

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
SERVICIOS TECNOLÓGICOS PERSONALIZADOS S.A.
(RYTE APP)**

**SUSTENTADO POR:
EDWARD DAVID SABILLÓN SEVILLA
21611238**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	I
ÍNDICE DE FIGURAS	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	VII
INTRODUCCIÓN	IX
CAPÍTULO I.....	8
1.1. Objetivos de la Práctica Profesional	8
1.1.1. Objetivo general	8
1.1.2. Objetivos específicos	8
1.2. Datos Generales de la Empresa	9
1.2.1. Reseña histórica	9
1.2.2. Misión	9
1.2.3. Visión.....	9
1.2.4. Valores	9
1.2.5. Organigrama	10
CAPÍTULO II	12
2.1. Actividades realizadas en la empresa.....	12
2.1.1. Prospección y visita a clientes potenciales	12
2.1.2. Capacitación a comercios	13
2.1.3. Ingreso de catálogos.....	13
2.1.4. Apoyo a la campaña “Mamá Empoderada”	14
2.1.5. Base de datos de clientes potenciales.....	14
CAPÍTULO III.....	16
3.1. Propuestas de Mejora	16
3.1.1. Implementación del manual RYTE comercio en las capacitaciones.....	16
3.1.1.1. Antecedentes	16
3.1.1.2. Descripción de la propuesta	16
3.1.1.3. Impacto de la propuesta	17
3.1.2. Plan de capacitación	18
3.1.2.1. Antecedentes	18
3.1.2.2. Descripción de la propuesta	18
3.1.2.3. Impacto de la propuesta	20
CAPÍTULO IV	21
4.1. Conclusiones	21

4.2. Recomendaciones	22
Referencia bibliográfica	23
Glosario	24
Anexos	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama.....	4
-----------------------------------	---

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de capacitaciones a nuevos colaboradores del area de ventas	19
--	----

DEDICATORIA

A mi madre, Silvia Sevilla, por ser el motivo de inspiración para poder lograr esta meta y me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles.

A mi padre, Adelmo Sabillón, por haberme formado con buenos hábitos y valores que me han servido en el proceso de mi formación como profesional.

A mis hermanos, Johan Sabillón, Daniel Sabillón y Mónica Sabillón, por su paciencia, llegar a ser una motivación y ejemplo para seguir para ellos.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí y motivarme. Mis tíos, mis primos, que han estado presente en el transcurso de mi formación profesional, este logro va dedicado a todos ustedes.

AGRADECIMIENTO

A Dios, el divino creador, por concederme salud, fortaleza y sabiduría, por iluminarme el camino y darme la voluntad de seguir adelante para permitirme cumplir esta meta profesional.

A mi tía, Aura Puerto por haber sido un pilar importante de apoyo y brindarme consejos que me ayudaron en lo largo de estos últimos años.

Infinitas gracias a Grupo Aurum, por haberme dado la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo y poder culminar esta etapa de mi carrera estudiantil como profesional.

A mi jefe inmediato, Daniela Enamorado, por ser una guía ejemplar en mis labores de práctica profesional y hacer que tuviera una experiencia satisfactoria en mi cargo laboral.

A mis amigos, por su apoyo incondicional y alentarme a seguir adelante.

RESUMEN EJECUTIVO

La economía digital es un concepto que ha tomado auge en los últimos años basándose en poder proporcionar de manera rápida y eficiente bienes y servicios con tan solo dar un click desde un dispositivo móvil. Con la ayuda de las nuevas tecnologías de información y comunicación, pero sobre todo del internet, hemos podido evolucionar nuestra forma de compra y ventas fomentando la innovación en distintos sectores de la economía hondureña.

Previo a la investidura de la Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales, el practicante realizó la práctica profesional en una empresa, la cual fue Sistemas Tecnológicos Personalizados S.A de C.V. (RYTE), RYTE es una aplicación móvil que conecta al comercio con los usuarios brindando un servicio garantizado de manera segura y de excelencia con un alto control logístico en conductores y vehículos para hacer que la experiencia del usuario como del comercio sea agradable.

El practicante se desempeñó en el área de ventas, en donde tuvo la oportunidad de aplicar su conocimiento y habilidades con base en servicio al cliente, manejo de información y uso de herramientas tecnológicas ante las actividades realizadas a lo largo de su periodo de práctica laborando para la empresa RYTE. Algunas de las actividades no solamente se realizaron dentro de la empresa, también se realizaron visitas a distintos comercios con la finalidad de ofrecerles el servicio por el cual se caracteriza, permitiéndole a la empresa posicionarse en el mercado sampedrano y fortalecer la marca.

Durante el tiempo laborando dentro de la empresa, se lograron identificar problemas que permitió al practicante brindar propuestas de mejora que ayudarían a solucionar y lograr una mayor efectividad dentro de sus actividades. Una de las propuestas surge de la observación que tuvo el practicante de no recibir ningún tipo de capacitación ni inducción por parte de la empresa para lograr capacitar al comercio, esto generaba dudas y consultas sin poder responder, es por eso que el practicante decide aplicar un plan de capacitación al área de ventas que son los encargados de afiliar a los comercios y el servicio al cliente de RYTE, esto generaría mayor productividad, aumento en la ventas y mejora en la atención a los clientes. Según Mondy y Noe (Mondy, 2017) la capacitación y el desarrollo es el centro de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las capacidades de los empleados y el desempeño organizacional.

Seguidamente la otra propuesta de mejora para la empresa es la implementación de un manual de uso y funcionamiento de RYTE comercio, esta sugerencia surge de la necesidad que en su momento los comercios afiliados llegan a ocupar, como ser información sobre el uso y manejo de la aplicación móvil. Cabe destacar que al comercio se le brinda una capacitación sobre la misma pero se quedan con dudas y se tiene que volver a presentar el practicante a volver a capacitarlos, este manual sería un impacto positivo para ambas partes ya que la empresa RYTE se ahorraría tiempo y dinero, y el comercio tendría la información de manera instantánea.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe se describen las actividades realizadas en el transcurso de la práctica profesional llevada a cabo en el área de ventas de la empresa Servicios Tecnológicos Personalizados S.A. (RYTE), como requisito para la obtención del título en grado de licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Del 19 de abril al 30 de junio de 2021, el practicante se desempeñó como asistente de ventas en dicha empresa.

RYTE es una aplicación móvil que conecta al usuario con el conductor, garantizando un traslado seguro y de excelencia, basado en un sistema tecnológico de alta gama, con un alto control de conductores y flota de vehículos que satisfagan las necesidades de sus clientes. El practicante llevó a cabo actividades de apoyo a la empresa, entre ellas envío de propuestas comerciales a clientes potenciales, apoyo al departamento comercial de RYTE market, seguimiento de las solicitudes a clientes potenciales. Asimismo, supervisión de catálogos en los comercios afiliados a la app, incluso se mantuvo contacto con el departamento de mercadeo ubicado en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras, para dar seguimiento a trabajos del área.

El informe se divide en cuatro capítulos en el cual se expone todo lo relacionado a la práctica profesional dividiéndose de la siguiente forma: en el capítulo uno se exponen los objetivos de la práctica, los datos generales y reseña histórica de la empresa Servicios Tecnológicos Personalizados S.A. En el segundo capítulo se expone una breve explicación sobre el manejo del área de trabajo, cómo se distribuyen las funciones principales y tareas en el área de ventas de la empresa. En el tercer capítulo se exponen las propuestas de mejoras para la empresa después de haber analizado las oportunidades de mejora. Para concluir, en el cuarto capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones para la empresa, la universidad y otros estudiantes con la información recabada en el periodo de la práctica profesional.

CAPÍTULO I

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo general

Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en las aulas de clase y en el área de trabajo, desarrollando habilidades y formación profesional.

1.1.2. Objetivos específicos

- Fortalecer conocimientos del área de ventas y manejo de clientes.
- Evaluar oportunidades de mejora para realizar propuestas de implementación que beneficien a la empresa RYTE.
- Ampliar conocimiento de empresas de innovación conociendo el funcionamiento de las mismas.
- Sugerir recomendaciones a la empresa con base en las actividades que se desarrollaron.

1.2. Datos Generales de la Empresa

1.2.1. Reseña histórica

RYTE es una empresa orgullosamente hondureña, legalmente constituida, iniciando operaciones el 5 junio del 2018. RYTE nace de la necesidad de brindar seguridad a la ciudadanía, incursionando en la innovación de la renta de aplicaciones móviles con el uso de tecnología de vanguardia.

Se especializa en el suministro de servicios de aplicación móvil para la renta de vehículos, es un producto innovador que cuenta con altos controles de calidad y seguridad, lo que permite que sus usuarios tengan una excelente experiencia al hacer uso RYTE.

A este tiempo han incorporado nuevas líneas de productos con el objetivo de proveer a sus clientes una solución integral a sus necesidades y así poder llegar a más espacios y usuarios. Cuenta con un excelente equipo de trabajo el cual se capacita de forma continua a fin de estar actualizado en los cambios e innovaciones tecnológicas que se presentan.

Su objetivo principal es lograr una permanente mejora en sus productos a fin de dar un servicio que asegure la satisfacción del cliente, al tener un traslado de un lugar a otro de manera segura, con pago justo y en tiempo corto de respuesta. El cumplimiento de las pautas mencionadas los obliga a un estricto acatamiento de su manual de garantía de calidad y procedimientos a fin de lograr como meta final una satisfacción plena de nuestros clientes.

1.2.2. Misión

Ofrecer una forma práctica y segura de conectar al usuario con el conductor y garantizar un servicio seguro de excelente calidad, con estilo y confort que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.

1.2.3. Visión

Queremos llegar a ser la plataforma líder en servicios tecnológicos más utilizada en las principales ciudades de nuestro país y de la región, ofreciendo un servicio de alta calidad, manteniendo el reconocimiento y satisfacción de nuestros clientes.

1.2.4. Valores

- Compromiso: Identificar y sentir como propios los objetivos comunes y proponer mejoras para dar un servicio de calidad.

- Proximidad: Comprensión y cercanía a las necesidades de nuestros clientes y colaboradores.
- Empatía: Nos ponemos en la piel del cliente.
- Trabajo en equipo: Fomentar la participación de todos para lograr un objetivo común, la satisfacción del cliente.
- Creatividad e innovación: Apostamos por la mejora continúa buscando soluciones creativas y eficientes que garanticen la sostenibilidad de la compañía.
- Responsabilidad social: Nos comprometemos social y culturalmente con la comunidad, devolviendo a la sociedad parte de lo que recibimos de ella.
- Honestidad: Actuar con integridad personal, equidad y transparencia en las relaciones profesionales y personales.

1.2.5. Organigrama

En la figura 1, se presenta el organigrama general de la empresa, la cual está compuesta por un CEO cuya autoridad es de efecto inmediato para las acciones y decisiones de la empresa, seguido están los departamentos de Recursos Humanos, Mercadeo, Ventas Corporativas, Operaciones, CPO y Finanzas. El departamento de mercadeo se subdivide en un creador de contenido digital, estrategia digital y un creativo que se encargan de realizar las acciones de promoción y publicidad de la app, asimismo, el área de ventas se subdivide en ejecutivos comerciales que realizan la labor de servicio al cliente.

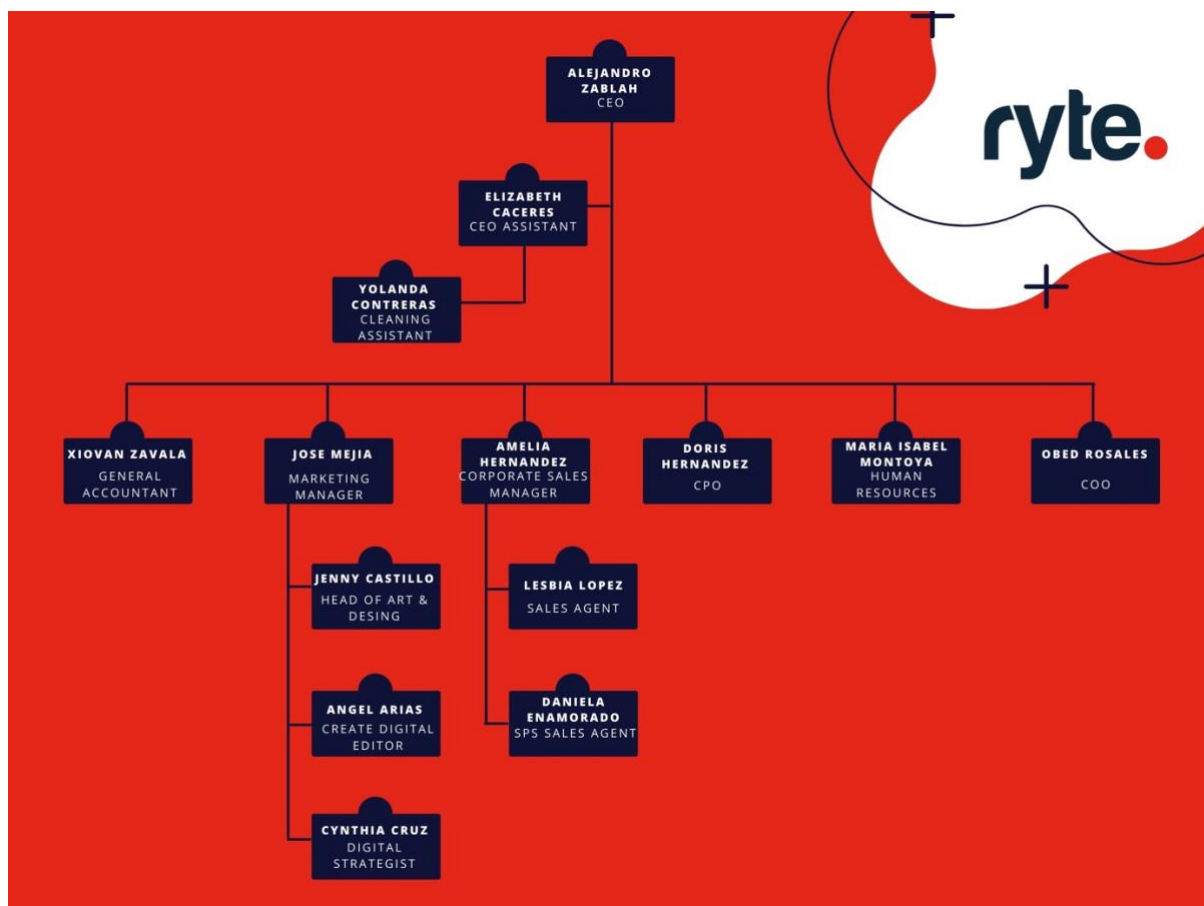


Figura 1: Organigrama de la empresa

CAPÍTULO II

El área de trabajo en donde se llevaron a cabo las actividades fue el departamento de ventas. Este departamento se encarga de contactar comercios que sean clientes potenciales interesados en afiliarse a RYTE.

Para poder desarrollar todas las actividades que fueron asignadas se toma en consideración la planificación, el buen uso de plataformas digitales y herramientas, sin duda todas las actividades fueron de fuerte aprendizaje generando una mejora en el practicante en el manejo de relaciones interpersonales y conocimiento sobre aplicaciones digitales, a continuación, un detalle de todas las actividades.

2.1. Actividades realizadas en la empresa

2.1.1. Prospección y visita a clientes potenciales

Una de las principales actividades que se realizaron fue la actividad de prospectar, dicha actividad es pieza clave en el proceso de venta de la empresa, ya que se basa en identificar a los clientes potenciales que podrían mostrar interés en los servicios de RYTE.

El proceso comenzaba revisando la base de datos donde se encuentran los correos electrónicos de la mayoría de los comercios de comidas que se establecen en San Pedro Sula, seguidamente se les contactaba por medio de correo electrónico enviándoles una propuesta breve, una presentación de qué es RYTE y cómo funciona.

Al recibir una respuesta por parte del comercio mostrando su interés por nuestros servicios se busca gestionar una reunión con el cliente para abordarlo y discutir en detalle la propuesta de RYTE, en este caso se muestra el contrato y se exponen los beneficios que este obtendría al afiliarse. Estas reuniones se llevan a cabo vía Zoom o de manera presencial (depende como el cliente desee).

Posterior a tener la reunión con el cliente y aceptar la propuesta, prosigue la firma de contrato que narra las cláusulas que la relación comercial conlleva, de empresa a empresa; datos comerciales de la empresa que se requieren y se agenda una cita para la capacitación.

2.1.2. Capacitación a comercios

La Nación (2019) estipula que la “reinversión digital y tecnológica debe poner el foco en el factor humano”, es por ello que la capacitación a los comercios es un proceso esencial. La misma permite mostrar y preparar al comercio sobre el uso y funcionamiento de la aplicación. RYTE se caracteriza por tener un manejo *self service*, es decir, que el comercio tiene la autonomía sobre la utilización de la aplicación.

Durante el proceso de capacitación se muestran las herramientas necesarias a la persona que está encargada de tomar y ejecutar las ordenes que los usuarios estarán pidiendo en la aplicación, asimismo, se crea un usuario y contraseña de acceso al comercio para que pueda ingresar al sitio web y pueda hacer sus gestiones como ser: editar productos, cambiar precios, agregar productos nuevos, editar sus horarios, cambiar fotos de su catálogo, entre otras opciones que ofrece RYTE comercio.

El objetivo de este proceso es darle más poder al comercio sobre la plataforma y evitar los procesos de intermediación que se pueden dar, por ejemplo, que el comercio quiera hacer un cambio en su catálogo y no haya necesidad de contactarse con soporte técnico para poder realizar el cambio, sino que él mismo pueda realizar las modificaciones en el momento que lo desee. Esto ahorra tiempo para ambas partes y es un beneficio mutuo para poder actuar con sus clientes de una manera más rápida y eficiente.

Durante el periodo de la práctica profesional, el practicante tuvo la oportunidad de realizar capacitaciones a distintos comercios entre ellos: Alquimia Cervecera, WrapCity y The Choripanes.

2.1.3. Ingreso de catálogos

Una de las ventajas con las que cuenta RYTE es el fácil manejo de su plataforma. La aplicación es tan intuitiva que puede ser controlada por cualquier persona sin necesidad de ser experto en la materia.

Esta actividad inicia solicitando el catálogo de productos o servicios que el comercio ofrece, seguidamente se ingresa al sitio web para poder crear las secciones en las que va a estar dividido el comercio, por ejemplo: entradas, platos fuertes, postres, bebida, etc. dependiendo lo que el

cliente comercialice para posteriormente, agregar los productos en donde irán detallados por: nombre, precio, descripción, imagen del producto, opciones extra (en caso de haberlas), entre otras funciones que la aplicación brinda. Se guarda el producto y se prosigue con el otro hasta finalizar el catálogo.

Este proceso sólo se realiza al principio por parte de la empresa RYTE al comercio ya que, como se mencionó anteriormente, la aplicación es “*self service*” y está optimizada para que pueda ser manejada por el comercio de manera rápida y eficiente.

2.1.4. Apoyo a la campaña “Mamá Empoderada”

En esta actividad se trabajó en conjunto con el departamento de mercadeo y diseño de Tegucigalpa. Se creó la campaña virtual “Mamá Empoderada” con el objetivo de elogiar a las madres dueñas de comercios afiliados en RYTE. El periodo de la campaña duró un mes, iniciando desde el 1 de mayo hasta el día de la Madre.

El proceso comenzó contactando a Gabriela Campbell, propietaria del comercio La Burrita Loca, y a Indira Sorto, propietaria de Puerto Ceviche, ambas de la ciudad de San Pedro Sula por medio de teléfono celular. Se coordinó una cita en donde se realizaría una sesión de fotos. Posteriormente las fotografías tomadas se enviaron vía correo al departamento de diseño en donde se encargarían de la creación de los artes que se estarían posteando en las redes sociales de RYTE (Instagram y Facebook).

Estas son redes sociales en la cual muchas empresas utilizan como medios de comunicación para promocionar o vender productos o servicios y quieren llegar a ciertos segmentos de mercado y que te permite llegar a tener un alcance más extenso, con el objetivo de lograr el mayor *engagement*. (Ver Anexo 1)

2.1.5. Base de datos de clientes potenciales

“La función de una base de datos es, precisamente, facilitar el acceso a ellos. Al tener todo almacenado en un mismo lugar, optimizaremos nuestro tiempo de búsqueda de información” (López, 2021).

Para poder llegar a nuevos prospectos, se requiere de un proceso de investigación. Se le asignó al practicante realizar una base de datos de posibles comercios que estén dispuestos a afiliarse

a RYTE. Esta actividad comienza ingresando a la red social Facebook en la sección de Marketplace; se filtran los comercios como ser emprendimientos, pequeña, mediana y grande empresa que comercialicen productos que puedan ser transportados por los conductores en moto o carro compacto.

Seguidamente se les contacta por medio de Facebook Messenger, saludándoles y explicándoles el interés en que formen parte de la aplicación. Posterior a eso, se les consulta un número de teléfono o correo electrónico en el que se podría mandar la propuesta de RYTE Market, otros datos como el nombre del contacto al que se va a dirigir el ejecutivo comercial.

Esos datos se colocan en una hoja de trabajo de Microsoft Excel de la siguiente forma: Nombre del comercio, contacto, número de teléfono, correo electrónico, dirección y producto, esto con la finalidad de llevar un orden.

CAPÍTULO III

3.1. Propuestas de mejora

En el presente capítulo se detallará las propuestas de mejora identificadas durante la práctica profesional, con el objetivo de poder generar un impacto positivo y escalable dentro de las actividades realizadas.

3.1.1. Implementación del manual RYTE comercio en las capacitaciones

3.1.1.1. Antecedentes

En vista de la necesidad por las empresas de mantener un orden de manera optima, surge la creacion del manual comercios RYTE, para ayudar a los usuarios poder comprender el uso apropiado de la aplicacion y permitiendo la accesibilidad del servicio al cliente por parte de la empresa. El manual comercios RYTE es una herramienta idonea para plasmar procesos de actividades especificas en la aplicación, donde se establecen procedimientos y controles para realizar las actividades comerciales de manera eficaz y eficiente.

Ante la demanda de informacion por conocer el uso de la aplicación, nace la interrogante en la empresa de como descubrir el metodo apoyo para brindar un tramo de control y canales de comunicación que permitan el apoyo necesario a los clientes. El objetivo principal es crear una fuente de informacion directa como lo es el manual. En este caso para las empresas comerciantes, no hay duda de que es una de las aplicaciones más utilizadas por que cuenta con chat directo, método de cobro fácil, desarrollo de entregas al instante y entregas programadas. Se logra la Administración de entregas a pedidos en un sistema integrado con una red de conductores (Ryte.hn, 2021).

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en proporcionar dentro de aplicación un manual el cual ayudará a cada empleado a familiarizarse con el modelo de negocios por medio de la aplicación o familiarizarse con la forma de trabajo por medio de ella, ya que en este caso, no existe una forma de capacitación extra para los empleados que cursan por este empleo. Es por ello que esta propuesta permite a la empresa el poder mantener un mejor orden, ya que los estándares serán correctamente entendidos y llevados en ejecución de manera transparente y se podrá lograr obtener el pleno compromiso de los empleados y su maximización, ya que verán el

compromiso que la empresa toma hacia ellos por medio de apoyo de sus dudas mediante el manual.

La empresa podrá ganar tanto tiempo como dinero con el simple hecho de la implementación de este manual, donde este constará de divisiones como: registro o inicio de sesión; en donde el empleado podrá crear una cuenta o simplemente al contar con ella solo iniciará sesión. Órdenes aquí se logra visualizar las tareas que la empresa proporciona al empleado; Historial, el estado actual de actividades realizadas, productos en esta se proporciona los productos, secciones, configuración donde el empleado puede ejecutar ciertas modificaciones con el fin de un mejor desplazamiento en la aplicación e información sobre esta, y finalmente dispositivos móviles.

3.1.1.3. Impacto de la propuesta

La contribución que esta propuesta daría a la empresa es muy significativa, ya que es muy importante que los empleados puedan conocer perfectamente la forma de trabajo y que la empresa pueda responder a sus incógnitas sobre el manejo de la aplicación, para que cuando tengan dudas, puedan acudir a las secciones del manual donde estará incorporado de manera que cada uno de ellos logre guiarse contando con las posibles dudas que se puedan presentar. La empresa permitira una fuente para el completo conocimiento del uso y funcionamiento de la aplicación RYTE, ya que los manuales son un instrumento importante en la administración, pues persiguen la mayor eficiencia y eficacia en la ejecución del trabajo asignado al personal para alcanzar los objetivos de cualquier empresa (Beglobber, 2019).

La implementación del manual reduciría de un promedio del 70% las dudas o consultas sobre el uso y manejo de la aplicación ya que es entendible por parte de los comercios afiliados. La empresa incluso ha realizado visitas para consultar de que manera ayudaría un manual físico y se obtuvieron respuestas positivas y de aceptación. Por ende, el manual comercio RYTE es una herramienta única, aportando soluciones inmediatas y aclaraciones de dudas frecuentes sobre el manejo y funcionamiento de la aplicación. Esta implementación disminuiría la demanda de información frecuente en el área de servicio al cliente por parte de los comercios, así mismo semanalmente de un promedio de 10 llamadas que se reciben para información del uso de la aplicación se reducirían a un 80%, evitando las visitas continuas a los comercios afiliados.

3.1.2. Plan de capacitación

3.1.2.1. Antecedentes

Las capacitaciones son el as bajo la manga de las empresas, ya que por medio de estas, las empresas logran que sus empleados puedan actualizar su conocimiento para poder potenciar el crecimiento y siempre alinearse con la estrategia de ventas de la empresa, por lo que es algo fundamental, sobre todo cuando el mercado es cambiante. RYTE es una empresa hondureña que viene estableciéndose en el mercado sampedrano. San Pedro Sula es un mercado saturado de aplicaciones móviles dirigidas al rubro de *delivery*, es por eso que se tiene que vender a los comercios de manera atractiva.

El practicante realizó capacitaciones a los comercios sobre el uso de la aplicación pero no con todos los conocimientos necesarios que se requerirían para ofrecer la aplicación. El poder capacitar a los empleados pertenecientes al área de ventas quienes son los que ofrecen el servicio, proporcionaría herramientas innovadoras de manera que se logre el aumento de ventas. “Los empleados puedan desarrollar capacidades para que realicen cada vez mejor las actividades” (Industrial, 2020).

3.1.2.2. Descripción de la propuesta

La capacitación conseguirá que el personal esté más preparado y cuente con mayor conocimiento sobre sus funciones. Esto se traducirá en una resolución mucho más rápida de los problemas, ahorrando tiempo en las tomas de decisiones por parte del personal y por tanto la posibilidad de ahorrar recursos en la empresa (Importancia, 2021).

La propuesta consiste en aplicar capacitaciones especialmente al área de ventas, ya que es la línea que repercute de manera directa en los resultados de la empresa, de manera que se logre un modelo de ventas que ayude a lograr la fidelización de los clientes. Transmitir información de una persona a otra se le llama comunicación permitiendo expresar sus conocimientos, la solución ideal para la empresa es capacitar al personal de ventas de manera que pueda transmitir de manera clara y concisa la información a los comercios afiliados a la hora de capacitarlos.

Según Entrepreneur (2014), las habilidades manuales son mejores usando este entrenamiento de cuatro pasos:

1. Preparar a los empleados. Dejar que vean a alguien más hacer el trabajo. Esto les dará la oportunidad de observar no sólo el proceso, sino también el producto final. Además, podrán preguntar cosas y entender qué se espera de ellos.

2. Brindar información. Una vez que vieron a alguien hacer el trabajo, es hora de que ellos lo hagan. En este momento, la rapidez no es importante, deben aprender la tarea lentamente. Se deben guiar en cada paso y asegurar que lo hagan bien.

3. Dejar que practiquen. En este punto, se debe dejar que hagan la tarea un poco más rápido y que expliquen cada cosa que hacen. Se sigue dando retroalimentación si lo necesitan, pero la meta es que se compruebe qué tanto entienden ellos mismos. Finalmente, deben hacer el trabajo rápido sin ayuda o retroalimentación. A través de esto, se evaluará si están listos para trabajar con clientes reales.

4. Realizar un seguimiento para ver si aprendieron la habilidad. Observar periódicamente y asegurar de que siguen haciendo todo bien. Se debe ayudar si se observa que están teniendo errores o si toman atajos.

De esta manera, los nuevos colaboradores de RYTE (Ejecutivos Comerciales) estarán más informados de los servicios que ofrecen y del manejo de la aplicación para así poder transmitirla a los comercios afiliados de manera clara.

Tabla 1. Cronograma de capacitaciones a nuevos colaboradores del area de ventas

Tema de capacitacion	Duracion
Induccion a RYTE.	10 minutos
Uso y manejo de la aplicación en la web.	40 minutos
Uso y manejo de la aplicación en dispositivos moviles.	10 minutos

Mediante esta cronologia del calendario propuesto, en la induccion a RYTE se impartiran los temas, Que es RYTE, la mision, vision y valores de la empresa, organigrama e informacional general de la empresa, seguidamente en el uso y manejo de la aplicación en la web se impartira un curso explicandoles las funcionalidades que tiene la aplicación en el sitio web y para concluir el uso y manejo de la aplicación en dispositivos moviles que tiene ciertas diferencias a la anterior, cabe mencionar que estas capacitaciones seran impartidas por un ejecutivo

comercial conocedor del tema por tanto la empresa no incurriera en ningun costo monetario externo.

3.1.2.3. Impacto de la propuesta

Su contribución recae en adaptar una mejor estrategia de ventas donde se logre mejorar tanto el conocimiento que los clientes necesitan de como satisfacer sus necesidades al igual que descubrir el servicio y los valores que la empresa posee, se presentará una capacitacion de induccion a los colaboradores del area de ventas, mejorará el profesionalismo y aumentara sus conocimientos en empresas innovadoras.

Asi mismo la empresa no incurriera en ningun costo para la implementacion, mas sin embargo se reducira de manera cuantitativa en un 40% los tiempos de capacitacion a nuevos colaboradores con la implementacion de esta propuesta.

Se proyectará una buena imagen de la empresa. Se obtendrán destrezas y habilidades requeridas para generar más ganancia y homogeneizar la productividad y efectividad con los clientes (SalesUp, 2017).

Es importante reconocer que mediante las capacitaciones a los nuevos colaboradores, les permitira transmitir una amplia gama de informacion a los nuevos comercios que formen parte de RYTE, tomando en cuenta que se extiende el conocimiento de los usos y beneficios de la aplicación.

CAPÍTULO IV

4.1. Conclusiones

- Dentro de las actividades realizadas, las principales fueron poder contactar con clientes potenciales, emprendimientos, pequeña, mediana y grande empresa dentro del mercado sampedrano que hubiese una probabilidad de poder afiliarlos y pudieran pertenecer a la aplicación. De igual forma, la realización de una base de datos con datos de prospectos que pudieran unirse a nuestra cartera de clientes.
- Se interactuó con el departamento logístico y de mercadeo fomentando el trabajo en equipo y se logró entender la importancia de cada uno de los departamentos y comprender el funcionamiento que conlleva una empresa de nuevas tecnologías como ser las aplicaciones delivery, asimismo conocer como ha crecido la tendencia de estas empresas con base en la creación de nuevos competidores a las cuales se les realizó un proceso continuo de benchmarking para tomar referencias y poder estar dentro del círculo competitivo.
- De igual forma, para RYTE se propone poder involucrar un manual de uso en su proceso de capacitación al comercio, al poder hacer uso de este manual el comercio podrá visualizar de manera gráfica el paso a paso de las funcionalidades de la aplicación que ofrece RYTE, las cuales son: productos, órdenes, historial y el más importante, el manejo de la aplicación en dispositivo móvil para así poder ejecutar las órdenes recibidas y lograr tener esa cercanía con los clientes para brindarles un servicio de calidad.
- La implementación de un plan de capacitación a nuevos empleados en el área de ventas no solamente aumentaría la productividad, sino que también se fomentaría la comunicación y aprendizaje por parte de los colaboradores sobre el funcionamiento de la aplicación, las técnicas de trabajo, los servicios que se ofrece y el conocimiento requerido para capacitar a los clientes.
- Durante la práctica profesional con RYTE, se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Se logró analizar, identificar y proponer nuevas técnicas de mejora en el manejo del servicio al cliente, en la cual llega a permitir que el servicio que brinde la empresa sea más efectivo y eficaz, enfocándose en brindar una

asistencia a los comercios de mayor calidad tomando en cuenta la misión, visión y metas de la organización que se quieren cumplir.

4.2.Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones para RYTE

- Creación de un departamento de mercadeo en San Pedro Sula que pueda asistir a los comercios de esta zona de manera inmediata con los servicios de publicidad que RYTE otorga por medio de redes sociales.
- Contratación de personal operativo (Drivers) para poder suplir la necesidad de los usuarios de manera rápida y efectiva.
- Ejecutar estrategias de marketing para poder darse a conocer en el mercado sampedrano y lograr posicionar la empresa en la mente del consumidor.

4.2.2. Recomendaciones para UNITEC

- Elaborar talleres y simulaciones de cómo es trabajar en un ambiente laboral y diferenciar entre el salón de clases y una empresa, de esta manera, el estudiante tendrá una perspectiva diferente a lo que se enfrentará y tendrá conocimiento de cómo actuar durante las situaciones dadas.
- Gestionar alianzas con empresas nacionales y extranjeras, donde se puedan realizar visitas de clases específicas como marketing digital, investigación de mercados, etc., en donde el alumno pueda ampliar sus conocimientos y visualizar la realidad profesional.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes de la carrera

- Mantener una actitud positiva, tanto en la vida personal como en la profesional y con ánimos de aprender, esto hace que el proceso sea agradable y memorable.
- Sé proactivo, esfuérzate en realizar las actividades asignadas a tiempo y demuestra creatividad para demostrar tus habilidades y capacidades como estudiante de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.
- Organiza bien tu tiempo, eso ayudará a no realizar asignaciones de forma apresurada y probablemente ayudará a ahorrar el doble trabajo.

Referencia bibliográfica

- Beglobber. (9 de diciembre de 2019). *El manual de usuario y su importancia*. Obtenido de blog.beglobber.com: <https://blog.beglobber.com/post/el-manual-de-usuario-y-su-importancia>
- Industrial, M. d. (23 de abril de 2020). *Importancia de la capacitación para tu equipo de ventas*. Obtenido de mdc.org.co: <https://mdc.org.co/importancia-de-la-capacitacion-para-tu-equipo-de-ventas/>
- Ryte.hn. (2021). *Soluciones para tu empresa o negocio*. Obtenido de ryte.hn: <https://ryte.hn/empresas/>
- SalesUp, E. E. (9 de febrero de 2017). *Capacitación en ventas*. Obtenido de salesup.com: <https://www.salesup.com/crm-online/capacitacion-en-ventas.shtml>
- Mondy, W. (19 de Octubre de 2017). *Administracion de Recursos Humanos*. Obtenido de Academia : www.academia.edu/Mondy_administracion_de_recursos_humanos_capitulo
- Raquel López. (2016). Base de datos de clientes: aprende lo necesario para crear la tuya. 2021, de instasent Sitio web: <https://www.instasent.com/blog/base-de-datos-de-clientes-aprende-lo-necesario-para-crear-la-tuya>
- Entrepreneur. (2014). 4 pasos para capacitar a tus empleados . 2021, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/267207>
- La Nación, & negocios. (2019, May 7). El cambio digital debe estar enfocado en los colaboradores: Estudio global de tendencias de capital humano de Deloitte para el 2019 enfatiza la importancia de invertir en la capacitación del personal. *La Nación*. <https://www.proquest.com/docview/2221125795/citation/FDC373CD080F4EFCPQ/3>

Glosario

1. Posicionamiento: Se refiere a la percepción que los consumidores poseen sobre determinadas marcas, nombres comerciales o empresas en relación con sus competidores.
2. Engagement: es un constructo psicológico que significa conexión emocional, pero que hace referencia a cuán activamente se encuentra involucrado el individuo en una determinada actividad.
3. Self service: O por su traducción en español “autoservicio” es la práctica de servirse a uno mismo, por lo general esto se aplica en la compra de artículos.
4. Economía digital: Es una nueva forma de producción y consumo que emerge con la introducción de las tecnologías de internet y que afecta no sólo a la economía sino también a la sociedad.
5. Delivery: Se llama delivery al servicio de reparto que ofrece un comercio para entregar sus productos en el domicilio del comprador.
6. Plataformas digitales: son soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet.
7. CEO: son las siglas de chief executive officer, que se traduce como director ejecutivo. El CEO es el máximo ejecutivo de la empresa y sobre él recaen grandes responsabilidades, como tomar las decisiones más importantes y dirigir las estrategias que llevarán a la empresa a conseguir sus objetivos.
8. CPO: La persona que se encarga en la empresa de gestionar los productos y los servicios que ofrece la organización. En primer lugar, planifica el producto, lo gestiona y se encarga de que los miembros de la empresa tengan claros los objetivos que están relacionados con dicho producto.
9. APP: El término app originalmente se refería a cualquier aplicación móvil o de escritorio, pero a medida que surgían más tiendas para vender aplicaciones móviles a usuarios de teléfonos inteligentes y tabletas, el término ha evolucionado para referirse específicamente a estos pequeños programas que pueden descargarse e instalarse a la vez en su dispositivo móvil.

10. Market: Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico.

Anexos

Anexo 1 Arte Campaña "Mamá Empoderada"



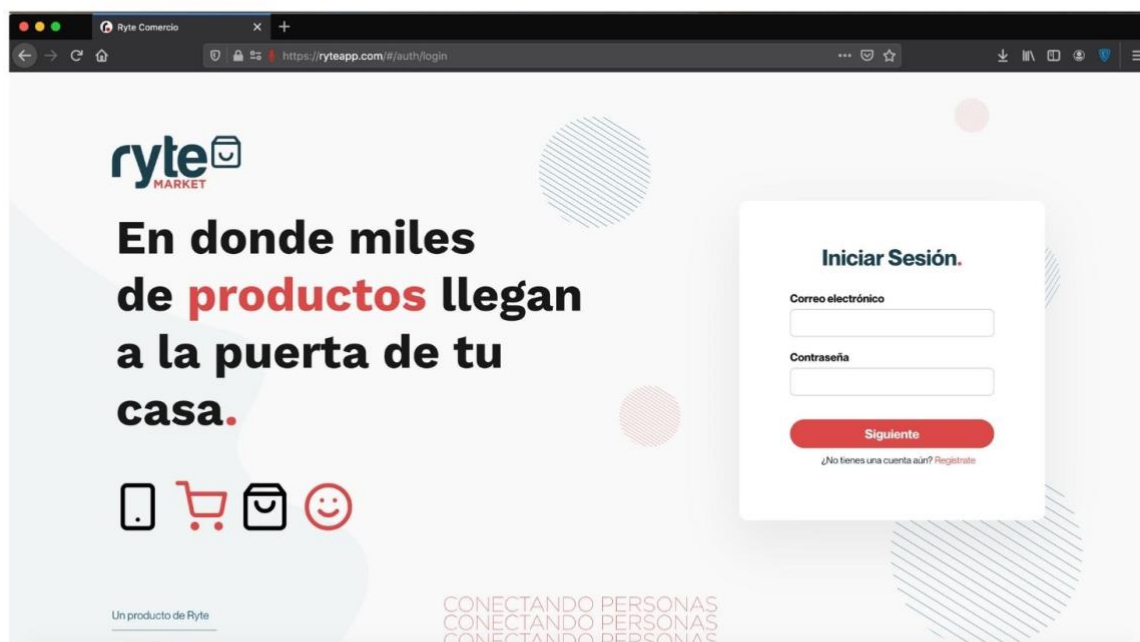


CONTENIDO

- 01** **Ingreso a la Web**
Inicio de sesión
- 02** **Página principal**
Pestaña de inicio RYTE Comercio
- 03** **Ordenes**
Página Web
- 05** **Historial**
Página Web
- 06** **Productos**
Agregar producto nuevo, añadir opciones o extras, habilitar, deshabilitar y eliminar producto.
- 15** **Secciones**
Añadir o eliminar secciones
- 17** **Configuración**
Mi tienda, métodos de envío, métodos de pago, horarios y usuarios.
- 25** **Ingreso a la App**
Dispositivos móviles
- 27** **Ordenes**
Dispositivos móviles
- 28** **Historial**
Dispositivos móviles
- 29** **Productos**
Dispositivos móviles

INICIO DE SESION

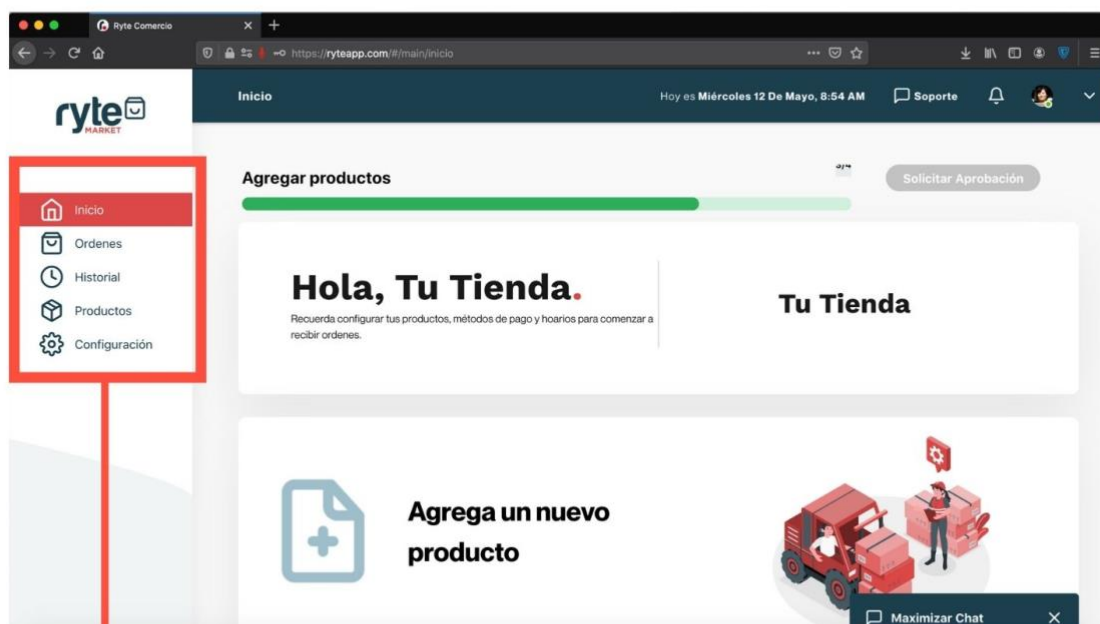
Paso 1: Ingresar a <https://ryteapp.com>



Paso 2: Ingresar el correo electronico **Paso 3:** Ingresar Contraseña

PAGINA PRINCIPAL

Al momento de ingresar el correo electrónico y contraseña ingresa a la página de inicio de RYTE comercio.

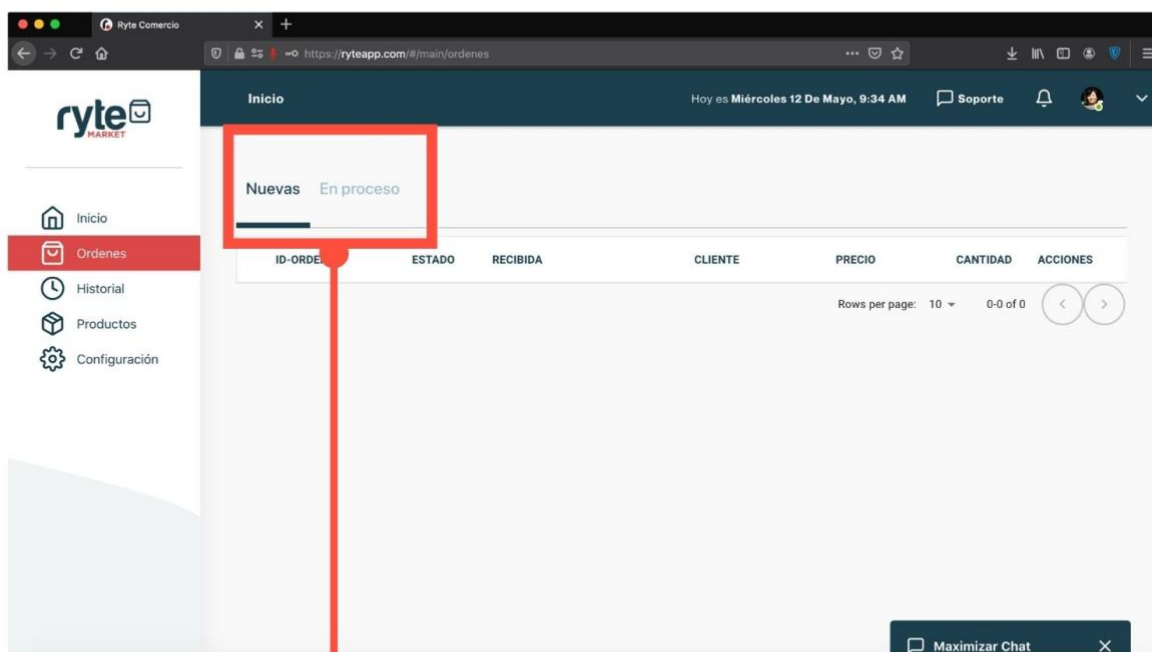


Se divide en 5 pestañas

- Inicio
- Ordenes
- Historial
- Productos
- Configuración

ORDENES

En la pestaña ordenes presenta dos secciones, Nuevas y En Proceso.



En la seccion Nuevas estan las ordenes que todavia no se han aceptado y un cliente requiere de un producto o servicio del comercio.

En la seccion En proceso son las ordenes que el comercio ya acepto y esta preparando para enviar al cliente.

ORDENES

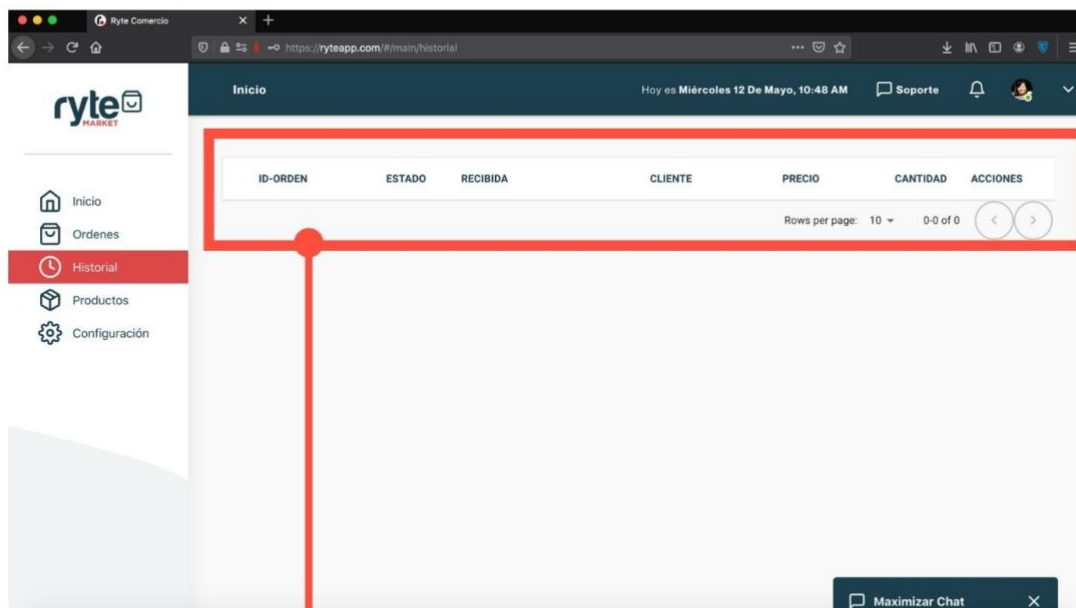
The screenshot shows the 'ORDENES' section of the Ryte Comercio web application. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Inicio', 'Ordenes', 'Historial', 'Productos', and 'Configuración'. The main content area displays a table with columns for 'ID-ORDEN', 'ESTADO', 'RECIBIDA', 'CLIENTE', 'PRECIO', 'CANTIDAD', and 'ACCIONES'. A red box highlights the table header and pagination controls, with a red line pointing to the 'ACCIONES' column.

En ordenes Nuevas y En proceso se detallan de manera estructurada las categorías de cada orden

- Id Orden: Código de la orden
- Estado: Estado de la orden
- Recibida: Si la orden fue recibida por el cliente o no
- Cliente: Nombre del cliente que realizó la compra
- Precio: El monto que el cliente pagó por la orden
- Cantidad: Cantidad de productos
- Acciones: Comentarios adicionales de parte del cliente

HISTORIAL

En la pestaña historial muestra todas las ordenes procesadas que el comercio ha aceptado.

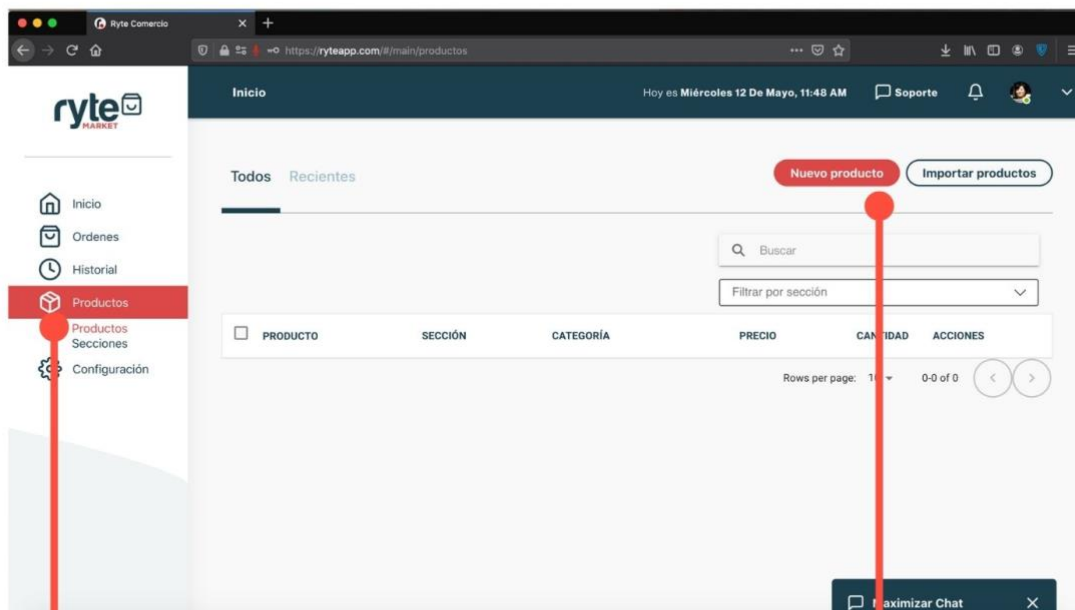


Las ordenes se detallan de manera estructurada las categorias de cada orden

- Id Orden: Codigo de la orden
- Estado: Estado de la orden
- Recibida: Si la orden fue recibida por el cliente o no
- Cliente: Nombre del cliente que realizo la compra
- Precio: El monto que el cliente pago por la orden
- Cantidad: Cantidad de productos
- Acciones: Comentarios adicionales de parte del cliente

PRODUCTOS

COMO AGREGAR NUEVOS PRODUCTOS AL CATALOGO?



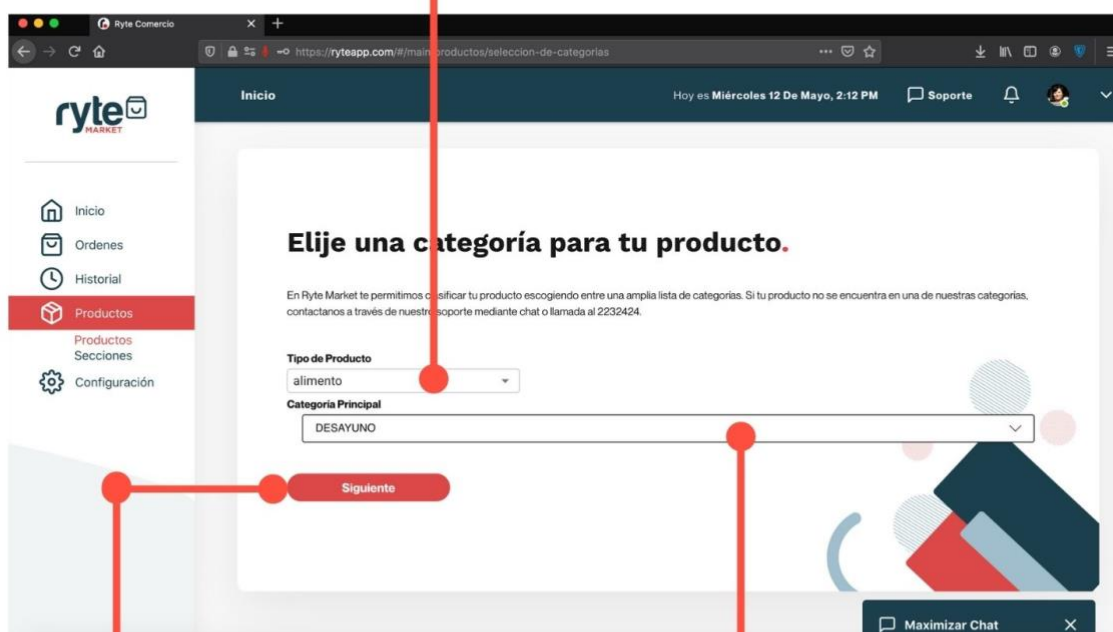
Paso 1: Seleccionar la pestaña de productos.

Paso 2: Click en Nuevo Producto

PRODUCTOS

COMO AGREGAR NUEVOS PRODUCTOS AL CATALOGO?

Paso 3: Seleccionar el tipo de producto que va a comercializar, puede ser, alimento, servicio o articulo.



Paso 4: Seleccionar la categoría principal a la que pertenece el producto, servicio u articulo que vamos a agregar al catalogo.

Paso 5: Click en siguiete

PRODUCTOS

COMO AGREGAR NUEVOS PRODUCTOS AL CATALOGO?

Paso 6: Agrega el nombre del producto

Paso 7: Agrega el precio del producto

The screenshot shows the 'Agregar producto' form in the RYTE Market admin interface. The form is titled 'Agregar producto' and has a 'Guardar producto' button. The form fields are:

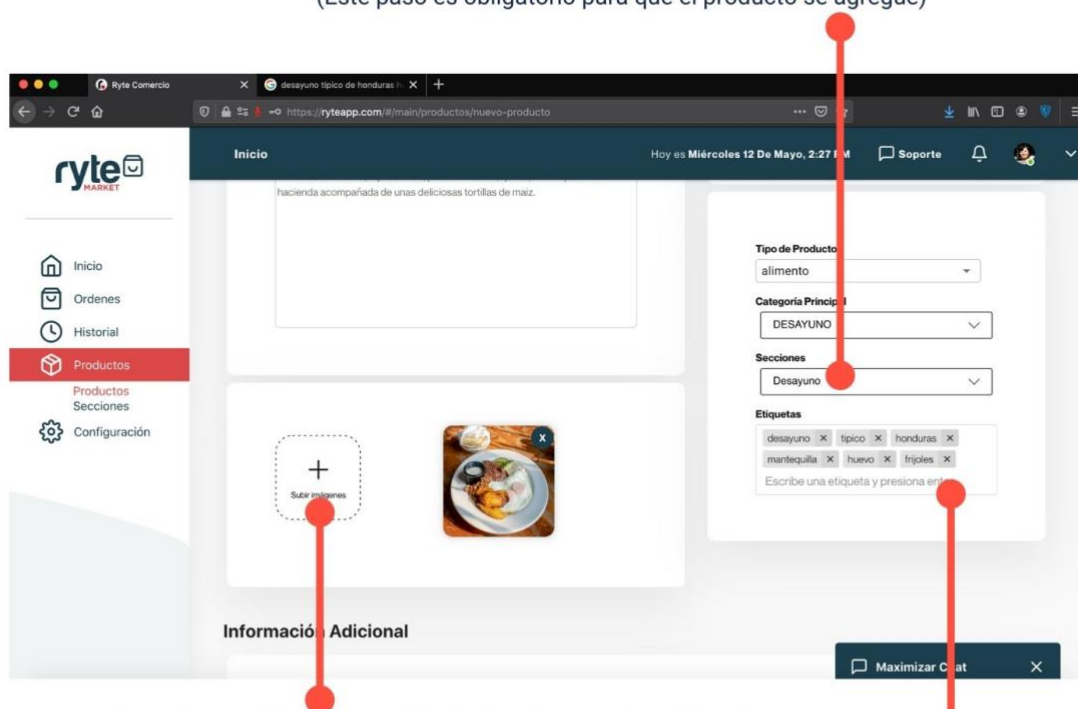
- Nombre:** A text input field containing 'Desayuno Típico'. A red line points to this field.
- Descripción:** A text area containing '2 huevos rancheros, frijoles fritos, plátano maduro, queso, mantequilla de hacienda acompañada de unas deliciosas tortillas de maíz.' A red line points to this field.
- Precio:** A numeric input field containing '120'. A red line points to this field.
- Habilitado:** A toggle switch that is currently turned on (green).
- Tipo de Producto:** A dropdown menu with 'alimento' selected.
- Categoría Principal:** A dropdown menu with 'DESAYUNO' selected.
- Secciones:** A dropdown menu with 'Desayuno' selected.
- Etiquetas:** A field with a 'Maximizar Chat' button.

Paso 8: Agrega una breve descripción del producto.

PRODUCTOS

COMO AGREGAR NUEVOS PRODUCTOS AL CATALOGO?

Paso 9: Selecciona la seccion en la que se va a posicionar el producto (Este paso es obligatorio para que el producto se agregue)



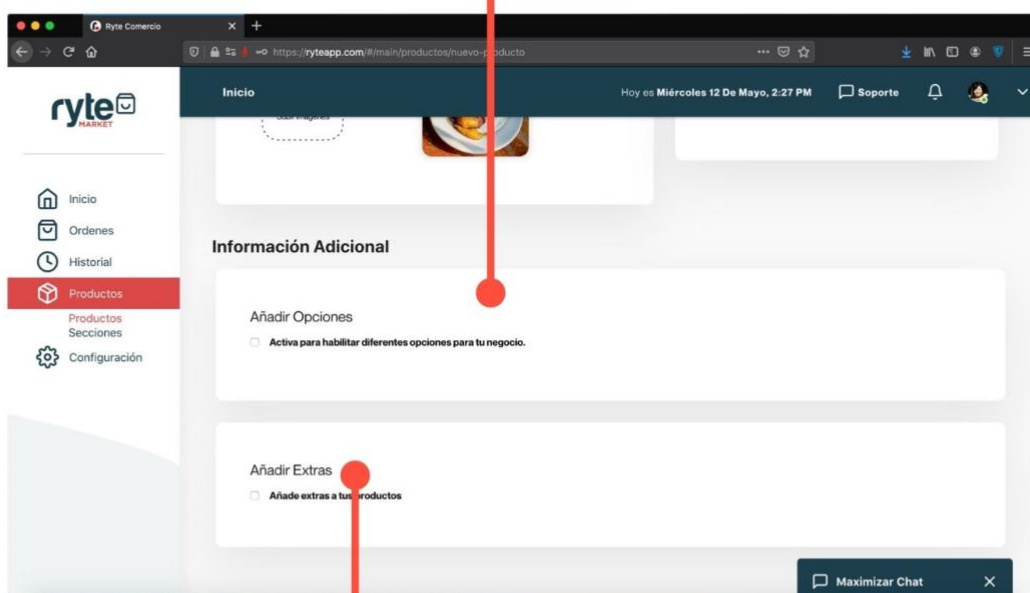
Paso 10: Click en subir imagenes y automaticamente se abre los archivos de su computadora para poder seleccionar la imagen del producto.

Paso 11: Agrega etiquetas o palabras clave para que el usuario pueda encontrar mas rapido tu producto (Este paso es obligatorio para que el producto se agregue)

PRODUCTOS

COMO AÑADIR OPCIONES O EXTRAS A UN PRODUCTO

Añadir opciones: Son opciones de aspecto obligatorio que el cliente tiene que elegir en caso de que un producto lo requiera, por ejemplo Tamaño: Pequeño, mediano o grande.



Añadir Extras: Son alternativas de aspecto opcional o requeridos que el cliente puede escoger en caso de querer adicionar un producto, por ejemplo Extra Salsa: Salsa Ranch, Salsa BBQ, Salsa Buffalo.

PRODUCTOS

COMO AÑADIR OPCIONES A UN PRODUCTO

Nombre de categoría: Se coloca el título de lo que vera la persona al momento de escoger una de las opciones requeridas.

Variante	Precio	Cantidad	Disponibilidad
Variante 1 Pequeño	10	1	Disponible
Variante 2 Mediano	20	1	Disponible
Variante 3 Grande	30	1	Disponible

Variantes: Se agregan los nombres de las opciones (variantes)

Precio: Se agregan los precios de cada una de las opciones

PRODUCTOS

COMO AÑADIR EXTRAS A UN PRODUCTO

Nombre de categoría: Se coloca el título de lo que vera la persona al momento de escoger una de las opciones extras o requeridas.

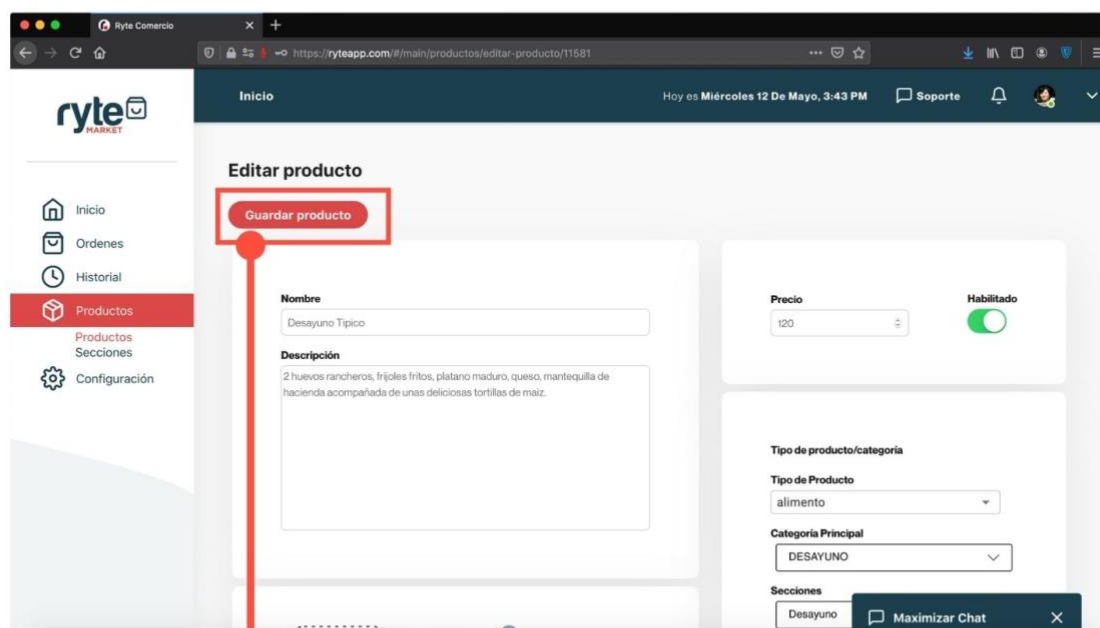
Extra: Se agregan los nombres de las opciones extras

Precio: Se agregan los precios de cada una de las opciones

Max. extras: Se coloca la cantidad de extras que agregamos

PRODUCTOS

GUARDAR PRODUCTO

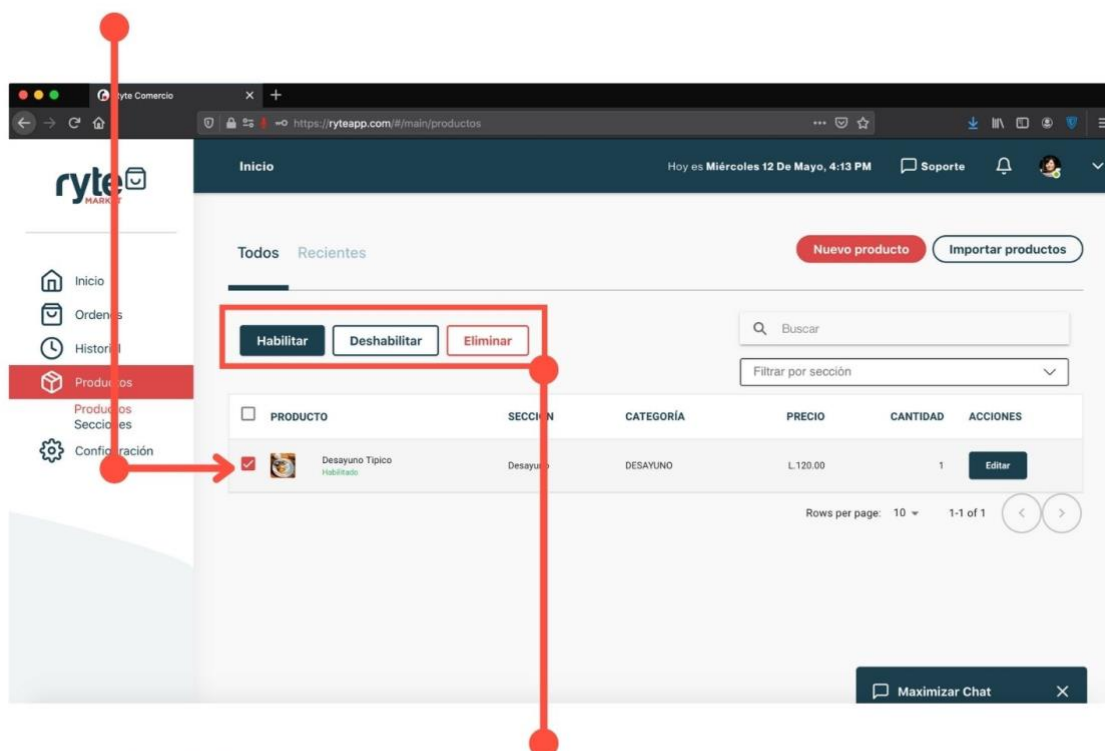


Para concluir el proceso de añadir un producto click en el boton superior izquierdo **Guardar Producto** y automaticamente se añade al catalogo del comercio.

PRODUCTOS

HABILITAR , DESHABILITAR Y ELIMINAR PRODUCTO

Paso 1: Click en el cuadro de seleccion



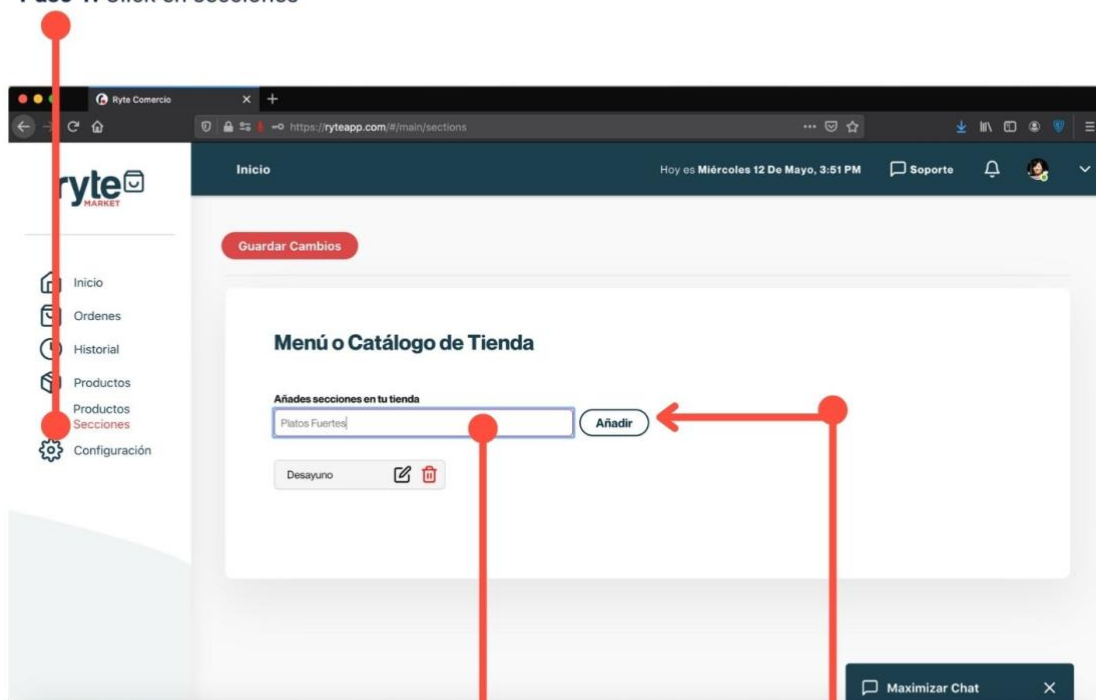
Paso 2: Al momento de dar click en el cuadro apareceran estas tres opciones, habilitar, deshabilitar y eliminar.

- **Habilitar:** Visible en la app
- **Deshabilitar:** No visible en la app
- **Eliminar:** Eliminar definitivamente

SECCIONES

AÑADIR SECCIONES

Paso 1: Click en secciones



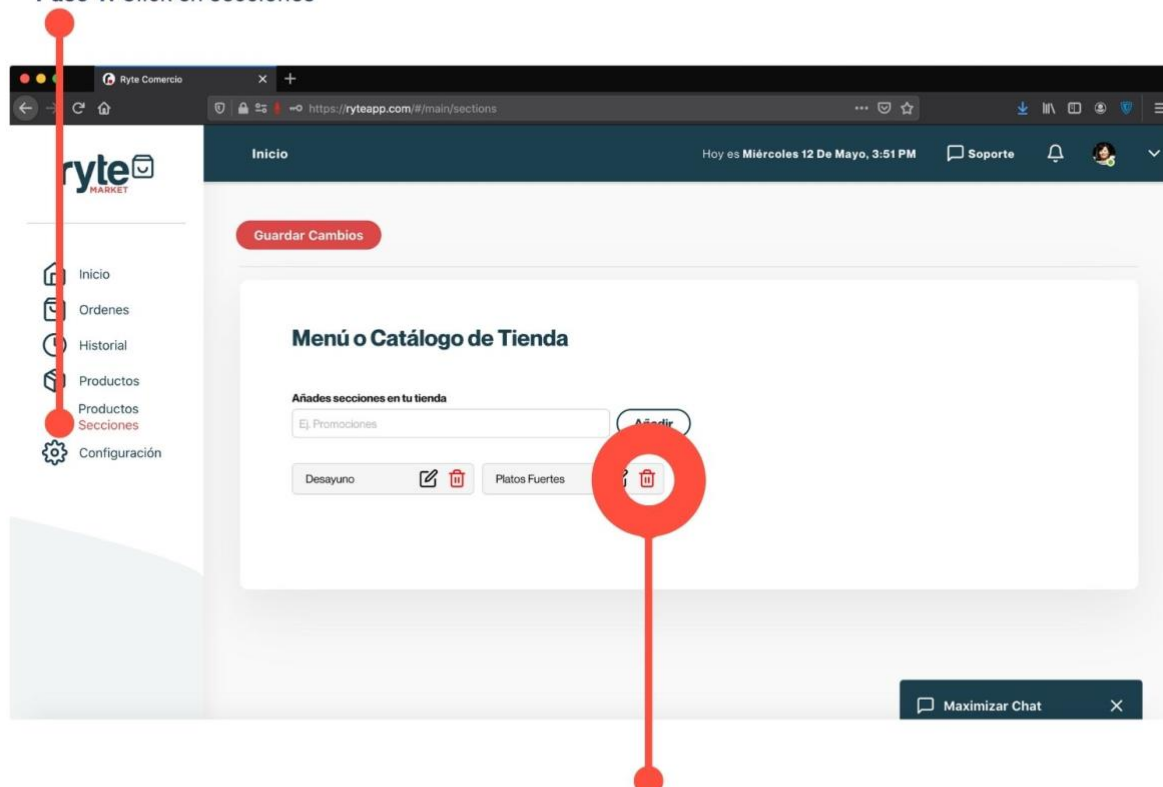
Paso 2: Agrega el nombre de la seccion que desea crear

Paso 3: Click en Añadir

SECCIONES

ELIMINAR SECCIONES

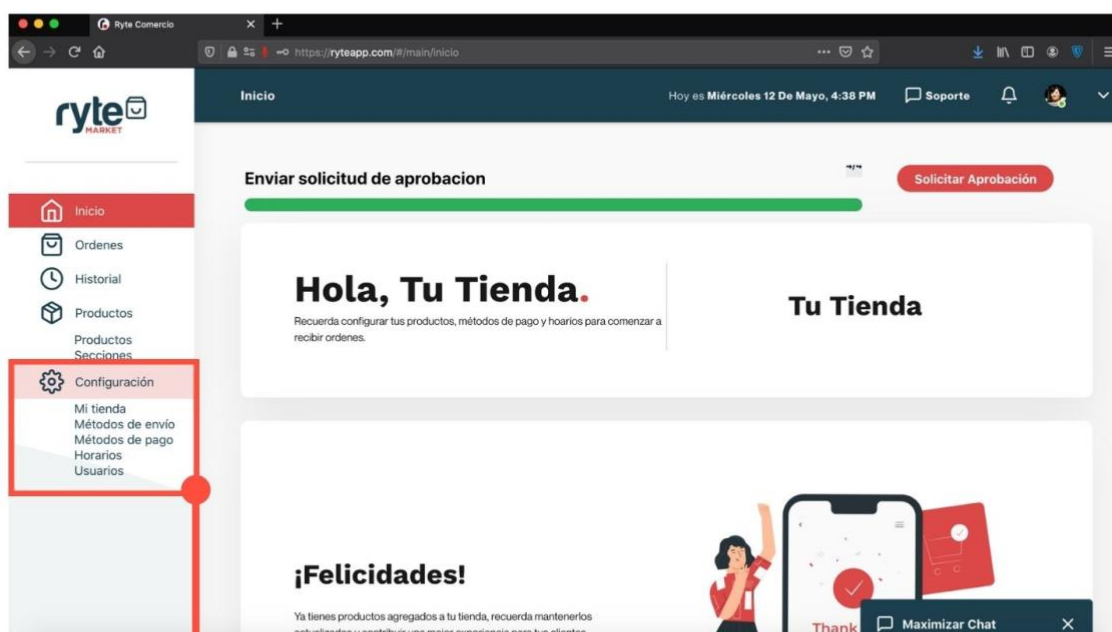
Paso 1: Click en secciones



Paso 2: Click en el icono del basurero y aparecera una confirmacion de eliminacion se da aceptar.

CONFIGURACION

CONFIGURACION DE LA APP



Click en configuracion y se subdivide en 5 categorias configurables del comercio en la app entre ellas,

- Mi tienda
- Metodos de envio,
- Metodos de pago
- Horarios
- Usuarios

CONFIGURACION

MI TIENDA

Foto de Perfil y Banner: Añadir o actualizar foto de perfil o banner del comercio que visualizaran los usuarios en la app.

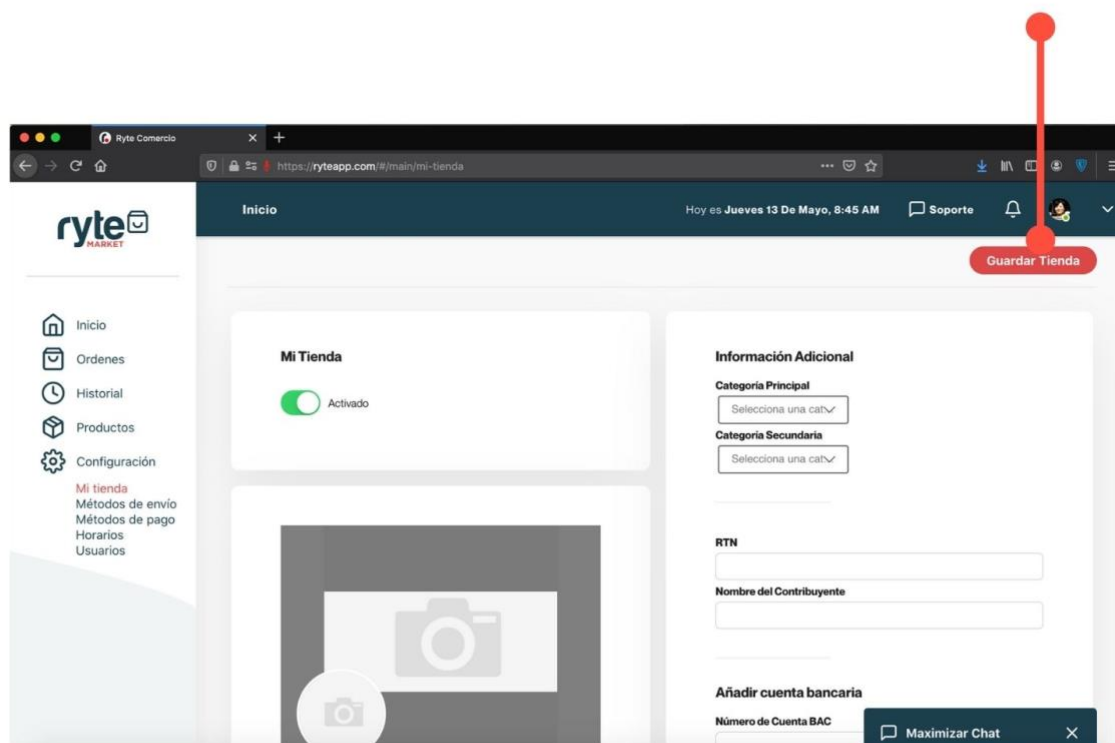
Editar información del comercio,
nombre, número de teléfono y
dirección

Añadir o actualizar datos comerciales de la empresa

CONFIGURACION

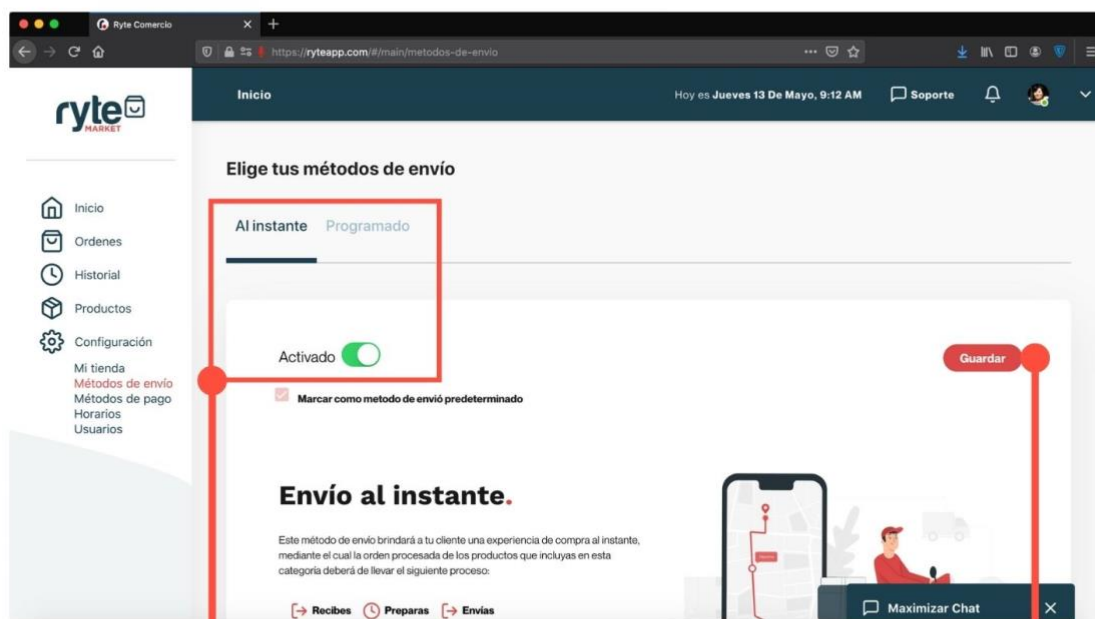
MI TIENDA

Guardar Tienda: En caso de editar informacion dar click en este boton para que pueda actualizarse la informacion de manera efectiva



CONFIGURACION

METODOS DE ENVIO



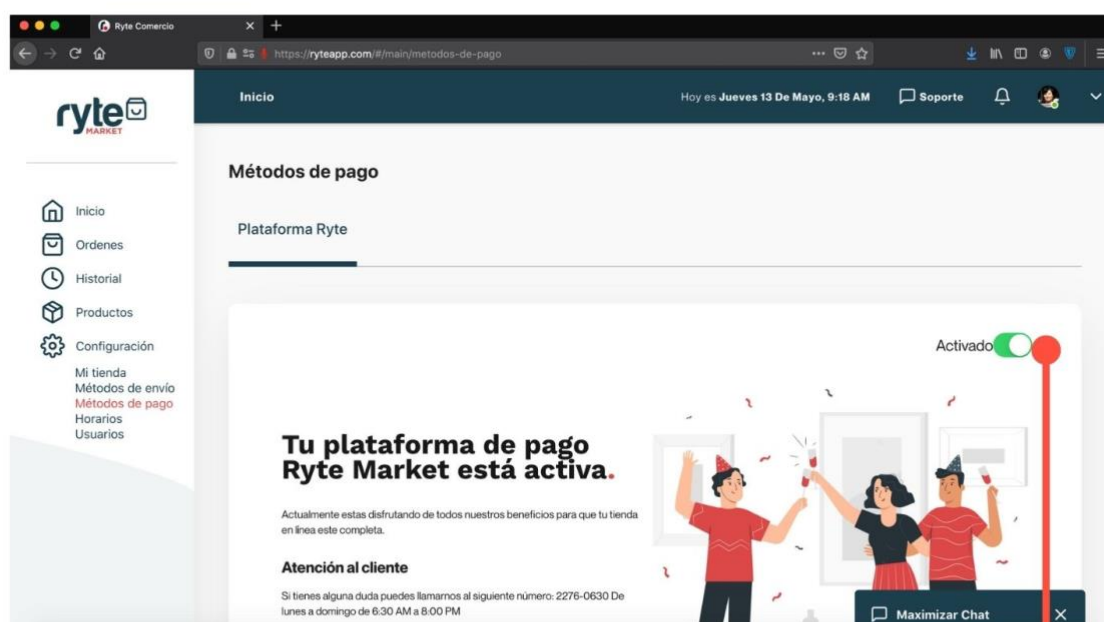
Al instante: Este método de envío es recomendado para restaurantes y negocios que poseen productos preparados y listos para enviar.

Programado: El cliente podrá ver que su producto llegará a la puerta de su casa cualquier día entre el mínimo y máximo de entrega.

Guardar: En caso de editar información dar click en este botón para que pueda actualizarse la información de manera efectiva

CONFIGURACION

METODOS DE PAGO



Click en el boton **Activado** para aperturar los metodos de pago en la plataforma y el usuario pueda efectuar los pagos.

CONFIGURACION

HORARIOS

The screenshot shows the 'Horarios' configuration page in the Ryte Comercio web application. The page is divided into two main sections: 'Horarios de Entrega' and 'Horarios de Ordenes'. The 'Horarios de Entrega' section contains a table for setting business hours for each day of the week. The 'Horarios de Ordenes' section contains a toggle for 'Recibir ordenes 24/7' and a 'Maximizar Chat' button. A red 'Guardar' button is located at the top right of the configuration area. A red arrow points from the 'Guardar' button to the text below, and another red arrow points from the text below to the 'Horarios de Entrega' table.

Horario			
Domingo	8:00 am	a	8:00 pm <input type="checkbox"/> Cerrado
Lunes	8:00 am	a	8:00 pm <input type="checkbox"/> Cerrado
Martes	8:00 am	a	8:00 pm <input type="checkbox"/> Cerrado
Miercoles	8:00 am	a	8:00 pm <input type="checkbox"/> Cerrado
Jueves	8:00 am	a	8:00 pm <input type="checkbox"/> Cerrado

Editar la hora de apertura y la hora de cierre de cada uno de los días que el comercio labora

Guardar: En caso de editar información dar click en este botón para que pueda actualizarse la información de manera efectiva

CONFIGURACION

USUARIOS

COMO CREAR UN USUARIO QUE TENGA ACCESO A LA APP?

Click en **Crear Usuario**

The screenshot displays the 'Usuarios' management interface. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Ordenes, Historial, Productos, and Configuración (highlighted). Under 'Configuración', there are sub-options: Mi tienda, Métodos de envío, Métodos de pago, Horarios, and Usuarios. The main content area shows a table with the following data:

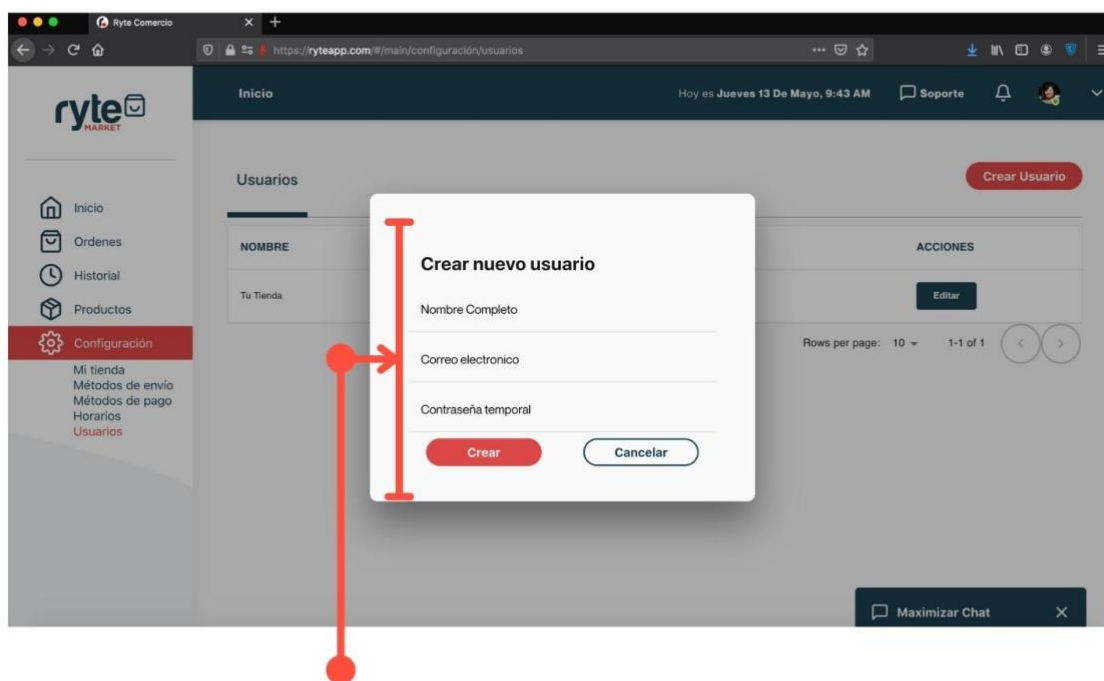
NOMBRE	ROLES	CORREO ELECTRONICO	ACCIONES
Tu Tienda		edward2007+tu tienda@hotmail.es	Editar

At the bottom right of the table, it indicates 'Rows per page: 10' and '1-1 of 1'. A 'Maximizar Chat' button is visible in the bottom right corner of the application window.

CONFIGURACION

USUARIOS

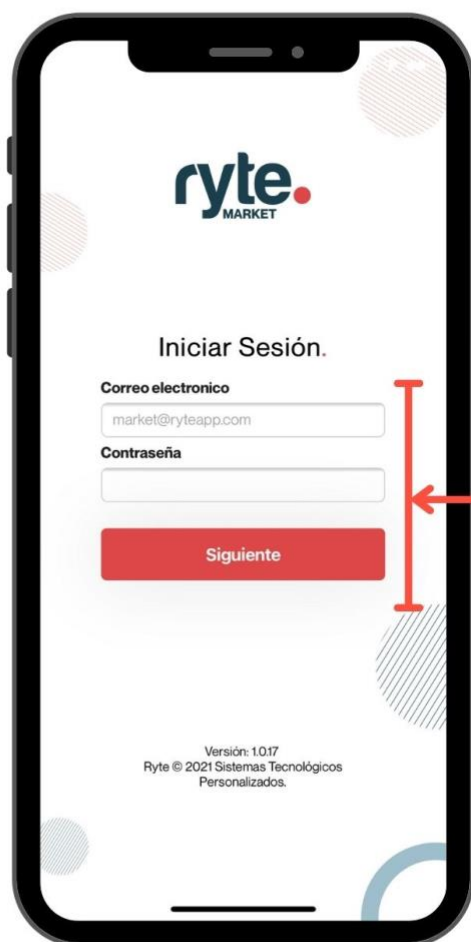
COMO CREAR UN USUARIO QUE TENGA ACCESO A LA APP?



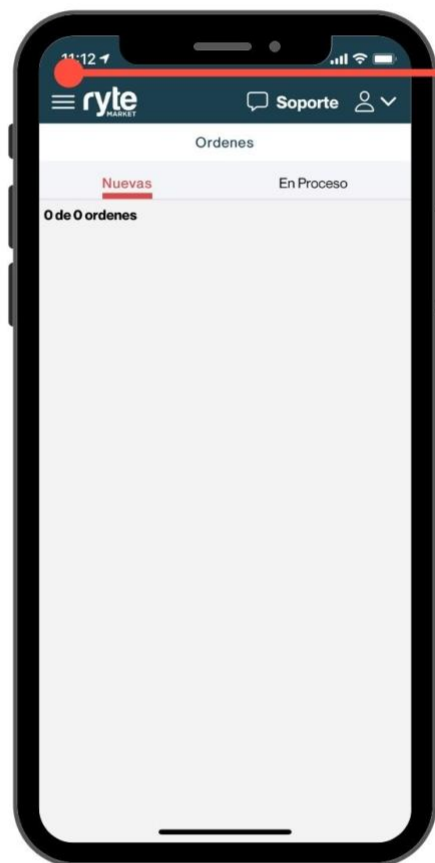
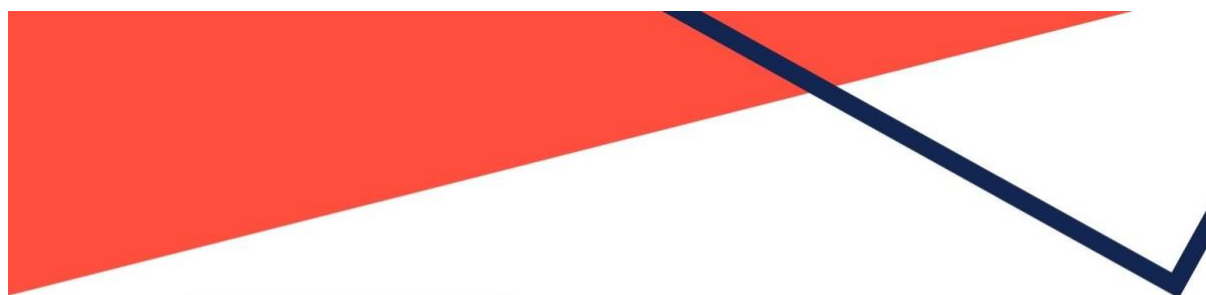
Posteriormente de dar click en crear usuario se abre una pestaña con campos editables en los cuales se tiene que ingresar el **nombre completo, correo electronico y contraseña temporal**, seguidamente **click** en el boton **crear** para la creacion del nuevo usuario.

INICIO DE SESION

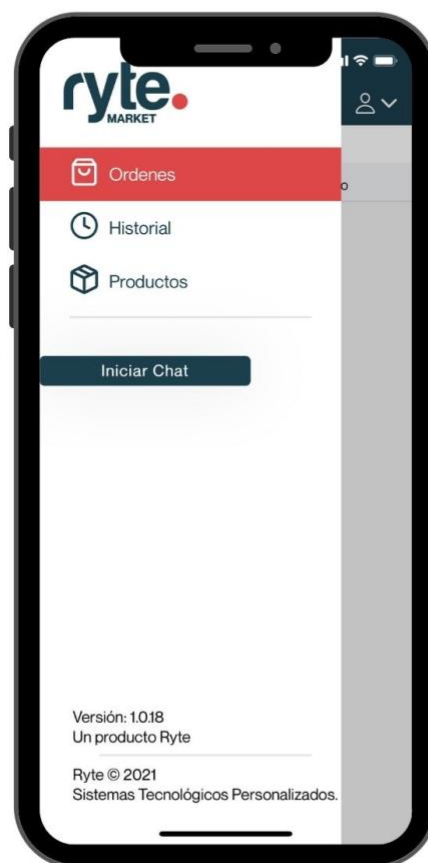
DISPOSITIVOS MOVILES



Ingresa **correo electronico** y **contraseña** y seguidamente dar click en **siguiete**



Click en las 3 líneas horizontales



Se extiende una barra lateral con las pestañas de **Ordenes**, **Historial** y **Productos**

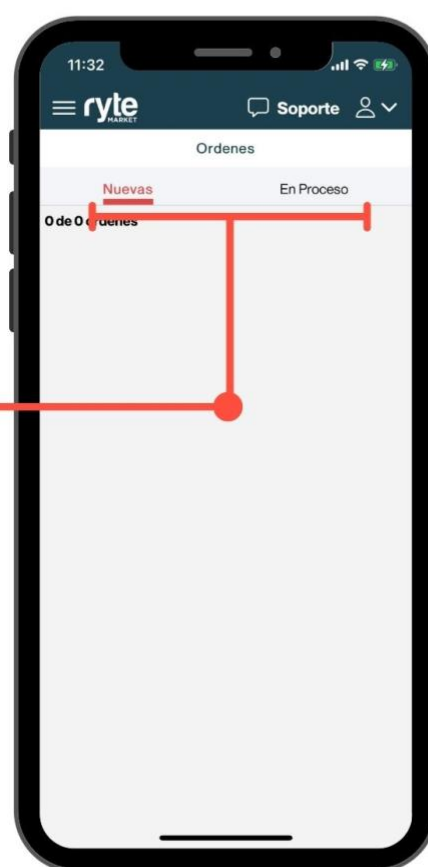
ORDENES

DISPOSITIVOS MOVILES

En la seccion ordenes se subdivide en **Nuevas** y **En proceso**.

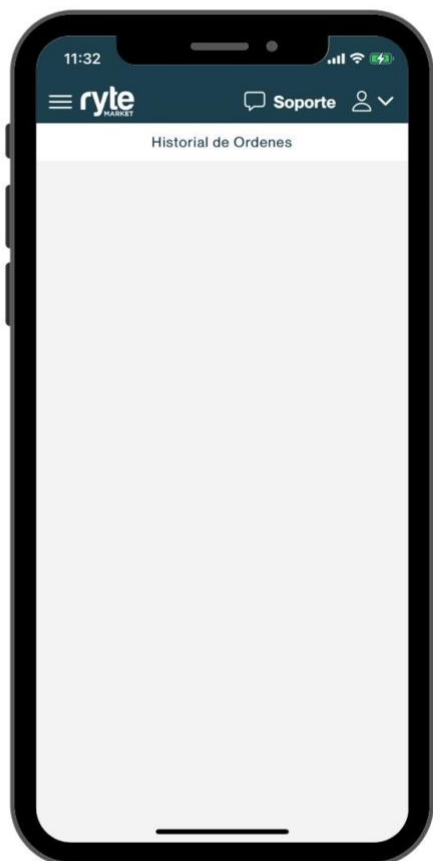
En la seccion **Nuevas** estan las ordenes que todavia no se han aceptado y un cliente requiere de un producto o servicio del comercio.

En la seccion **En proceso** son las ordenes que el comercio ya acepto y esta preparando para enviar al cliente.



HISTORIAL

DISPOSITIVOS MOVILES



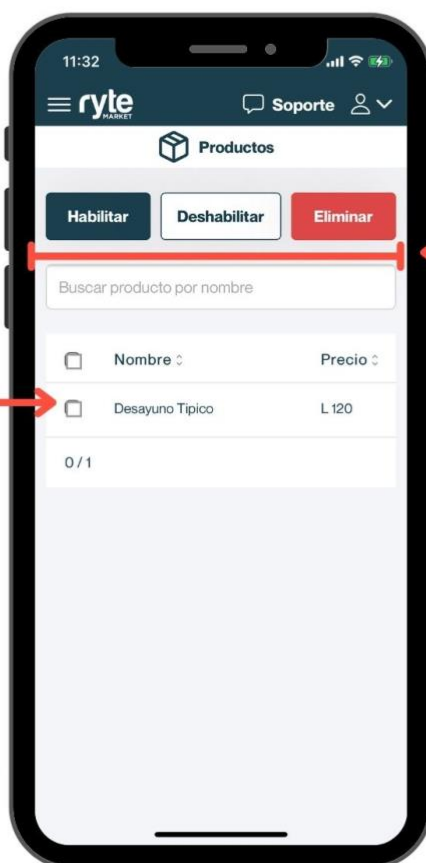
En la pestaña historial muestra todas las ordenes procesadas que el comercio ha aceptado.

PRODUCTOS

DISPOSITIVOS MOVILES

A diferencia de la web, en la pestaña de productos en los dispositivos móviles solo se puede la función de **Habilitar**, **Deshabilitar** y **Eliminar** Producto

Paso 1: Click en el producto de elección



Paso 2: Click en la función que requiere

- **Habilitar:** Visible en la app
- **Deshabilitar:** No visible en la app
- **Eliminar:** Eliminar definitivamente



ryte.

