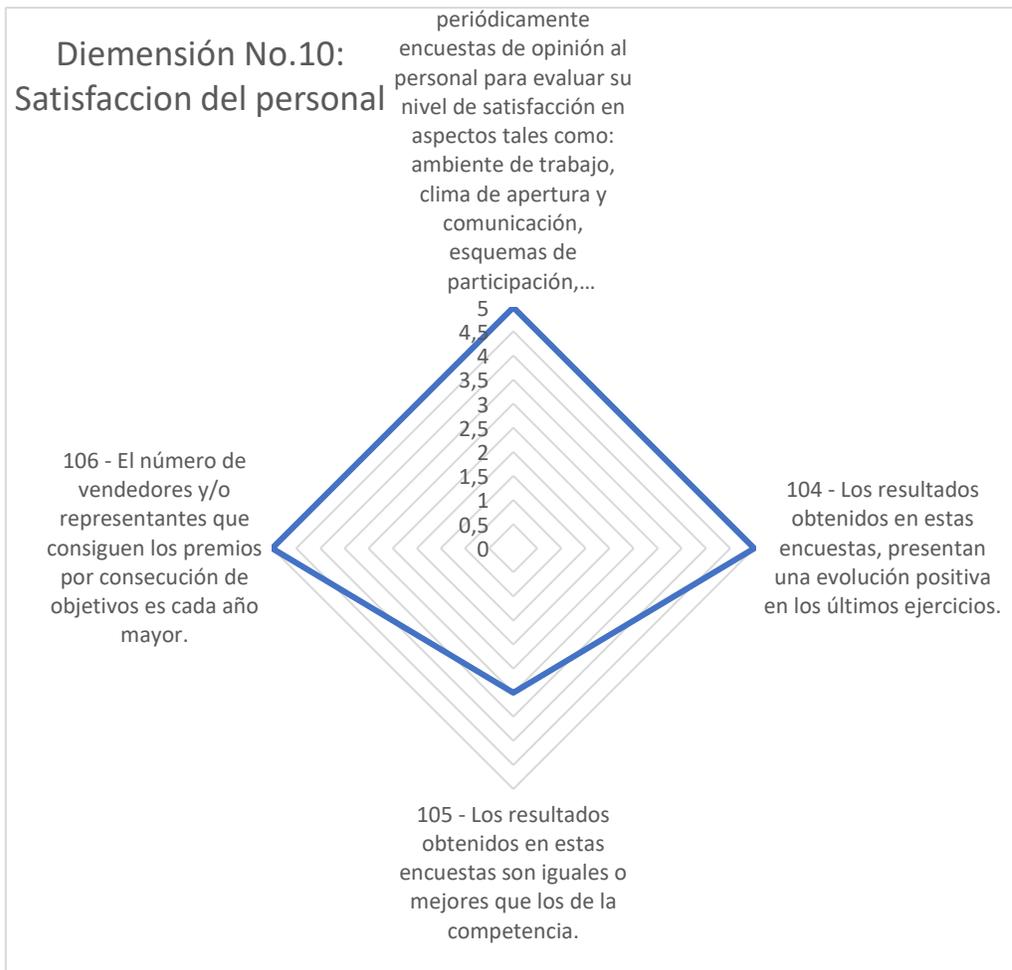


Figura 10 Dimensión No. 10: Satisfacción del personal.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis:

En este grafico se logra obtener la percepción de los clientes internos de Bigfoot, donde vemos que se está de acuerdo con el reconocimiento que les brinda la compañía frente a las labores realizadas, y que se valora la opinión de cada uno de ellos mediante encuestas.

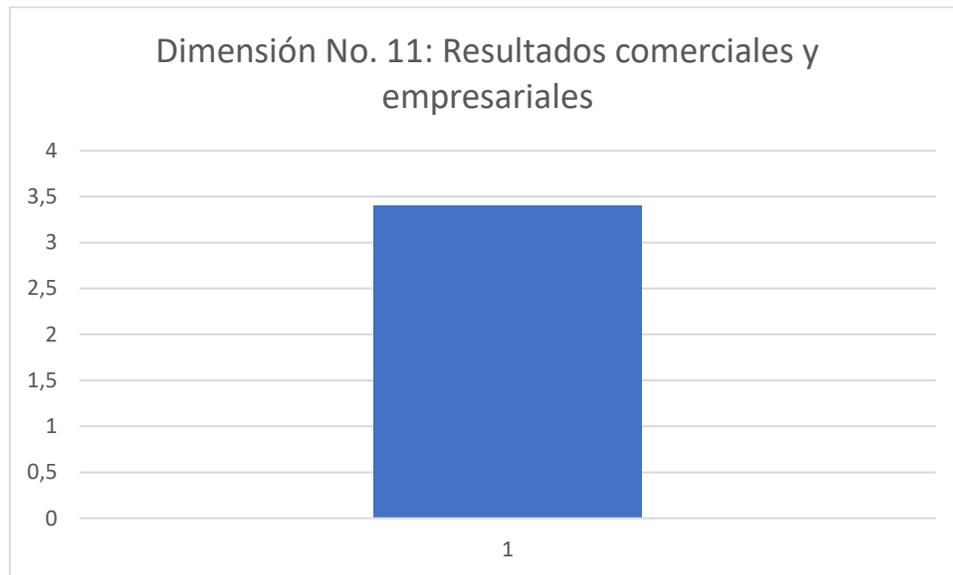


Figura 11 Dimensión No. 11 relaciones comerciales y empresariales.

Fuente: Elaboración propia, con información de Bigfoot Colombia, 2019.

Análisis:

Frente al resultado del cuestionario, se obtiene 3.5 frente a los logros que está alcanzando la organización, y más específicamente para la toma de decisiones para cualquiera de las áreas, sean correctivas o de prevención, de tal manera que es importante señalar que puede ser un crecimiento de la calificación con respecto al año anterior y que se han establecido medidas para mejorar este indicador, así mismo cabe resaltar que factores como la captación de clientes donde se especifica que ha sido positiva, puede llegar a ser mucho mejor si se aplican correctamente los planes de mejora de calidad de cada uno de los procesos.

Reporte Global

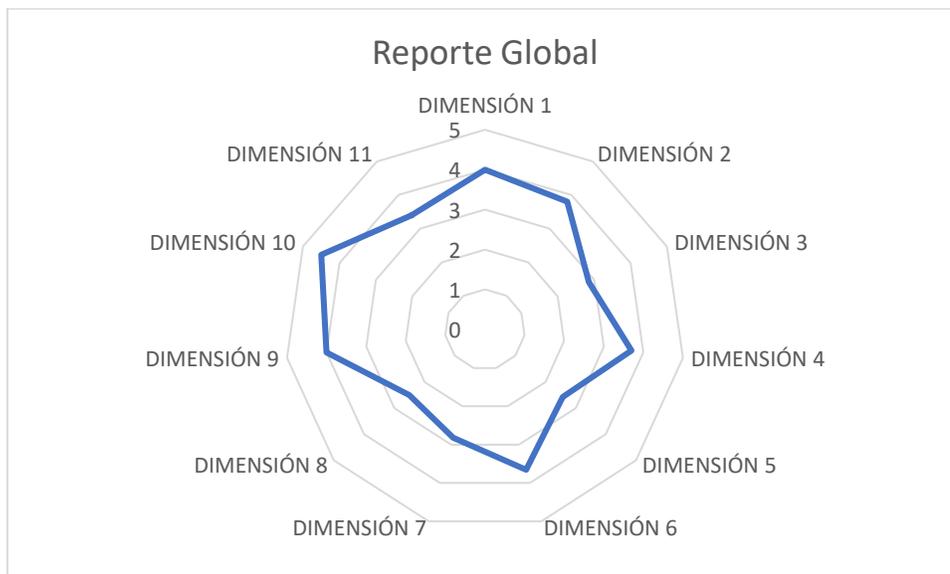


Figura 12 Grafico Global.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Análisis:

Este reporte global contiene los resultados de todas las dimensiones, se logra evidenciar la ubicación de la dimensión 8 “Satisfacción del cliente”, es la que debería estar por fuera del área 2, y debería tender hacia un 4. Bigfoot en la prestación del servicio debe enfocarse claramente en el cliente y lograr obtener una percepción agradable por parte de él. Otra de las dimensiones que se ubica muy cerca es la 3, “Calidad de la Dirección Comercial”, ciertamente hay una unión entre estas dos dimensiones ya que para que haya clientes satisfechos debe haber un adecuado liderazgo y ejecución de planes por parte del área comercial. Resalta la posición de la Dimensión 10 “Satisfacción del Personal”, el cual logra llegar al puntaje 4, indica que Bigfoot logra demostrar un compromiso con el personal, el cual puede llegar a ser un punto a favor entre la comunicación de la dimensión 8 y 3, si se implementan planes de mejora dentro de estas categorías, y su correspondientes subcriterios, claramente los resultados serán mucho mejores.