



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL MERCADEO DE
JETSTEREO (SAC)**

SUSTENTADO POR:

LILY GISSELLE ROMERO ZELAYA 1181180

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

**TEGUCIGALPA, M.D.C.
HONDURAS DICIEMBRE DE 2022**

INDICE GENERAL

1	Capítulo I. Generalidades de la empresa	1
1.1	Objetivo General	1
1.2	Objetivos Especifico	1
1.2.1	Desarrollar un plan estratégico para el área de servicio al cliente, para la resolución de problemas detectados a lo largo del proceso de Practica Profesional	1
1.2.2	Identificar las oportunidades para mejorar el departamento de Mercadeo y Servicio al Cliente de Jetstereo, para mejora de sus estrategias de Mercadeo.	1
1.3	Reseña Histórica	2
1.3.1	Inversiones La Paz	2
1.3.2	Jetstereo	2
1.4	Misión	3
1.5	Visión	3
1.6	Valores	4
1.6.1	Actitud de Servicio	4
1.6.2	Integridad	4
1.6.3	Excelencia	4
1.6.4	Innovación	4
1.7	Productos	4
1.8	Servicios	9
1.8.1	Servicio de Taller	9
1.8.2	Servicio de Logística	9
1.8.3	Servicio de Ventas de Productos	9
1.8.4	Servicio de Crédito	9
1.9	Organigrama De La Empresa	7
2	Capitulo II Actividades Realizadas en la Empresa	8
2.1	Supervisar Contact Center (Jetstereo)	8
2.1.1	En que consiste la Actividad	8
2.1.2	Comentario Personal	8
2.2	Conocer más sobre la Plataforma ALDEAMO	9
2.2.1	En que consiste la Actividad	9
2.2.2	Comentario Personal	9

2.3	Realizar Presentación para mostrar resultados de Reportaría de Fin de Mes.....	10
2.3.1	En que consiste la Actividad.....	10
2.3.2	Comentario Personal	10
2.4	Redactar nuevos mensajes para responder al cliente y agregar a las plantillas.	11
2.4.1	En que consiste la Actividad.....	11
2.4.2	Comentario Personal	11
2.5	Analizar de Casos de Tickets enviados por C4C.....	12
2.5.1	En que consiste la actividad.....	12
2.5.2	Comentario Personal	12
2.6	Ordenar casos de Taller y Tienda	13
2.6.1	En que consiste la Actividad.....	13
2.6.2	Comentario Personal	13
2.7	Revisar casos muy específicos en Aldeamo (Casos de WhatsApp)	14
2.7.1	En que consiste la Actividad.....	14
2.7.2	Comentario Personal	14
2.8	Seleccionar 2 casos diferentes por todos los agentes de Televentas y Servicio al Cliente	15
2.8.1	En que consiste la Actividad.....	15
2.8.2	Comentario Personal	15
2.9	Tomar una capacitación de parte de un Agente sobre C4C.....	16
2.9.1	En que consiste la Actividad.....	16
2.9.2	Comentario Personal	16
2.10	Redactar data de casos de Tickets de tienda y taller.....	17
2.10.1	En que consiste la Actividad.....	17
2.10.2	Comentario Personal	17
3	Capitulo III Actividades de Mejora	18
3.1	Actividades de Mejoras implementadas	18
3.1.1	Realizar nuevo Formato para presentar	18
3.1.2	Redacción de Nuevas Respuestas para plantillas de Aldeamo	19
3.1.3	Redactar Resumen de casos de televentas y Servicio al cliente.....	22
3.2	Situación Actual de la empresa	24
3.3	Propuesta de Mejora.....	25
3.3.1	Campaña de Marketing Directo en el área de Servicio al Cliente	25

3.3.2	Implementar la Gestión de Logística integrada para mejorar el servicio al cliente	29
3.4	Impacto de la Propuesta de Mejora	36
4	Capitulo IV Conclusiones y Recomendaciones	39
4.1	Conclusiones	39
4.2	Recomendaciones	40
4.2.1	Recomendaciones Jetstereo	40
4.2.2	Recomendaciones para (UNITEC)	41
4.2.3	Recomendaciones a futuros pasantes	41
	Bibliografía	42

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	Organigrama Mercadeo Jetstereo	7
Ilustración 2	Presentación de mes	18
Ilustración 3	Conversación aldeamo	19
Ilustración 4	Conversación aldeamo	20
Ilustración 5	conversación aldeamo	21
Ilustración 6	conversación aldeamo	22
Ilustración 7	Cartera de clientes1	27
Ilustración 8	Cartera de clientes2 fuente: Elaboración Propia	27
Ilustración 9	cartera de clientes3 fuente: elaboración propia	28
Ilustración 10	Procesodeentrega	30
Ilustración 11	DELIVERY	31
Ilustración 12	mapeodeentregas fuente:sitioweb	31
Ilustración 13	Rastreo	31

Índice de Tabla

Tabla 1	inversión en la propuesta de mejora	28
Tabla 2	Inversión de la propuesta de mejora2	36

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente informe se describen las diferentes actividades que fueron realizadas durante la práctica profesional en el área de mercadeo en Servicio al Cliente Jetstereo. El objetivo principal del informe es analizar e identificar las debilidades que presenta el área para realizar una propuesta de mejora.

El área de mercadeo en Jetstereo están comprometido a promover el mejor servicio a sus clientes, al mismo tiempo ofrece productos de alta calidad y siempre buscando la interacción de sus clientes realizan promociones con el fin de poder premiar a sus clientes fieles dándoles la oportunidad de llevarse productos a menor costo o regalías, De igual forma uno de los temas prioritarios de Jetstereo es como lo mencionaba anteriormente poder brindar los mejores precios, los mejores productos y el mejor servicio a sus clientes.

INTRODUCCIÓN

El presente informe describe la información detallada de todo el manual de práctica profesional realizada en Jetstereo en el área de mercadeo (Servicio al cliente) durante el periodo IV desde la fecha 17 de octubre hasta el 23 de diciembre del 2022. La información que se detalla en el presente informe puede ser únicamente utilizada para propósitos académicos debido a la limitación de las políticas de confidencialidad y privacidad.

En el primer capítulo del informe se describen los objetivos de la práctica profesional, datos generales de la empresa como ser antecedentes, propósito organizacional, valores, organigrama de la empresa. En el capítulo dos se describen cada una de las actividades que se realizaron durante todo el periodo de práctica o las 10 semanas en que consiste el periodo.

El capítulo tres se conforma de las actividades de mejora que se realizaron durante la práctica, también la propuesta de mejora que se planteó orientada a el desarrollo de proveedores para Jetstereo (Servicio al cliente) y por último el impacto de la propuesta de mejora y cómo está conformada. El informe luego concluye con una sección de conclusiones, recomendaciones a la empresa, a UNITEC y a los estudiantes.

1 Capítulo I. Generalidades de la empresa

1.1 Objetivo General

Ayudar al departamento de Mercadeo y Servicio al cliente de Jetstereo, por medio de mis habilidades y conocimientos que he adquirido durante los últimos 4 años de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales y de esta manera poder apoyar a la resolución de problemas que detecte durante mi proceso de Practica Profesional.

1.2 Objetivos Especifico

- 1.2.1** Desarrollar un plan estratégico para el área de servicio al cliente, para la resolución de problemas detectados a lo largo del proceso de Practica Profesional.
- 1.2.2** Identificar las oportunidades para mejorar el departamento de Mercadeo y Servicio al Cliente de Jetstereo, para mejora de sus estrategias de Mercadeo.

1.3 Reseña Histórica

1.3.1 Inversiones La Paz

Somos un grupo de empresas muy diversificado con una extensa gama de actividades que incluyen ventas al detalle, ventas corporativas y servicios postventa. Por varios años Inversiones La Paz operó bajo el nombre de Osmond L. Maduro; sin embargo, debido a la necesidad de diversificar su capital adquirido, la Empresa se fue constituyendo como un Grupo desde el año de 1967.

1.3.2 Jetstereo

Constituida como empresa desde 1967, te ofrece la opción de compra de productos electrónicos innovadores y originales de marcas exclusivas. Nuestro compromiso es brindarte asesoría de expertos en la materia y el mejor respaldo técnico haciendo de tu compra de electrónica y alta tecnología una experiencia inolvidable.

Nuestra tecnología es de última generación, la verdadera innovación la encontrarán aquí, con los modelos más actuales y tecnología que sorprenda e impacte positivamente en la vida de nuestros clientes. El mejor servicio, con mejoras en las garantías de taller técnico, único taller técnico certificado que ha sido nuestra fortaleza por años, y además capacitación constante de todos los puntos de contacto que los clientes tienen con nosotros. Nuestros planes de crédito son los mejores, con tasas competitivas, plazos de acuerdo con los hábitos de nuestros clientes y el respaldo de una sólida empresa de créditos que maneja y vela para que toda la gestión de créditos sea una experiencia agradable. Son más de 50 años en el mercado y esto se traduce en algo valiosísimo que es: EXPERIENCIA. Tenemos experiencia en todo lo que hacemos, y esto ha convertido en tu elección de confianza de nuestros clientes por tantos años.

Estos pilares son el sello de Jetstereo, y es lo que hace la diferencia entre un producto con Jetstereo Incluido.

1.4 Misión

Ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles a través de productos y servicios que siempre excedan las expectativas del cliente, contribuyendo a una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores, clientes y la comunidad.

1.5 Visión

Ser la empresa líder en el mercado por ofrecer a los clientes el más alto valor en su compra de tecnología para el hogar y la oficina, agregando a la calidad de los artículos un servicio excepcional, reflejo de la cultura empresarial basada en principios de innovación, superación y ética, buscando siempre la plena satisfacción de los clientes, un ambiente enriquecedor y seguro para empleados y la rentabilidad adecuada para accionistas.

1.6 Valores

1.6.1 Actitud de Servicio

Sirvo con convicción y respeto al prójimo, la comunidad y el país.

1.6.2 Integridad

Actúo siempre con transparencia y respeto a las leyes, digo lo que pienso y hago lo que digo.

1.6.3 Excelencia

Excedo expectativas y busco resultados excepcionales.

1.6.4 Innovación

Genero y aplico continuamente nuevas ideas, productos y servicios.

1.7 Productos

1.7.1.1 Celulares

Xiaomi

Samsung

Motorola

Oppo

1.7.1.2 Televisión

Smart TV Samsung

Smart TV Hisense

Smart TV LG

1.7.1.3 Computadoras

Laptops

Computadoras de Escritorio

Laptops Convertibles

Impresoras y Tintas

Tablets

Monitores

Protector de Corriente

1.7.1.4 Línea Blanca

Refrigeradoras

Estufas

Lavadoras

Secadoras

Acondicionado

Hornos

Extractores

Dispensadores

1.7.1.5 Relojes Inteligentes

Reloj de Actividad

Smartwatches

1.7.1.6 Audífonos

Audífonos Gaming

In Ear

On Ear

Over Ear

Alámbricos

Bluetooth

Noise Cancelling

True Wireless

1.7.1.7 Audio

Parlaste Portátiles

Equipo de Sonido

Teatro en Casa

Equipo para auto

Sistema de BOSE

Radios

Barra de Sonidos

Amplificadores

1.7.1.8 Electrodomésticos

Microondas

KitchenAid

Planchas de Ropa

Cafeteras

Procesadores de Alimentos

Batidoras

Licadoras

Tostadoras

1.7.1.9 Zona Apple

Macbook

IPhone

iMac

iPads

Parlantes Portátiles

Accesorios Teléfonos Móviles

Accesorios Computadora

Accesorios iPad

Audífonos

Apple Watch

Fundas

Teclados

1.7.1.10 Cuidado Personal

Plancha de Cabello

Secadora de Cabello

Ondulador de Cabello

Afeitadora

Recortadora de Cabello

1.7.1.11 Accesorios

Accesorios Teléfonos Móviles

Accesorios de Computadoras

Accesorios Tablet

Accesorios Audio

Accesorio Cámaras

Accesorios para Drones

1.7.1.12 Tablets

Tablets Samsung

RCA

Lenovo

Huawei

Otras Marcas

1.7.1.13 Ejercicio

Caminadoras

Bicicletas

Fuerza

Accesorios Fitness

Remos

Elípticas

Accesorios Fitness

1.7.1.14 Juegos de Video

Consolas

Video Juegos

Accesorios Juegos de Video

Accesorios

Juegos

1.7.1.15 Cámaras y Drones

Cámaras de Video

Cámaras Fotográficas

Cámaras GoPro

Cámara 360

1.7.1.16 Hogar Inteligente

Cámaras WIFI

Enchufe

Bombillo

Parlantes

1.8 Servicios

1.8.1 Servicio de Taller

1.8.2 Servicio de Logística

1.8.3 Servicio de Ventas de Productos

1.8.4 Servicio de Crédito

1.9 Organigrama De La Empresa

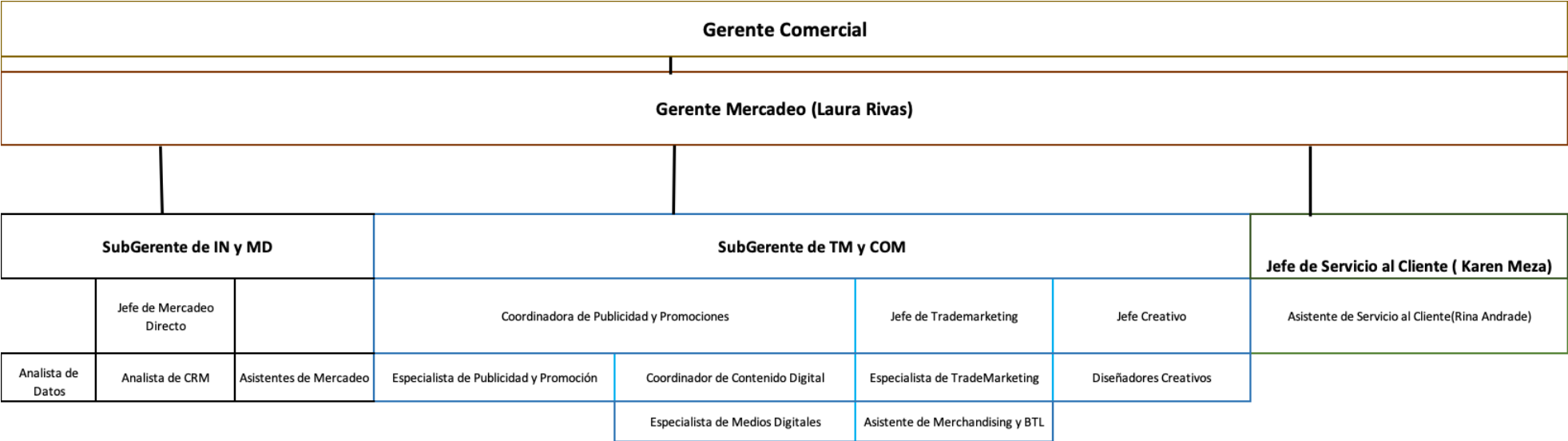


Ilustración 1 Organigrama Mercadeo Jetstereo

Fuente: Mercadeo Jetstereo

2 Capítulo II Actividades Realizadas en la Empresa

2.1 Supervisar Contact Center (Jetstereo)

2.1.1 En que consiste la Actividad

Supervisar y obtener resultados de las opiniones de los asesores de contact center por parte de Televentas en línea y el área de Servicio al cliente. Ya que Jetstereo cambio de plataforma para atender por el medio de WhatsApp, que antes usaban Trengo y cambiaron a Aldeamo una plataforma para manejar WhatsApp esta plataforma se implementó hace un mes, y se hizo un análisis de las opiniones que todos los agentes comentaron sobre la plataforma que deseaban cambiar de la plataforma, y que les gustaba.

2.1.2 Comentario Personal

Al obtener todas las opiniones de los agentes de Contact Center se realizó un análisis de todos los comentarios obtenidos, y hay comentarios que tratan de errores de la plataforma en sí, mi opinión en los demás comentarios que se realizaron es que los agentes se deben adaptar a los nuevos cambios y a la nueva plataforma que ofrecen los proveedores y tratar de socializar más con Aldeamo para irse familiarizando y poder tener todas las oportunidades y sacar el mejor provecho de la plataforma.

2.2 Conocer más sobre la Plataforma ALDEAMO

2.2.1 En que consiste la Actividad

Dar acceso a la plataforma para poder conocer cada campo de ella, y es de esta manera que se da cuenta por medio de un usuario de supervisor todos los movimientos que realiza cada agente con todos los casos que se dan por medio de WhatsApp, que son las ventas en línea, Servicio al cliente y Solvenza conocer los casos y ver como el agente interactúa con los clientes. Adicional se trató el área de reportaría que donde se ve cada resultado por mes.

2.2.2 Comentario Personal

Analizar cada sección que nos ofrece la plataforma para poder conocer de que trata y qué significado tiene cada sección, en este caso estuve viendo la parte de reportaría y el Dashboard donde se filtra por varias secciones, ya sea de Televentas, Servicio al cliente o Solvenza.

2.3 Realizar Presentación para mostrar resultados de Reportaría de Fin de Mes

2.3.1 En que consiste la Actividad

Realizar presentación sobre la reportaría del mes, donde se agregaron todos los resultados que nos da la plataforma de Aldeamo y realice una búsqueda de cada chat de los agentes con el cliente, ya sea por cada caso que nos indica en la reportaría.

2.3.2 Comentario Personal

Realizar una búsqueda en los chats para mostrar los ejemplos de conversaciones que tienen los agentes con el cliente, y ver porque no se concreta una venta, en este caso en el área de televentas. Adicional se realizó el mismo proceso por cada área en este caso Servicio al cliente y Solvenza, donde se demuestra y se analiza por qué los agentes contestan tarde al cliente o cierran el caso sin atender al cliente.

2.4 Redactar nuevos mensajes para responder al cliente y agregar a las plantillas.

2.4.1 En que consiste la Actividad

Revisar y ver como responden los agentes a los clientes y de esa forma, darnos cuenta cual sería la manera correcta en que el agente debe de contestar a la hora de que el cliente solicite los productos o servicios.

2.4.2 Comentario Personal

Realice nuevos mensajes para responder a los clientes de una manera más adecuado a la hora de que el cliente, por ejemplo, pregunte por algún producto y no esté disponible y no sabemos cuándo estará o a la hora de despedirse y al entrar una nueva conversación con el cliente.

2.5 Analizar de Casos de Tickets enviados por C4C

2.5.1 En que consiste la actividad

Revisar casos que están abiertos hace vario tiempo, y el saber porque no están resueltos o que está pasando y cómo va el proceso en cada uno de ellos.

2.5.2 Comentario Personal

Tratar de Reducir los cientos de casos que se ven día a día para no acumular tantos casos a fin de mes, tratar de darles seguimiento en el mismo momento que es enviado el Ticket, para poder mantener un mejor orden.

2.6 Ordenar casos de Taller y Tienda

2.6.1 En que consiste la Actividad

Revisar todos los casos detalladamente cuales son los casos a los que se les ha dado una solución, y a cuáles les falta darles Solución.

2.6.2 Comentario Personal

Reducir aún más los casos que son por ejemplo de meses o de años para no tener tantos en cola, y darles a los clientes una mejor atención y solución a sus problemas, ya sea si un artículo está en taller, o paso algún inconveniente con el personal de tienda.

2.7 Revisar casos muy específicos en Aldeamo (Casos de WhatsApp)

2.7.1 En que consiste la Actividad

Elegir Casos de Televentas, Servicio al cliente y Solvenza donde se analizan los casos con mayor importancia para poder darles seguimiento.

2.7.2 Comentario Personal

Darles seguimientos a los casos que, por ejemplo, los agentes dejan de responderle al cliente y saber por qué no se le sigue dando seguimiento cuando el cliente si está interesado en realizar una compra.

2.8 Seleccionar 2 casos diferentes por todos los agentes de Televentas y Servicio al Cliente

2.8.1 En que consiste la Actividad

Tomar 2 casos por agentes, analizarlos y pasarlos a un formato Word para presentar a la jefa de Servicio al cliente, donde ella indica y analiza que problemas se tienen en la conversación y como el agente trata con el cliente.

2.8.2 Comentario Personal

Analizar los casos cada semana, seria de mucha ayuda ya que si se hace a fin de mes, no se verían los cambios que se deben de corregir para que los agentes mejoren y a final del mes se muestren cambios y se mejore la manera en responder a los clientes, el tiempo de respuesta.

2.9 Tomar una capacitación de parte de un Agente sobre C4C

2.9.1 En que consiste la Actividad

Asistir a una capacitación donde explica cómo se realiza un ticket si es por reclamo de un cliente o si es algo a que se debe tomar en cuenta para poder darle seguimiento a un producto que será entregado a un cliente y este cliente no le llega el producto, se hace un ticket para el área encargada de gestionar la entrega ya sea de tienda o de bodega.

2.9.2 Comentario Personal

Dar esta capacitación a todos los agentes mejorando la forma en que se redacta un ticket, ya que un ticket debe de desarrollarse de forma clara, para que a la persona encargada de darle solución sea de una forma rápida y adecuada. Y así darles un buen servicio a los clientes, y así poder tener una buena relación con el cliente, y seria de mucha ayuda para que los tickets que se han creado hace varios meses sean tratador y darle solución.

2.10 Redactar data de casos de Tickets de tienda y taller

2.10.1 En que consiste la Actividad

Redactar y diseñar una data de todos los datos de los clientes que han generado una queja del servicio que se les brindo, o seguimiento de una unidad en reparación. Donde se analizan los casos en C4C y se pasa a una data en Excel para filtrarlos de acuerdo con la información más importante que se necesita para saber que casos son de mayor importancia y así darle mejor servicio al cliente, y poder darles respuesta más inmediata de cómo va su unidad en reparación, o si la queja que se hizo ya sea por el mal servicio que se le dio en tienda.

2.10.2 Comentario Personal

Esta data me parece de mucha ayuda, ya que, cuando se hacen los filtros podemos observar que casos son los que ya tienen solución y que casos no lo tienen, y así poder atendidos por los encargados de cada área, ya sea , de tienda o taller.

3 Capítulo III Actividades de Mejora

Es básico resaltar que a lo largo de cada una de las actividades realizadas para diferentes categorías se han implementado distintas estrategias académicas que han colaborado con la elaboración satisfactoria de las mismas, entre estas están:

3.1 Actividades de Mejoras implementadas

3.1.1 Realizar nuevo Formato para presentar

Este formato se realizó con el fin de poder mejorar la nueva imagen para presentar a los demás jefes y gerentes del área de Mercadeo de Jetstereo y Contact Center.



Ilustración 2 Presentación de mes

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 Redacción de Nuevas Respuestas para plantillas de Aldeamo

Realizar Nuevos formatos de respuesta para cada área ya sea de Televentas, Servicio al Cliente o Solvenza, donde se da ideas de nuevos mensajes para plantilla para nuevas formas de responderles a nuestros clientes, ya sea cuando no hay inventario o a la hora de saludar y despedirse.

TELEVENTAS

Ejemplo 1

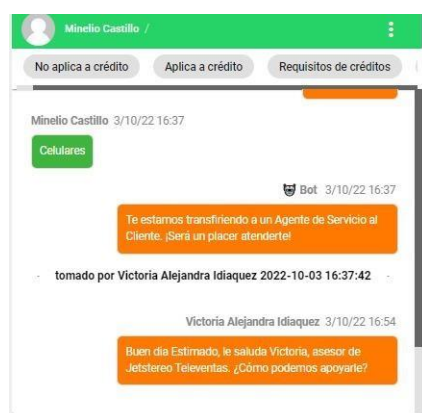


Ilustración 3 Conversación aldeamo

Fuente: Aldeamo

Los mensajes enviados por el agente todos deben ser igual.

Buen día Sr o Sra, Le Saluda (**nombre del agente**), asesor de Televentas de Jetstereo en línea, mucho gusto, estamos para servirle.

¿En qué producto se encuentra interesada/o? (**GENERAL**)

¿Qué modelo está interesada/o? (CUANDO MENCIONA LA MARCA, PERO NO EL MODELO)

¿Me puede especificar en que marca está interesada/o? (CUANDO MENCIONA EL PRODUCTO, PERO NO LA MARCA NI EL MODELO)

Ejemplo 2

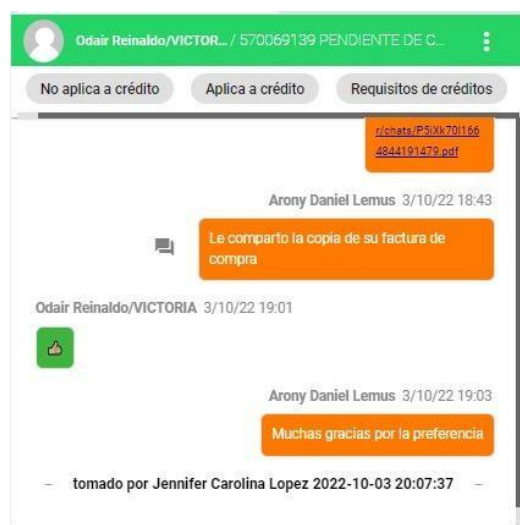


Ilustración 4 Conversación aldeamo

Fuente: Aldeamo

Muchas gracias por preferirnos, estamos para servirle. Y no olvides somos la mejor opción.

¡Cuando quieras lo mejor Jetstereo Incluido!

Ejemplo 3

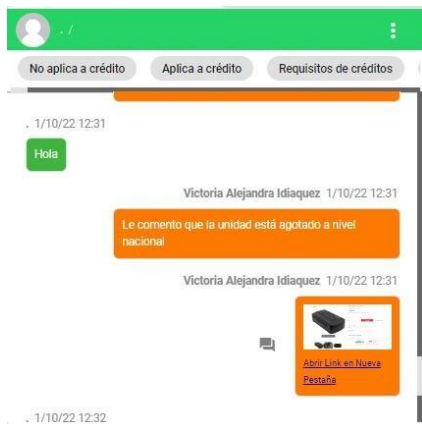


Ilustración 5 conversación aldeamo

Fuente: Aldeamo

CUANDO NO SE CUENTA CON UN PRODUCTO Y NO SE SABE CUANDO ESTARA DISPONIBLE

Hola, **(nombre del cliente)**. Le comento que en este momento no contamos con el producto que nos está solicitando, esperamos contar con él en nuestro inventario muy pronto, Cuando se encuentre disponible le estaremos contactando, Gracias por preferirnos.

¡Feliz Dia! ¡Saludos!

CUANDO NO SE POSEE UN ARTICULO QUE EL CLEINTE QUIERE, PERO TENEMOS OTROS PRODUCTOS SIMILARES

Hola, **(nombre del cliente)**. En este momento no contamos con el producto solicitado. Esperamos sumarlo pronto a nuestro stock. Por ahora, solo contamos con (ofrécele un producto similar o sustituto), sus funciones son similares y puede ayudarte/o funcionarte de igual forma al producto que nos estas solicitando. **(coloca algunas funciones del producto que coincida con el solicitado)**.

SERVICIO AL CLIENTE

Ejemplo 1

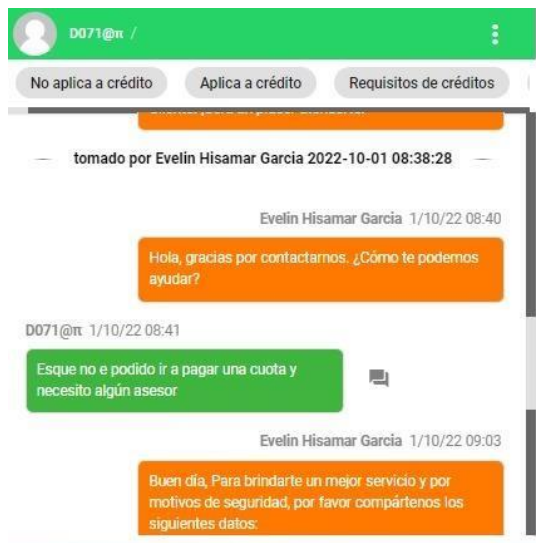


Ilustración 6 conversación aldeamo

Fuente: Aldeamo

Hola le saluda (**Nombre del agente**), asesor de servicio al cliente. ¿En qué podemos apoyarte?

3.1.3 Redactar Resumen de casos de televentas y Servicio al cliente

Después de analizar las conversaciones de televentas, redacte un resumen para presentarlo a la jefa de Contact Center, para hacer cambios en diferentes puntos mencionados, al igual reconocer cuales han sido los cambios de los puntos que se tocaron para mejorar.

RESUMEN DE CASOS DE TELEVENTAS

Se analizaron los casos de cada agente, y en ello pude observar que hace falta más redacción en los mensajes que se envían a los clientes, a la hora de redactar un mensaje tomar en cuenta los signos de puntuación, por ejemplo, si se le va a decir al cliente que producto está disponible y que producto no lo está.

Ejemplo:

Mensaje tomado de la conversación de Mariela Echeverria.

Mensaje que se le envió al cliente

Solo tenemos para Samsung y Lg de JVC si no

Ejemplo de forma correcta para este mensaje

Estimado, solo contamos para la marca Samsung y LG. De la marca que nos indica, no contamos.

Mejorar la ortografía, ya que al ver las conversaciones note muchos erros ortográficos, que es de suma importancia a la hora de enviar un mensaje al cliente. Siempre verificar el mensaje que se le va a enviar al cliente, si está redactado de la forma adecuada y si no tiene errores ortografías, así se mejorara la buena comunicación con los clientes.

Se ha mejorado los tiempos de respuesta, por ejemplo, antes se tardaban entre 10-30 minutos máximo, he notado el cambio en varios agentes que antes en su tiempo de respuesta andaban en este rango. Se ha notado un cambio, siempre tomando en cuenta quela prioridad son los clientes, se debe siempre tomar en cuenta de darle respuestas a los clientes lo más rápido posible.

3.2 Situación Actual de la empresa

Actualmente el área de Servicio al cliente de Jetstereo está implementando una nueva plataforma donde se maneja el WhatsApp de la empresa. Ha sido un reto poder entender y conocer la plataforma, ya que los agentes de cada área algunos se les hace fácil a la hora de utilizar la plataforma y en otros casos algunos no están tan socializados con ella, por ello se les dan capacitaciones para que ellos conozcan y vean cómo sacarle el mejor provecho a la plataforma y darles el mejor servicio a los clientes.

En Contact Center al presentarse una nueva plataforma se dieron varios casos, ya que, al tratar con el cliente por medio de WhatsApp, los agentes no sabían como tratar al cliente o cual era la forma correcta de usar dicha plataforma. Los gestores han identificado que la plataforma es muy diferente a la que usaban antes, donde a ellos se le facilitaba a la hora de contactar o tratar con el cliente.

Jetstereo Implemento esta nueva oportunidad de herramienta para enviar mensajes por WhatsApp, dando una mejor imagen, y darles la mejor atención a los clientes. Aldeamo se empezó a usar hace 2 meses donde se han tenido altas y bajas, desde poder dar la mejor atención y el mejor servicio. Se está analizando si esta herramienta es rentable y como se desarrolla, para poder implementarla a la red social de Facebook para poder manejar ambas redes sociales desde esta herramienta que brinda muchas oportunidades y a la vez socializando con ella, se pueden hacer cambios y mencionarle al proveedor que sería muy bueno que esta herramienta tenga y sea útil en ambas redes, desde responder un comentario de Facebook hasta los mensajes de Facebook y WhatsApp.

3.3 Propuesta de Mejora

3.3.1 Campaña de Marketing Directo en el área de Servicio al Cliente

Marketing directo es comunicarse directamente con el Cliente. Es el marketing one-to-one, que también puede ser interactivo. Tenemos que seleccionar cuidadosamente el público objetivo, concentrarse en un segmento de mercado específico y escoger los consumidores que sabemos que pueden ser receptivos a nuestros productos. Se buscará mantener una relación directa con los clientes más frecuentes y poder y construir una relación a largo plazo. (KOTLER, 2013)

En Jetstereo se debe integrar una comunicación directa con los clientes, donde se basará de una base de datos de todos los clientes que más interactúan por medio de WhatsApp o Facebook, donde se tratara de ver si el cliente tiene intención de compra.

Las ventajas del marketing directo para los Clientes son:

- Capacidad de interactuar (decidir sobre las características del producto u opinar).
- Respuestas inmediatas.

Para los asesores de ventas online conlleva:

Se deben crear nuevos programas (los CRM, customer relationship management) para estructurar la información de los clientes y vincularla a las operaciones de Jetstereo. Permitir hacer estudios sobre la evolución del gasto de un

cliente, sus preferencias, que productos les interesa más a los clientes, para así poder saber que productos son más vendidos y poder tener más inventario de ese producto, ya sea desde un Celular hasta los productos de Línea Blanca. Así conocemos el cliente y podemos tomar decisiones con un riesgo más bajo.

Hay que tener más flexibilidad para hacer llegar una oferta o un producto nuevo al público objetivo. La capacidad para dirigirse exclusivamente a los consumidores que forman parte del objetivo.

Algunos de los instrumentos muy importantes que se deben utilizar para llegar un marketing directo son los siguientes:

- telemarketing
- marketing online (web, redes sociales)
- marketing de respuesta directa por Televentas (televentas, llamadas por teléfono)
- ventas personales (ventas en las diferentes tiendas)

Para implementar el marketing directo, siempre necesitaremos una buena base de datos para llegar a ponernos en contacto con el cliente. Este es el fundamento del marketing directo.

Se debe de tener una lista con direcciones de correo electrónico no es suficiente para poner en marcha una campaña de marketing directo. Necesitaremos una buena base de datos integrada en un sistema CRM en que consten datos demográficos, geográficos, psicográficas y de comportamiento de los clientes potenciales. A esta información añadiremos el historial del cliente con la empresa, el volumen de compras en meses anteriores, tipo de productos comprados, datos personales (edad, familia, ingresos), esta información nos ayuda a planificar nuevas estrategias en el área de servicio al cliente (ofertas, nuevos productos, valor añadido)y también la garantía de una comunicación directa de bajo costo.

Como obtendremos la información de las bases de datos. Muchos de los datos son de los clientes existentes, al que rellenar algún formulario para concretar una venta anterior; otros datos las podemos recopilar con cupones de promociones, regalos seguros o sorteos que se realizan a lo largo de cada año.

1	Nombre del Cliente	correo electronico	Edad	Ingresos	Clase	tipo de producto
2	Alfredo Matute	alfredm2@gmail.com	45	10000	Pagamen al mes	ca blanca
3	Karla Garcia	karla24@gmail.com	34	12000		Play Master
4	Carlos Lopez	carlos24@gmail.com	32	14000		
5	Sofia Hernandez	sofia27@gmail.com	25	20000		4 Televisores
6	Empresa de eventos MFG	mporcarlos2@gmail.com		50000		6 Tablets

Ilustración 7 Cartera de cliente Fuente: elaboración propia

1	Nombre del Cliente	correo electronico	Edad	Ingresos	Volumen de compra	Clase
2	Alfredo Matute	alfredm2@gmail.com	45	10000	2	Cuenta corriente ta
3	Karla Garcia	karla24@gmail.com	34	12000	3	realizado al mes o en el
4	Carlos Lopez	carlos24@gmail.com	32	14000	3	ca
5	Sofia Hernandez	sofia27@gmail.com	25	20000	4	TELEVISORES
6	Empresa de eventos MFG	mporcarlos2@gmail.com		50000	6	Tablets

Ilustración 8 Cartera de clientes2 fuente: Elaboración Propia

Nombre del Cliente	correo electrónico	Edad	Ingresos	Gadget	tipo de producto
Alfredo Matute	alfredom23@gmail.com	45	100	Producto mas comprado o de preferencia	linea blanca
Karlo Garcia	GarciaK45@gmail.com	34	120		Celulares
Carlos Lopez	Carlos234@gmail.com	32	140		Laptops Master
Sofia Hernandez	Hsofia67@gmail.com	25	20000		Televisores
Empresa de eventos MYG	mycorpnotativo@gmail.com		50000		6 Tablets

Ilustración 9 cartera de clientes3 fuente: elaboración propia

Tabla1. de inversión en la propuesta de mejora

INVERSIÓN DE PROPUESTA			
Campaña de Marketing Directo			
Cursos de capacitación (Presencial)			
Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Comida	15	250	L3,750.00
Diploma del curso	15	150	L2,250.00
Renta del Local del evento	1	45,000	L45,000.00
Audio	1	20,000	L20,000.00
Total			L71,000.00

Tabla 1 inversión en la propuesta de mejora

Se realizará una capacitación para los agentes de Contact Center Jetstereo donde se tomará en cuenta la campaña de Marketing directo, tratando de mejorar la atención a los clientes y dando un mejor servicio.

3.3.2 Implementar la Gestión de Logística integrada para mejorar el servicio al cliente

Hoy, más y más empresas están adoptando el concepto de gestión de logística integrada. Este concepto reconoce que proporcionar el mejor servicio al cliente y recortar los costos de distribución requiere trabajo en equipo, tanto dentro de la empresa como entre todas las organizaciones del canal de marketing. Adentro, varios departamentos de la empresa deben colaborar estrechamente para maximizar el rendimiento de su propia logística. Afuera, la empresa debe integrar su sistema de logística con los de sus proveedores y clientes para maximizar el rendimiento de toda la red de distribución. (KOTLER, 2013)

Consentir a los clientes y mantenerlos informados es la mejor manera para garantizar una buena experiencia del cliente al usar la plataforma. Y tanto para ellos como para la empresa, sin duda hay un antes y un después luego de que se implemente la logística se mejorara los canales de comunicación para estar más cerca de los clientes.

Se debe implementar por medio de WhatsApp cuando el cliente compre un producto el cliente sepa cómo va la orden de proceso de la unidad que se le envía, y pueda rastrearla, en este caso Jetstereo por medio de televentas solo posee entregas en tienda cuando son productos pequeños, si ya es de la línea blanca, tiene envíos gratis hasta la casa del cliente en este caso si se debe agregar una opción donde el

cliente sepa por donde va su producto, para así evitar quejas de parte de los clientes y así se podría llamar la atención a nuevos clientes, implementando estos nuevos cambios.



Ilustración 10 Proceso de entrega fuente: Aldeamoweb

Para hacer el rastreo será mediante otra app de rastreo, donde al cliente se le enviará un link vía WhatsApp. La app que se puede utilizar sería Track-POD donde también esta app ofrece el proceso de firmar, por ejemplo, el contrato de alguna unidad o ya sea dicha entrega.

El software Track-POD es la respuesta a la demanda urgente de un sistema de monitoreo de servicio de entrega rápido, preciso, rentable y de fácil acceso. Es por eso que lo desarrollamos para los sistemas operativos móviles más utilizados en el mundo: Android e IOS (iPhone). Este es un software de entrega basado en la nube fácil de aprender para pequeñas y medianas empresas, que reduce los procesos manuales, llamadas telefónicas, correos electrónicos y elimina el papeleo. (TRACK-POD, 2022)

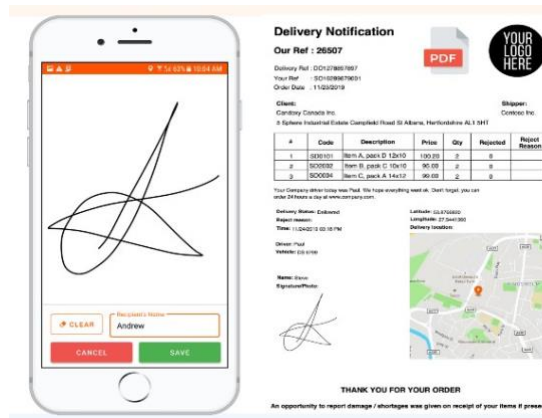


Ilustración 11 DELIVERY Fuente: sitioweb

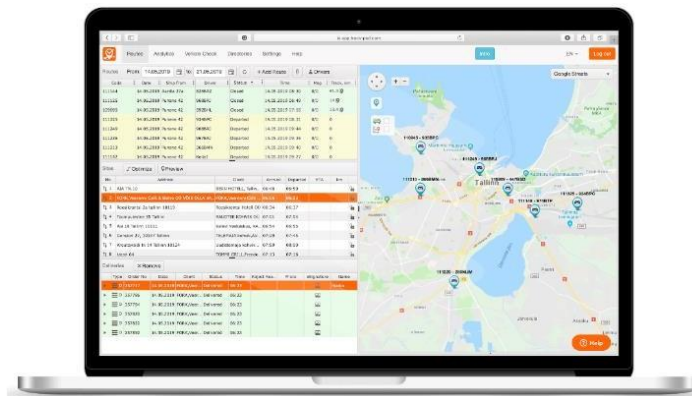


Ilustración 12 mapeo de entregas fuente: sitioweb

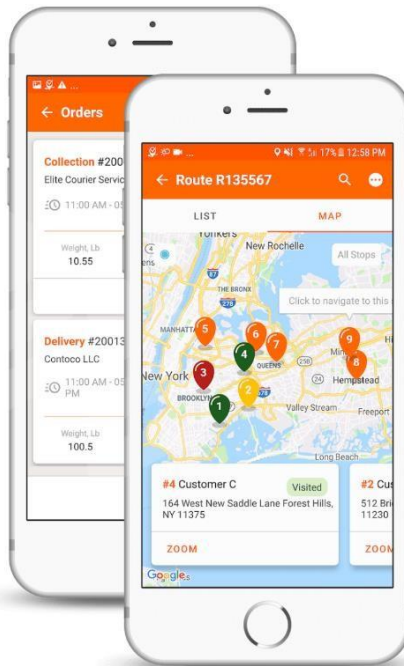


Ilustración 13 Rastreo fuente: sitioweb

La App nos ofrece un sistema muy avanzado, lo cual sería de mucha ayuda a la hora de cada entrega que se haga.

Gestión de usuarios

- Les conductores/vehículos
- Usuarios de la web del Dashboard
- Roles y permisos para los usuarios de la web
- Acceso de clientes a través de la web

Gestión de pedidos

- Pedidos por mes
- Varios tipos de pedidos
- Creación de objetos personalizados

Aplicación de entrega de iOS y Android

- Confirmación de entrega
- Chat en vivo
- Pago contra reembolso (COD)
- Navegación
- Comprobación de carga

- Comprobación de vehículos

Prueba de entrega

- Captura de firmas
- Toma de fotos
- Etiquetas geográficas y sellos de tiempo
- Escaneo de QR / códigos de barras
- Plantilla POD personalizada
- Mapa estático en la plantilla POD

El rastreo en vivo

- Seguimiento de vehículos en tiempo real
- Grabación de los tracks de GPS
- Seguimiento de las entregas
- Seguimiento en vivo para su cliente
- Actualizaciones en directo de ETA
- Página de seguimiento en vivo con ETA actualizada

Planificación de la ruta

- Herramienta de planificación basada en el mapa
- Optimización de rutas con ETA

- Enrutamiento avanzado
- Franjas horarias
- Tiempo de servicio
- Prioridades
- Optimización de la flota
- Programación por capacidades
- Varios tipos de rutas
- Hora de salida dinámica
- Múltiples viajes
- Rutas recurrentes
- Actualización de hora de inicio de ruta y ETA
- Actualización y visualización de ETA en ruta
- Actualización y visualización de una nueva secuencia de parada

Notificaciones por correo electrónico y push

- Notificación de entrega por correo electrónico
- Notificación con enlace de seguimiento en directo
- Notificación con enlace de seguimiento en directo y ETA
- Notificación anticipada por correo electrónico

- Todas las notificaciones anteriores por SMS
- Configuración de correo electrónico de marca

Geofencing

- Check-in y check-out automático
- Disparadores extendidos para confirmación de entrega

Analítica e informes

- Potente herramienta de análisis
- Hoja de ruta
- Plan de carga de vehículos
- Etiqueta de envío
- Estadísticas de controladores
- Resumen del viaje por rutas

Integración

- Más de 5000 integraciones a aplicaciones de negocio
- API de servicios web publicados
- Análisis e historial de datos

Soporte

- Plan de soporte estándar

- Soporte de la API para desarrolladores
- Plan de Soporte y Servicios Personalizados

Tabla 2. de inversión de propuesta de mejora 2

INVERSIÓN DE PROPUESTA 2 GESTIÓN DE LOGÍSTICA INTEGRADA		
APP TRACK-POD		
Plan	Precio (\$)	Pedidos al mes
Plan S	\$ 285.00	1500
Plan M	\$ 510.00	3000
Plan L	\$ 900.00	6000
Plan XL	\$ 1,440.00	12000

Tabla 2 Inversión de la propuesta de mejora 2

3.4 Impacto de la Propuesta de Mejora

La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas”, dice N. Powell Taylor, quien fuera recientemente director de servicios al consumidor y operaciones telefónicas del centro de información de General Electric (GE) situado en Louisville, Kentucky. Servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. De acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos, representan un 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa. (Tschohl, 2009)

Al implementar esta propuesta el impacto que queremos hacer notar es la mejora de la atención al cliente, y que los agentes puedan mejorar el trato que se les da al comprador.

Donde se verán las mejoras y que la plataforma se use de manera adecuada con el fin de desarrollar casos de televentas de la mejor manera, y poder alcanzar las metas propuestas de fin de mes.

Beneficios

Los beneficios al final de poner en camino esta propuesta sería una satisfacción, ya que, al poder llegar al objetivo que se quiere alcanzar de mejorar de manera fácil y factible que las ventas de cada producto sean con éxito.

Las dos propuestas están interesantes, ya que, al poder implementarlas mejoraría la atención al cliente y el servicio de entrega ya no sería tan tardado a la hora de realizar una entrega.

Se espera que, al poder implementar esta App de entregas por medio de servicio a domicilio, los clientes deseen comprar más los productos que se ofrecen. La demanda que se crearía sería bastante. Y poder también tratar de crear la mejor relación con el cliente fiel, ya que, su producto llegaría a su casa así no tendrían que salir a realizar la compra. Y el Área de televentas se reflejaría con más demanda en las ventas y alcanzaría su demanda en venta online.

Para implementar ambas propuestas siempre tiene un costo, pero al final se esperan bastantes cambios, ya que, si se hacen más ventas de las metas propuestas.

En cuanto a la adopción y manejo de esta App, el proveedor brindara una capacitación gratis para que a los asesores de vendas comprendan y entienda la función de dicha App.

En cambio, para atraer esa idea a nuestros clientes y que les llame la atención, se podrían dar cupones de descuento en su primera compra vía WhatsApp, usando la App de Rastreo. O al igual que con solo descargar la App se dará un premio. Y ya cuando los clientes utilicen la App, se presentará al final una pequeña encuesta de satisfacción, y que le parece la App.

Los Clientes son nuestra prioridad y como tal hay que darles la mejor atención, y con esta App ellos podrían saber cómo esta su proceso de orden y, por ejemplo, el asesor enviara el link de la App siempre vía WhatsApp para descargarla y de esa forma cuando ya se haga el pedido de algún producto se le envía nuevamente el link para seguir el rastreo de su producto.

4 Capítulo IV Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

- 4.1.1** Puedo concluir que todas las actividades que el jefe del Área de servicio al cliente me asignó fueron completadas de manera exitosa, donde se pudo obtener una buena experiencia a la hora de desarrollar cada una de las actividades donde se desempeñó todos los conocimientos recibidos a lo largo de las clases cursadas y mostrar la manera en cómo se puede desempeñar un mercadólogo en el ámbito laboral.
- 4.1.2** A lo largo de todas las 10 semanas que dura la práctica profesional se obtuvo una mejor oportunidad de conocer desde cómo se vende el producto hasta como se le da un buen servicio al cliente, donde se analizaron las mejores oportunidades que tiene la empresa para llegar a aumentar la cartera de clientes.
- 4.1.3** Al formar parte de esta área aprendí las mejores opciones de vender algún producto, ya sea, desde el punto de vista de televentas o tienda. La manera en que tan difícil es tratar con un cliente cuando está molesto por algún problema de parte de la empresa hasta cuando un cliente está satisfecho con el buen servicio al cliente que se le brinda.
- 4.1.4** Como futura mercadóloga, el área de servicio al cliente es de suma importancia, ya que tenemos que ver desde cómo realizar una campaña para hacer un marketing directo, para atraer más clientes. Y ser la mejor empresa que vende desde un celular hasta una refrigeradora y saber que el cliente prefiere la marca por el servicio que se le brinda.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Jetstereo

- 4.2.1.1** Darle mucha importancia al área de Servicio al cliente, ya que, en Contact Center necesitan cursos o capacitaciones para los agentes que tratan con los clientes vía WhatsApp, donde se les da información de cómo tratar un cliente, y la manera correcta de respuesta cuando un cliente desea un producto y no lo hay, o cuando un cliente está molesto por el mal servicio que se le da tratar de mejorar en esa área.
- 4.2.1.2** Aprovechar la plataforma de Aldeamo, ya que esta es muy útil, si se sabe utilizar de la manera correcta, donde nos da varias oportunidades de controlar las conversaciones, donde también nos muestra la reportaría para analizar y sacar las nuevas oportunidades que se pueden desarrollar a largo plazo.
- 4.2.1.3** En general, como recomendación, crear nuevas estrategias para esta área donde miremos las necesidades de los clientes al igual las oportunidades que tiene cada gestor de ventas para vender más productos y llegar a la meta que se proponen mes a mes. Y así creando una buena imagen de la marca.

4.2.2 Recomendaciones para (UNITEC)

Realizar una reunión con todos los practicantes y darles las recomendaciones necesarias a la hora de desarrollar la práctica, poder tratar que las visitas que se realizan sean de manera presencial, ya que sería darle seguridad y veracidad al estudiante de que si se está pendientes del desarrollo de su práctica y brindarle la confianza de apoyarle en todo lo que necesite y estar pendiente de su desempeño durante las 10 semanas, incentivarle a que de lo mejor de sí para dejar una buena impresión de la persona y universidad.

4.2.3 Recomendaciones a futuros pasantes

4.2.1.4 Tener siempre una libreta en mano y tratar de anotar absolutamente todo lo que se les explica, esto les será de mucha ayuda al momento de desempeñar una actividad y así la podrás desarrollar de manera fácil y será de mucha ayuda para que la gerente no te mande a corregir la actividad, realizar preguntas siempre para que mejores en cada actividad y así la gerente te pregunte sobre esa actividad puedas responderle correctamente.

4.2.1.5 Todos los días se aprende algo nuevo, llegar con la mejor actitud y ganas de experimentar, despertar el interés y curiosidad de cómo funciona cada cosa y el impacto que este genera, escuchar atentamente y observar minuciosamente la actividad diaria y el comportamiento de los colaboradores, ser proactivo y tener iniciativa todos los días, al final la iniciativa es muy valorada en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, P. (2013). Fundamentos del Marketing. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Tschohl, J. (2009). Servicio al cliente. EE. UU: Service Quality Institute Latin America.

Philip Kotler, Gary Armstrong, Introducción al Marketing. Pearson, 3a edición

Philip Kotler, Dirección de Marketing. Pearson, 2003

David Villaseca Morales. Innovación y marketing de Servicios en la era digital, 2017
 Ildefonso Grande Esteban. Marketing de los servicios, Libros profesionales de Empresa 4ª Edición Munuera alemán, José Luis y Rodríguez Escudero, Ana Isabel. Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC Editorial, 2007.

Cowell, D. (1984). *The Marketing of Services*. London, UK: William Heinemann Ltd.
 Eiglier, P. y Langeard, E. (1989).

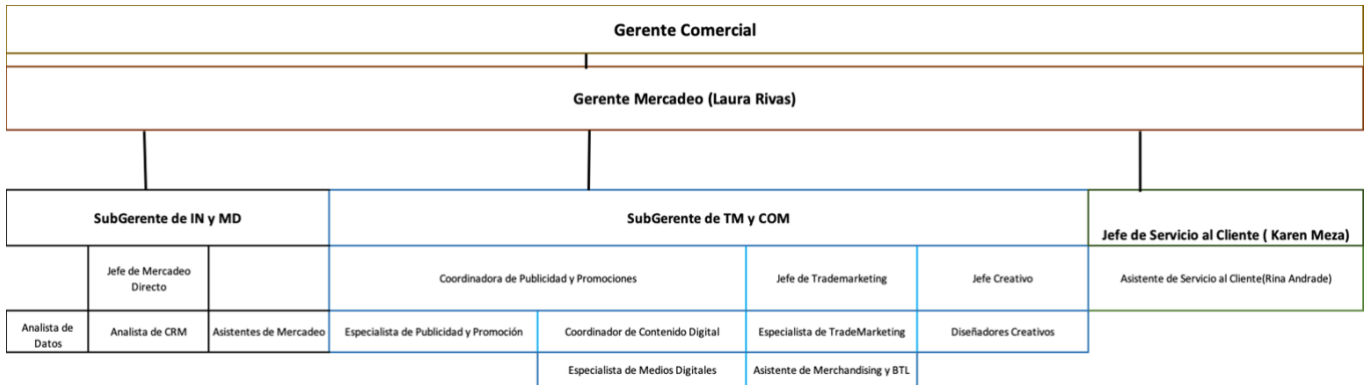
Servucción, El Marketing de Servicios. Madrid, España: McGraw Hill. Donnelly, J.H. y George, W.R. (1981)

Marketing of Services. Chicago, Ill: American Marketing Association. Cobra, M. y Zwarg, F. (1991). *Marketing de Servicios, Conceptos y estrategias*. Bogotá, Colombia: McGraw Hill. Withers, J. Vipperman, C. (1993).

Marketing de Servicios. Barcelona, España: Granica.

ANEXOS

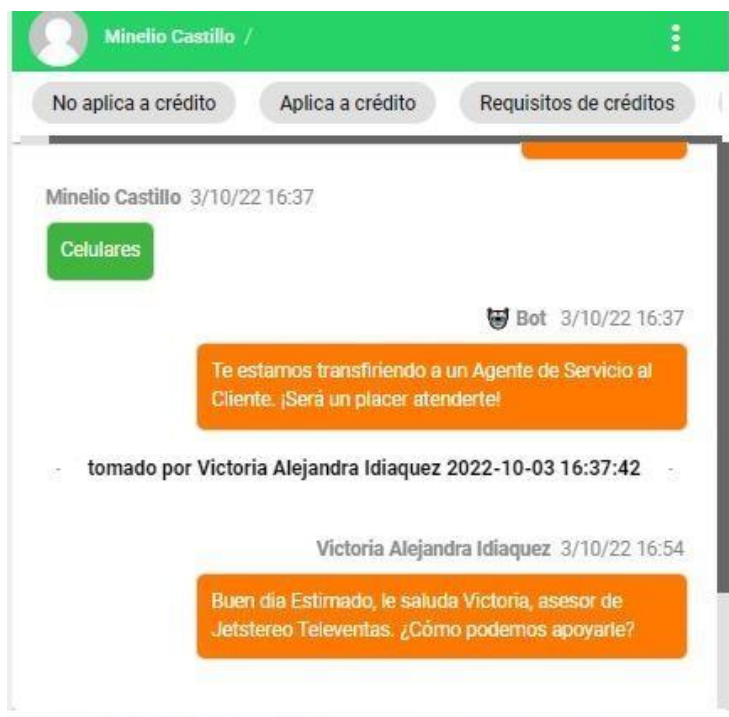
Anexo1.Organigrama de la empresa



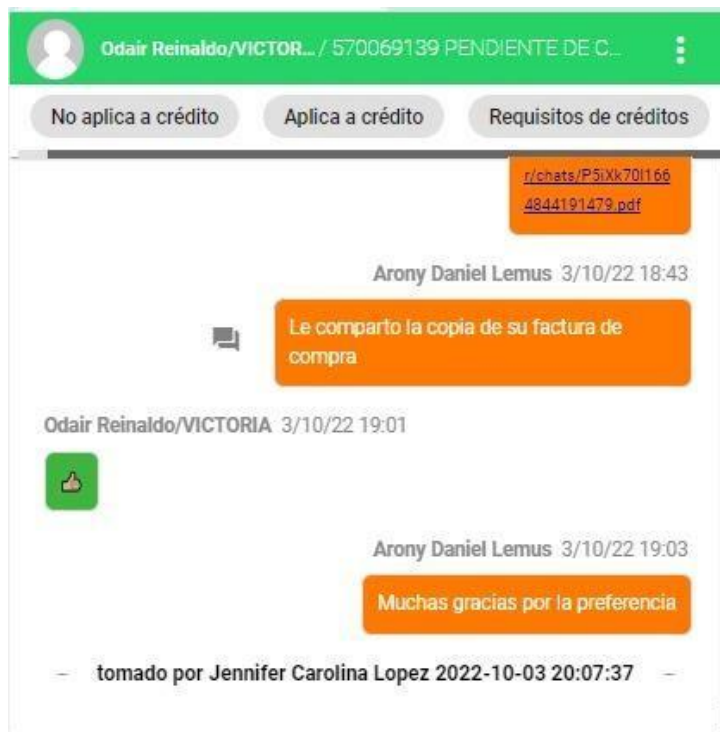
Anexo2.Presentación de Mes



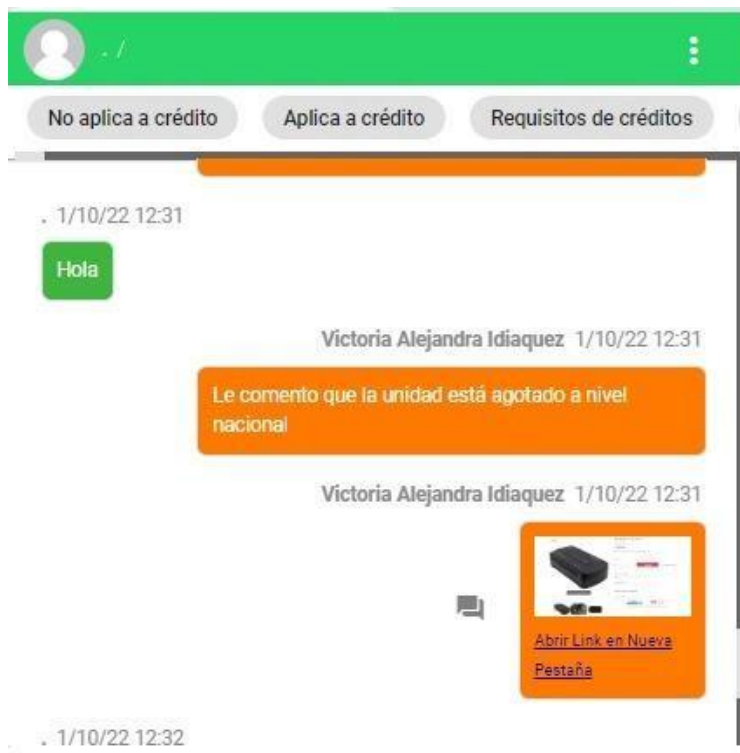
Anexo3. Conversación Aldeamo #1



Anexo4. Conversación Aldeamo #2



Anexo5. Conversación Aldeamo #3



Anexo6. Conversación Aldeamo (SAC) #1



Anexo7. Cartera de Clientes #1

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

Nombre del Cliente	correo electronico	Edad	Ingresos	Gissel: Ingresos al mes	Producto de producto
Alfredo Matute	alfredoM23@gmail.com	45	10000		ca blanca
Karla Garcia	GarciaK45@gmail.com	34	12000		ulares
Carlos Lopez	Carlos234@gmail.com	32	14000		stops Master
Sofia Hernandez	Hsofia67@gmail.com	25	20000		4 Televisores
Empresa de eventos MYG	mygcorpotarivo@gmail.com		50000		6 Tablets

Anexo8. Cartera de Clientes #2

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

Nombre del Cliente	correo electronico	Edad	Ingresos	Volumen de compra	Gissel: Cuántas compras ha realizado al mes o en el año.
Alfredo Matute	alfredoM23@gmail.com	45	10000	2	
Karla Garcia	GarciaK45@gmail.com	34	12000	1	
Carlos Lopez	Carlos234@gmail.com	32	14000	3	
Sofia Hernandez	Hsofia67@gmail.com	25	20000	4	Televisores
Empresa de eventos MYG	mygcorpotarivo@gmail.com		50000	6	Tablets

Anexo9. Cartera de Clientes #3

Nombre del Cliente	correo electronico	Edad	Ingresos	Gisel: Producto mas comprado o de preferencia	tipo de producto
Alfredo Matute	alfredoM23@gmail.com	45	100		1 linea blanca
Karla Garcia	GarciaK45@gmail.com	34	120		2 Celulares
Carlos Lopez	Carlos234@gmail.com	32	140		3 Laptops Master
Sofia Hernandez	Hsofia67@gmail.com	25	20000		4 Televisores
Empresa de eventos MYG	mypcorpotarivo@gmail.com		50000		6 Tablets

Anexo10. Tabla de Inversión de la Propuesta de Mejora

INVERSIÓN DE PROPUESTA			
Campaña de Marketing Directo			
Cursos de capacitación (Presencial)			
Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Comida	15	250	L3,750.00
Diploma del curso	15	150	L2,250.00
Renta del Local del evento	1	45,000	L45,000.00
Audio	1	20,000	L20,000.00
Total			L71,000.00

Anexo11. Proceso de Entrega



Anexo12. Delivery

Recipient's Name: Andrew

CANCEL SAVE

Delivery Notification

Our Ref : 26507

Delivery Ref : DO1278897897
 Your Ref : SD16289679001
 Order Date : 11/23/2019

Client:
 Candyox Canada Inc.
 5 Sphere Industrial Estate Campfield Road St Albans, Hertfordshire AL1 5HT

Shipper:
 Contoso Inc.

#	Code	Description	Price	Qty	Rejected	Reject Reason
1	SD0101	Item A, pack D 12x10	100.20	2	0	
2	SD2002	Item B, pack C 10x10	95.00	2	0	
3	SD0004	Item C, pack A 14x12	99.00	2	0	

Your Company driver today was Paul. We hope everything went ok. Don't forget, you can order 24 hours a day at www.company.com.

Delivery Status: Delivered
Reject reason:
Time: 11/24/2019 03:16 PM

Driver: Paul
Vehicle: DS 6799

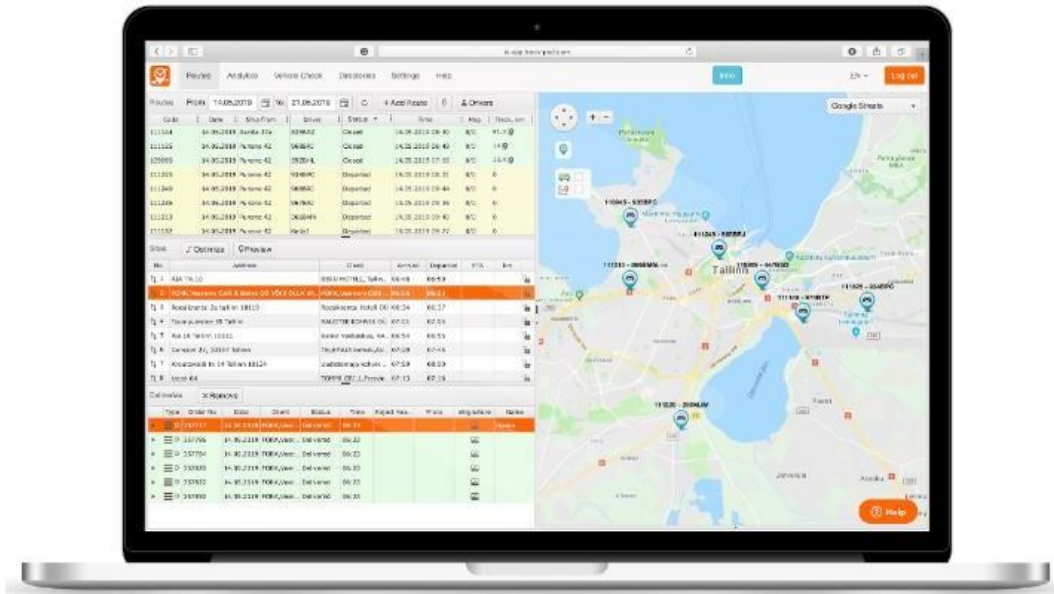
Name: Steve
Signature/Photo:

Latitude: 53.8768820
Longitude: 27.5441360
Delivery location:

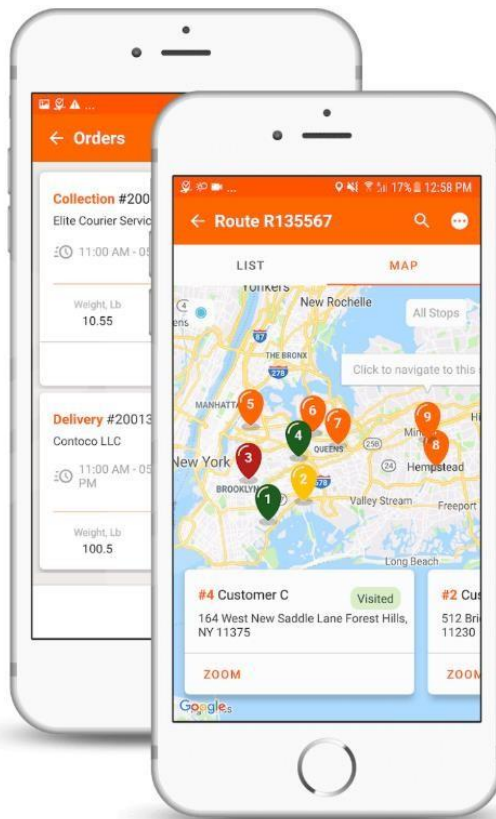
THANK YOU FOR YOUR ORDER

An opportunity to report damage / shortages was given on receipt of your items if present.

Anexo13. Mapeo de entregas



Anexo14. Rastreo por celular



Anexo15. Tabla de Inversión de Propuesta de Mejora 2

INVERSIÓN DE PROPUESTA 2		
GESTIÓN DE LOGÍSTICA INTEGRADA		
APP TRACK-POD		
Plan	Precio (\$)	Pedidos al mes
Plan S	\$ 285.00	1500
Plan M	\$ 510.00	3000
Plan L	\$ 900.00	6000
Plan XL	\$ 1,440.00	12000