

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
FIBRAS DEL CARIBE S.A. DE C.V.,**

**SUSTENTADO POR:**

**LUISA VALERIA MILLARES UMANZOR**

**21741017**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE NEGOCIOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**JUNIO, 2021**

## INDICE GENERAL

Dedicatoria.....	V
Agradecimientos.....	VI
Resumen ejecutivo .....	VII
Introducción .....	IX
<b>1. Capítulo 1.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Objetivos de Práctica Profesional.....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Objetivo General .....	1
1.1.2 Objetivos específicos.....	1
<b>1.2 Generalidades de la empresa .....</b>	<b>2</b>
1.2.1 Reseña Histórica.....	2
1.2.2 Misión.....	2
1.2.3 Visión.....	3
1.2.4 Valores .....	3
1.2.5 Organigrama .....	4
<b>2. Capítulo II.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Actividades realizadas .....</b>	<b>5</b>
2.1.1 Proyecto de 3D Solutions.....	5
Diseño y Desarrollo de productos .....	5
2.1.2 Gestión de quejas y reclamos por medio del sitio web .....	8
2.1.3 Recopilación de datos confidenciales de clientes claves en la empresa.....	9
2.1.4 Revisión y gestión de lista de precios de productos .....	11
2.1.5 Atención al cliente que solicita información relativa a la empresa y sus productos. ....	12
2.1.6 Revisión de nuevos expedientes de nuevo ingreso en el área de RRHH.....	13
<b>3. Capítulo III.....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Propuesta de mejora implementada.....</b>	<b>16</b>
<b>3.1.1 Catálogo de Productos en el área de ventas.....</b>	<b>16</b>
3.1.1.1. Antecedentes .....	16
3.1.1.2 Descripción de propuesta .....	17
3.1.1.3 Impacto de la propuesta .....	20
<b>3.2 Propuesta de mejora .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2.1 Medición de satisfacción al cliente en el área de ventas. ....</b>	<b>23</b>
3.2.1.1 Antecedentes .....	23
3.2.1.2 Descripción de la propuesta .....	23
3.1.1.3 Impacto de la propuesta .....	32
<b>4 Capítulo IV .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Conclusiones .....</b>	<b>34</b>

<b>4.2 Recomendaciones .....</b>	<b>35</b>
4.2.1 Recomendaciones para la empresa:.....	35
4.2.2 Recomendaciones para la institución: .....	35
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes:.....	35
<b>Bibliografía .....</b>	<b>37</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>41</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>44</b>

## Índice Figura

FIGURA 1 ORGANIGRAMA FIBRAS DEL CARIBE S.A. DE C.V.,.....	4
FIGURA 2 PROCESO DE ARCHIVOS DIGITALES DE PROYECTO SOLO 3D SOLUTIONS .....	7
FIGURA 3 EJEMPLO DE CÁLCULO DE PRECIO .....	12
FIGURA 4 COSTO CATALOGO DE PRODUCTOS .....	19
FIGURA 5 PORTADA DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS.....	20
FIGURA 6 DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DE COMPRA .....	21
FIGURA 7 EJEMPLO DE APLICACIÓN TO-DO.....	31
FIGURA 8 EJEMPLO DE NOTIFICACIÓN DE APP TO-DO.....	31
FIGURA 9 CARTA DE PRESENTACIÓN PERSONAL.....	44
FIGURA 10 PEDIDO DE MUESTRA "CYFRAME" .....	44
FIGURA 11 RECOPIACION DE DATOS EN FISICO.....	45
FIGURA 12 ENCUESTA DE ATENCION AL CLIENTE.....	46
FIGURA 13 RECEPCIÓN EN FICASA.....	47
FIGURA 14 ÁREA DE VENTAS.....	48
FIGURA 15 ÁREA DE VENTAS .....	48
FIGURA 16 MUESTRA DE ENVASE Y SU DESCRIPCIÓN .....	49
FIGURA 17 CARTA DE ENCUESTA DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	49
FIGURA 18 EJEMPLO DE FOTOGRAFÍA EN FONDO BLANCO .....	50
FIGURA 19 CATÁLOGO DE PRODUCTOS .....	51
FIGURA 20 GRAFICO DE PREGUNTA Y RESULTADO DE ENCUESTAS.....	51

## Índice de Tabla

TABLA 1 PEDIDO DE MUESTRA VÍA "CYFRAME" .....	17
TABLA 2 LISTA DE ENVASES GENÉRICOS.....	18
TABLA 3 ESTIMADO DE COMPRA .....	22
TABLA 4 RAZONES PARA IMPLEMENTAR ENCUESTAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	24
TABLA 5 RESULTADO DE ENCUESTA DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	24
TABLA 6 TABLA COMPARATIVA DE APLICACIONES .....	28
TABLA 7 FORMATO DE RECLAMO.....	45

## **Dedicatoria**

A mis padres Luisa Umanzor e Isaack Millares por haberme dado el apoyo incondicional de mis estudios y mis metas, por dedicar su vida a enseñarme lo importante en la vida. A mi madre por que eres mi ejemplo por seguir siempre. A mi padre por creer en mi. A mis abuelos Getulio Millares, Rosario de Millares, Manuel Umanzor y Delma de Umanzor gracias por enseñarme el amor de familia y enseñarme a jamás rendirme. A mis hermanas Lissa y Sara por estar siempre para mi.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradecer a Dios todo poderoso por haberme dado la sabiduría para tomar las decisiones correctas en mis estudios, le agradezco por haberme acompañado en cada paso para cumplir mis metas y por siempre darme esperanza ante las adversidades.

Agradezco profundamente a mis padres por apoyarme en cada uno de mis pasos y por enseñarme los valores que me convirtieron en la persona que soy.

Gracias por la oportunidad de estudiar y cumplir mis sueños.

A mis hermanas que han sido testigos de cada experiencia y obstáculo que tuve que pasar para poder cumplir mis metas. Les agradezco por apoyarme, darme consejos para seguir adelante y recordarme lo que soy capaz.

Agradezco a mi familia principalmente a mis abuelos por darme el apoyo incondicional en los momentos mas débiles y por mostrarme lo mas importante en la vida que es no rendirse y hacer todo con amor.

De igual manera agradecer especialmente a la universidad por la excelente educación y por su calidad de docentes que me inculcaron todos los conocimientos y me hicieron el profesional de hoy.

Agradecer muy cordialmente a la empresa FICASA por haberme dado la oportunidad de realizar mi practica profesional y por darme una experiencia única llena de aprendizajes.

Agradecer a todas esas personas cercanas a mi que contribuyeron de una manera u otra en el logro de esta meta.

## Resumen ejecutivo

El presente informe está enfocado en la necesidad de proponer un plan que incentive a mejorar la experiencia de compra y ofrecer un servicio personalizado al cliente con el uso de mediciones para conocer la satisfacción del cliente en la empresa.

La práctica profesional previa al título de Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios se realizó en Fibras del Caribe S.A., en el área de ventas con el puesto de Servicio al cliente.

FICASA es una compañía de fabricación de plástico en Honduras enfocada en la producción y venta de envases, están comprometidos a proveer oportunamente material de empaque primario rígido que cumple con las especificaciones de calidad e inocuidad de los diseños pactados con los clientes.

El área de ventas es uno de los departamentos de la empresa en la que se hace contacto directo con el cliente. El área maneja reclamos y se encarga de la toma de decisiones que surgen en la empresa como fijar metas, realizar seguimiento de Indicadores de rendimiento, planificación de estrategias de ventas y promocionar a la empresa.

Los empleados representan a la empresa en sus relaciones con los clientes, es decir, la imagen de la empresa la facilitan las personas que tratan con los clientes. Un buen servicio de atención al cliente va más allá de tratar con empleados sonrientes, amables y educados.

El área de ventas cuenta con ejecutivos de ventas que llevan a cabo actividades para buscar clientes potenciales que desean comprar los productos, se realiza un determinado protocolo de compra para vender y promocionar.

La empresa por producto de la pandemia tuvo que implementar una atención más personalizada, aplicando el puesto de servicio al cliente iban a tener mejor recopilación de datos de los clientes y tendrían mayores incentivos para medir su satisfacción.



La empresa tuvo que adaptarse a los cambios de la pandemia por lo cual como propuesta se implemento un catálogo de productos que se mantuviera en físico y digital para que la empresa estuviera alerta y disponible a los protocolos de bioseguridad.

Ante la necesidad y los cambios que surgieron en el área laboral producto de la pandemia, las empresas abandonan un factor importante cuando tratan de cumplir las expectativas de nuevas actualizaciones dentro del entorno de la empresa, uno de los factores para ser constantes y eficaces es la medición de la productividad con relación a la satisfacción al cliente.

Se desarrollaron encuestas de satisfacción al cliente para poder conocer la opinión de el sobre los productos y servicios que se ejercen en la empresa, de esta manera la empresa podrá tener una mejor perspectiva del porcentaje de fidelización que tiene con sus consumidores.

La atención al cliente eficiente es importante para la empresa, una de las actividades que se presentan problemas en dicha área es en la acumulación de reclamos y como llegar a manejarlos cuando se presenten, se propuso un formato de reclamo digital en Excel para poder llevar recopilación de los reclamos que surgen dentro de la empresa y permitir el registro de las quejas y reclamos de los clientes, será de ayuda para mantener el orden en el área de Calidad y Ventas.

En el área de ventas el ejecutivo de ventas gestiona muchas tareas y recopilación de pedidos por lo cual para poder atenderlos a tiempo se debe llevar un orden, para mejora e incentivo de la productividad en el área de ventas, se logró implementar una app que pudiera ayudar al ejecutivo de ventas a llevar un orden de sus tareas en el día, la app que se implementó fue "To do" de Microsoft en el que ayudara al ejecutivo de ventas a coordinar una lista de faenas, le notificara cada recordatorio a la fecha y hora que lo programó.

## **Introducción**

En el presente informe se pretende dar a conocer las experiencias obtenidas a lo largo de la práctica profesional, en la cual se pudieron desarrollar habilidades y conocimientos adquiridos durante los 4 años de estudio previa a la investidura del título de Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios.

El informe contiene el desarrollo íntegro, descriptivo de las funciones y propuestas que se llevaron a cabo a lo largo de la práctica profesional en el cargo de Servicio al Cliente en el área de ventas.

Por medio de este informe se dará a conocer la experiencia y la aplicación de conocimientos adquiridos en la universidad con el fin de mejorar la calidad del servicio ofrecido y poder estimular a alcanzar un mayor nivel de competitividad en el área de ventas de la empresa.

La estructura del informe empezara con el primer capítulo en el que detalla información de la empresa como objetivo general y específico, seguido de la reseña histórica de la empresa, la misión, visión, valores y organigrama.

En el segundo capítulo, se detallan las actividades indicadas por el jefe inmediato, durante el desarrollo de las actividades se tendrá un mejor diagnóstico y escenario de la empresa. Se describen las funciones principales en las que se tuvo la oportunidad de desenvolverse y conocer.

En el tercer capítulo se plantean las dos propuestas de mejora, que se llegaron a implementar con el fin de mejorar y facilitar el crecimiento continuó en el área, llevando a cabo mediciones y diagnósticos para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa.

En el cuarto capítulo se encuentra una parte importante del informe, que detalla las conclusiones obtenidas a lo largo del período de la práctica profesional, incluye recomendaciones generales, resultados obtenidos y comprobación del problema.

## **1. Capítulo 1**

En el primer capítulo se detallará la información de la empresa en la que se realizó la práctica profesional de este modo se podrá mostrar una mejor perspectiva de los labores y actividades que se realizaron. A continuación, se encuentra el objetivo general y específico, seguido de la reseña histórica de la empresa, la misión, visión, valores y organigrama.

### **1.1 Objetivos de Práctica Profesional**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración Industrial y de Negocios para medir el servicio al cliente y proporcionar propuestas de mejora en los indicadores de satisfacción al cliente y productividad del departamento de Ventas.

#### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Definir y analizar los pain points del cliente con la implementación de indicadores de medición para conocer la satisfacción del cliente con respecto a la empresa.
- Proporcionar estrategias que contribuyan a mejorar la experiencia de compra del cliente con el objetivo de satisfacer sus necesidades.
- Proponer mejoras y alternativas para responder con rapidez las necesidades del cliente y ofrecer un servicio personalizado.

## **1.2 Generalidades de la empresa**

### **1.2.1 Reseña Histórica**

Fibras del caribe, S.A. De C.V., (FICASA) compañía de capital netamente hondureño, fue establecida en 1998 como el primer fabricante de envases PET del país.

Desde sus inicios ha mostrado gran dinamismo, innovación, coraje y vocación al servicio, cualidades que la han separado de la competencia y la han llevado a convertirse en la empresa mas grande de fabricación de envases plásticos rígidos del país. (Fibras del caribe S.A., s.f.)

Fibras del caribe S.A. entro en el mercado con tecnología de bajo costo de inversión, tratando de desplazar lo que en aquel momento eran los envases mas usados (PVC); tanto en agua como en aceites comestibles. (Fibras del caribe S.A., s.f.)

En el camino para desarrollar su empresa, han tenido un crecimiento excepcional de sus ingresos brutos a una razón anual de 20%, debido a la penetración de mercados como el de agua, refrescos, bebidas naturales, aceites comestibles, desinfectantes, salsas de mesa y aderezos, tanto en el mercado nacional como en el de exportación. (Fibras del caribe S.A., s.f.)

Actualmente el 25% de las ventas son realizadas en exportaciones de diferentes productos tanto a la Región Centroamericana como al Caribe a empresas con altos estándares de calidad. Dichos estándares implican manejar conocimientos, equipos y técnicas de fabricación superiores.

*(Fibras del caribe S.A., s.f.)*

### **1.2.2 Misión**

Proveer a nuestros clientes con productos innovadores, de la mas alta calidad y en el menor tiempo posible, creando así relaciones duraderas en las que ambas partes se ven beneficiadas.

*(Fibras del caribe S.A., s.f.)*

### **1.2.3 Visión**

Ser pioneros en el mercado de productos plásticos, manteniendo el liderazgo con equipos de la mas alta tecnología para beneficio de nuestros clientes, empleados y accionistas.

*(Fibras del caribe S.A., s.f.)*

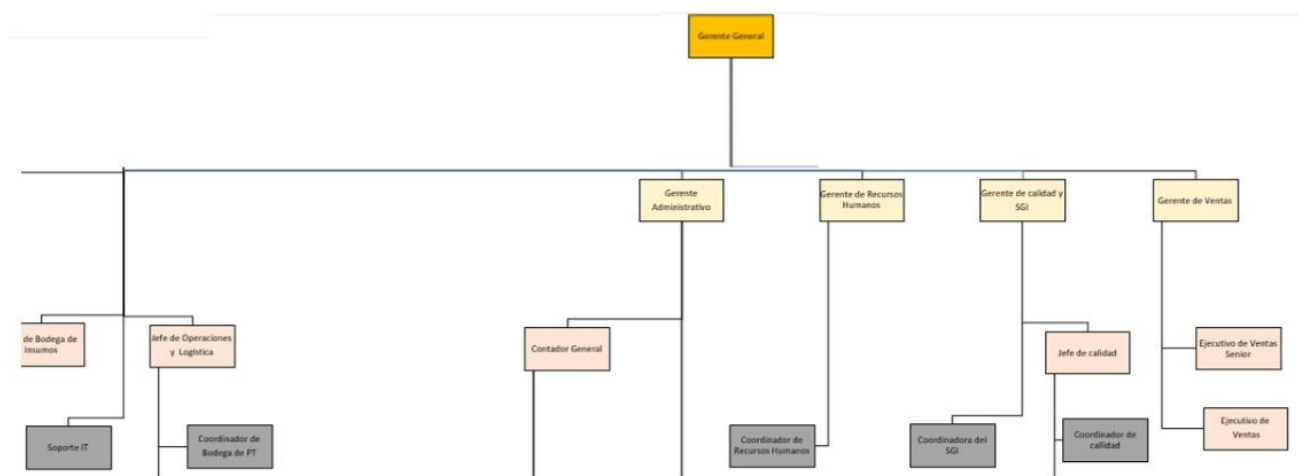
### **1.2.4 Valores**

- Excelencia
- Pasión
- Compromiso
- Honestidad
- Integridad

*(Fibras del caribe S.A., s.f.)*

### 1.2.5 Organigrama

Figura 1 Organigrama Fibras del Caribe S.A. de C.V.,



Fuente: (Fibras del caribe S.A. de C.V., s.f.)

## **2. Capítulo II**

En el segundo capítulo se detallarán las actividades que se realizaron en el Departamento de ventas. Se pormenorizará cada una de las actividades del puesto de Servicio al Cliente en el que se conoció la importancia de la satisfacción al cliente por medio de actuaciones conducentes a la captación de nuevos clientes y fidelización de los clientes existentes.

### **2.1 Actividades realizadas en orden de importancia.**

#### **2.1.1 Proyecto de 3D Solutions**

##### **Diseño y Desarrollo de productos**

El proyecto de diseño de productos 3D solutions se desarrolló para proporcionarle a los clientes claves un envase exclusivo para su marca, este proyecto tiene como propósito construir una relación a largo plazo con el cliente y a la vez crear un incentivo para que sigan comprando los productos y se pueda conseguir de contrato permanente.

Ejemplo de 3 tipo de productos que se manejaron:

- Envase PET
- Tapa HDPE
- Envase Galón

Las empresas personalizan su envase, tapa o galón con el tamaño y forma que desea, ya que existe una variedad de tamaños ya sea de 900ml, 450ml, 750ml y 1.7lts.

El proyecto se desarrolló desde el 2018-2021 y ha tenido mucho éxito en el proceso ya que la empresa ha tenido un crecimiento en su productividad, ganancia y ha logrado obtener marcas potenciales que lo recomiendan con otras empresas.



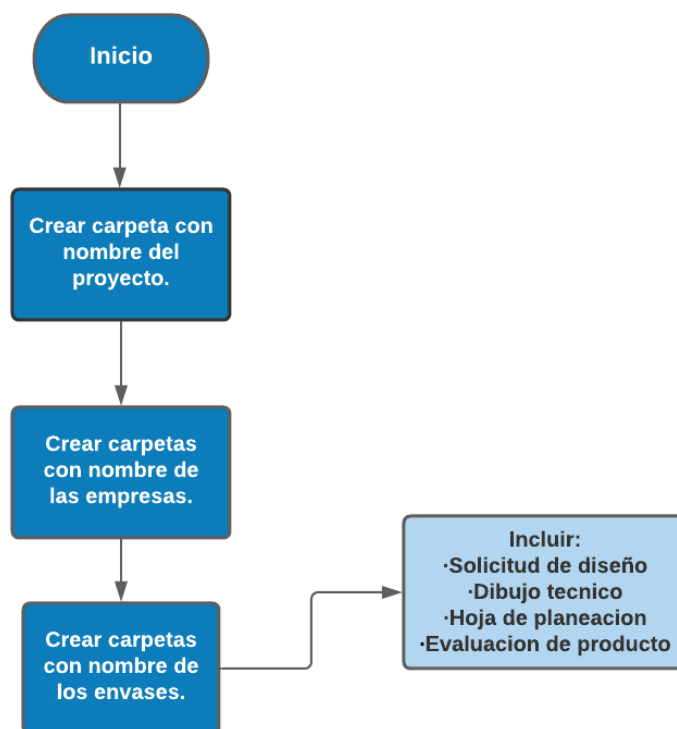
En esta actividad se logro participar en el proceso de elaboración de archivos digitales y llenar las solicitudes de dibujo técnico para hacer ejecución de este diseño y desarrollo de producto, se realizó un archivo para cada envase, tapa y envase galón de 10 empresas en total, con su tamaño y forma que correspondía.

Se realizó para empresas como:

- Dinant
- Laboratorios Quimifar
- Quanty
- Leyde

Los archivos se realizaron para poder tener mayor organización, orden y clasificación de documentos de cada envase, de esa manera el gerente de Ventas iba a tener mayor productividad y facilidad en la recolección de archivos por envase, ya que en el área había problemas de organización y desorden con el papeleo que manejaban por eso se recurrió a digital.

Figura 2 Proceso de archivos digitales de Proyecto solo 3D solutions



*(Elaboración propia, 2021)*

Cada archivo contenía los envases con su respectiva solicitud de diseño, dibujo técnico, hoja de planeación, evaluación de producto para ser ejecución del proyecto y de esa manera cuando se llegue a auditoria se pueda mostrar de manera específica y ordenada.

El proyecto 3D solutions en el área de ventas incentiva a los clientes a personalizar sus productos con la producción de la empresa de manera que se sientan satisfechos con el servicio y producto que se les vende.

### 2.1.2 Gestión de quejas y reclamos por medio del sitio web

En el área de Ventas se desarrollan acciones para el cumplimiento de la satisfacción del cliente, en esta área se gestiona los reclamos y quejas de los clientes, existen dos tipos de reclamos que maneja la empresa de producto, atención al cliente y de logística, en el puesto de servicio al cliente es importante poder estar atento a cada manifestación que se llegue a presentar para poder proporcionar una solución y cumplir las expectativas que espera el cliente con respecto a su reclamo. La empresa implementó en la página web un nuevo funcionamiento para que fueran recibidas por una persona y así llevar un mayor control de ellos, con el fin de que se pueda sistematizar y así llegar a conclusiones válidas para el cliente.

El formato de reclamo incluye:

- Categoría
- Fecha
- Nombre de la organización
- Teléfono de la organización
- Dirección
- Ciudad
- País
- Ejecutivo de Ventas
- Nombre del reclamante
- Teléfono del reclamante
- Correo electrónico del reclamante
- Puesto/Área del reclamante
- Nombre del Producto
- Numero de orden de producción
- Datos adicionales
- Fecha del problema
- Descripción del problema
- Solución Solicitada

- Descripción de la solución
- Descripción de documentos adjuntos.

La importancia de esta actividad es que permite conocer las inquietudes y manifestaciones del cliente, la excelente gestión de reclamos e implementando las actuaciones correctas cuando se presenten, siendo un puesto y una actividad nueva se tiene la oportunidad de poder mostrar e implementar los conocimientos adquiridos en la universidad.

El objetivo de la gestión de las reclamaciones es reforzar la relación con el cliente y garantizar la calidad del producto o servicio. (*Gestión de quejas y reclamos, 2019*)

La finalidad de esta gestión es obtener una respuesta rápida en reclamos y quejas dentro de la empresa. De esa manera se podrá tener mayor crecimiento y valoración en la atención al cliente. El cliente indica su inquietud en el espacio que proporciona la página web ya sea por reclamo de producto, atención al cliente o logística, proporciona información sobre el reclamo y envía el reclamo, una vez el reclamo o queja se ha enviado, cae directamente al correo del servicio al cliente y de calidad para poder analizarlo.

### **2.1.3 Recopilación de datos confidenciales de clientes claves en la empresa**

El Departamento de Ventas es el encargado de la distribución y venta de los productos, es el área que mantiene una relación cercana con el cliente, la atención al cliente es muy importante en este departamento desde como comunicarse hasta como resolver un problema del cliente.

La recopilación de datos para cada cliente clave es muy importante para poder crear una conexión y poder llegar a fidelizarlo, se tiene mayor formalidad y seriedad en lo que es la actualización de datos del cliente. Se debe ser amable con el cliente y poder empatizar con la información que están dispuestos a brindar a la empresa, cada información que se le pide a cada

uno es de manera confidencial por lo cual se necesita que la empresa sea confiable para poder otorgar ciertos documentos.

La recopilación de datos se realizó a clientes claves de la empresa que han mostrado fidelización durante mas de 2 años, se solicitaron requisitos y documentación confidencial para facilitar la agilización de la actualización del crédito.

La actividad se desarrolló para otorgar un servicio al cliente personalizado y a poder aprender a manejar situaciones que se dan con el cliente con la solicitud de documentos, se le brindo indicaciones de que tipo de información solicitar al cliente como:

- Solicitud de crédito
- Escritura Pública
- ID del representante
- RTN del representante
- RTN de la empresa
- Resolución de exonerados
- Referencias bancarias y comerciales

El proceso de la recopilación de datos fue por medio de correos, creando una carta formal solicitando los requisitos de crédito, seguido por lo que es la impresión de la documentación de cada cliente, este proceso también ayudaba en la actualización de la cartera de clientes, por que mediante este proceso se mostraba la actualización de los encargados de compras que es el puesto que maneja los pedidos de las empresas, mediante un correo daban a conocer si había un nuevo encargado de compras y de ese modo se debía actualizar en la cartera para no perder el contacto de la empresa a la que se le vende.

El seguimiento para poder obtener todos los documentos de los clientes clave fue por recordatorios notificándoles por medio del correo electrónico que se necesitan los documentos para poder tener una actualización de sus datos, pidiendo su colaboración sobre la importancia que es para la empresa la aportación de los documentos.

#### **2.1.4 Revisión y gestión de lista de precios de productos**

La revisión y gestión de lista de precios de productos en la empresa se basa en el numero de pedido del cliente, se debe tener una buena conversación con el cliente para poder llegar a tener toda la información necesaria para poder efectuar su pedido de manera formal e integral.

En la revisión de la lista de precios de productos en el área de ventas se debe revisar mínimo 3 veces los datos del pedido del cliente para poder llegar a tramitar el pedido a producción, las vendedoras se comunican con el cliente y se toma en cuenta el tipo de producto y la cantidad que el cliente solicita, seguido de ingresar el pedido en el sistema y el encargado de servicio al cliente hace revisión de los pedidos que se tuvieron, ya sea envases, tapas o los tipos de productos que el cliente pidió en su orden. Se calcula la sumatoria del total de cuantos productos ordeno el cliente para poder facturarlos y dar el visto bueno en producción.

El desarrollo de la revisión de la lista de productos es muy importante y primordial ya que si se llega a presentar algún error dentro de la suma de la cantidad de productos se deberá hacer reconocimiento del problema y se atrasara el pedido del cliente, ya sea si fue menos o más la cantidad de productos.

Es importante que las revisiones se han analizadas para poder corroborar que el pedido se le entregara correctamente al cliente y de esa manera no habrá ningún tipo de reclamo o quejas que se deba analizar.

En el área de ventas los precios no son fijos ya que los productos contienen materiales que no son materia prima y son difíciles de poder tener adquisición de ellos. Dependiendo del producto que se compre, ya sea envase, tapa o preforma se le da un precio con los requerimientos que el cliente pida.

En esta actividad se participo en la elaboración de una nueva lista de precios en el cual se debían sacar los precios de Envases HDPE en cual el cálculo consistía en:

*Figura 3 Ejemplo de cálculo de precio*

$\text{Precio de envase} + \text{Costo color por envase (dependía del peso gr y del color del envase)} + 10\%$
--

*(Fibras del caribe S.A., s.f.)*

### **2.1.5 Atención al cliente que solicita información relativa a la empresa y sus productos.**

La atención al cliente en el departamento de ventas es sumamente primordial, existen varias instrucciones que se proporcionan antes de empezar a relacionarse con los clientes, se recibió una inducción y se otorgó una cartera de contactos claves de la empresa con los cual se debía comunicar diariamente, con los conocimientos adquiridos en la universidad se sabe que la atención al cliente es primordial para cualquier empresa, ya que son las personas a las que se les vende, en el área de ventas se tiene una relación más cercana con el cliente es decir los empleados representan a la empresa en sus relaciones con los clientes.

Su función consiste en gestionar el conjunto de actividades y tareas diseñadas en la empresa con la finalidad de atender a clientes, tanto actuales como potenciales, en todas las comunicaciones y relaciones que tienen lugar antes, durante o después de la compra de un bien o de la prestación de un servicio.

Cualquier cliente que compra nuestros productos es merecedor de un trato cordial, atento y servicial por nuestra parte es muy importante cualquier empresa planifique cuidadosamente aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo con el cliente. *(La importancia de una buena atención al cliente, s.f.)*

Aunque muchas veces no nos demos cuenta, nuestros clientes son nuestro buen máspreciado ya que gracias a ellos la empresa puede sobrevivir. Por tanto, los consumidores de su producto/servicio deben ser nuestro centro de atención. *(La importancia de una buena atención al cliente, s.f.)*

Uno de los factores mas importante en esta actividad es poder manejar la comunicación con el cliente y tener habilidades como lo son:

- Empatía
- Respeto
- Tolerancia

El proceso de esta actividad era poder dar seguimiento a la actuación a la fidelización de clientes existentes y tener el servicio de ayudar con las dudas relativas a la empresa, por medio del correo electrónico de servicio al cliente manejado por el encargado de servicio al cliente se resuelven las dudas que se pueden tener con respecto a la empresa, el consumidor manda un mensaje y la atención hacia el debe ser inmediata y debe ofrecer una solución para cualquier duda que se tenga sobre la empresa, ya que quien representa a la empresa son los puestos que tienen contacto directo con los clientes.

En la actividad se desarrollaron cartas de recordatorios, avisos, solicitudes y se manejaron quejas, reclamos, dudas con respecto a la empresa o algún problema en los pedidos. En este espacio había un correo con el nombre del profesional de servicio al cliente para que los clientes pudieran sentirse en confianza conociendo quien atendía sus dudas.

### **2.1.6 Revisión de nuevos expedientes de nuevo ingreso en el área de RRHH**

Se tuvo la oportunidad de participar en dos actividades puntuales para dar apoyo al área de RRHH, revisar expedientes de nuevos ingresos, revisar la información y llenar la solicitud de referencias personales del candidato, esa actividad constituía en tomar en cuenta las referencias proporcionadas por Recursos humanos, para corroborar cierta información del empleado.

La solicitud constituía por dos categorías:

- Referencias proporcionadas por Recursos Humanos
- Referencias proporcionadas por el jefe inmediato (Personal administrativo)

Incluía:



- Puesto que ocupo
- Último salario
- Tipo de amonestaciones
- Motivo de salida
- Contacto RRHH
- Contacto jefe inmediato

El proceso en esta área fue realizar llamadas a la empresa donde el candidato trabajó por última vez, comunicarse con el Gerente de Recursos Humanos y poder proporcionarle las preguntas a responder, este con el fin de poder corroborar la información que el candidato proporcionó a la empresa y poder hacer proceso de su solicitud.

El encargado de este proceso se comunica con diferentes empresas para poder desarrollar esta actividad, se incentiva seguridad, paciencia y desarrollo de interacciones sociales que iban a ayudar a desarrollar confianza con respecto a su puesto.

La otra actividad en la cual se pudo participar eran las pruebas psicométricas, Recursos Humanos implemento pruebas psicométricas para poder tener una perspectiva de la personalidad del candidato al que se esta contratando para el puesto. Las preguntas eran tipo razonamiento por lo cual el tipo de prueba mostraría las aptitudes para resolver problemas, se llevo a revisar cada prueba del candidato y calificarlo.

Las organizaciones más inteligentes y sobresalientes saben que un proceso de selección es una tarea que requiere tiempo y no debe ser tomado a la ligera. Implica esfuerzo y una serie de pasos a seguir de forma minuciosa como lo es la aplicación de este tipo de exámenes a candidatos potenciales, por lo cual un test psicométrico tiene como objetivo medir de forma estandarizada el comportamiento de una persona en un trabajo determinado.

*(Test de selección de personal: ¿Qué es una prueba psicométrica?, 2019)*

El objetivo de poder participar en una de estas actividades es poder manejar diferentes maneras de conocer a los empleados en una organización y saber prematuramente lo que proporcionarán ya sea en este caso con su personalidad y su comportamiento.

Las pruebas psicométricas son documentos confidenciales ya que muestra información relativa de los empleados en la empresa, la confidencialidad con respecto a los empleados en Fibras del Caribe S.A de C.V., es muy importante ya que da seguridad y privacidad que en otras empresas no se proporciona esta norma. Uno de los aspectos por el cual se desarrollan este tipo de pruebas es para poder llegar a conocer a los candidatos que se implementarán en la empresa, se desarrolla para que en un futuro se presenten imprevistos, se tendrá la certeza que el empleado tomará la solución correcta por el bien de la empresa y sus subordinados.

### 3. Capítulo III

En el presente capítulo se detallarán las propuestas de mejora que se desarrollaron durante la práctica profesional, con el objetivo de mejorar los promedios de satisfacción al cliente y cumplir con los objetivos específicos que se plantearon para incentivar mejoras en el área de ventas.

#### 3.1 Propuesta de mejora implementada

A continuación, se detalla la propuesta de mejora implementada que se desarrolló para mejorar la productividad y satisfacción al cliente en el departamento de ventas.

##### 3.1.1 Catálogo de Productos en el área de ventas.

###### 3.1.1.1. Antecedentes

El área de Ventas tiene como objetivo proporcionar un servicio personalizado, eficaz y tolerante ante los problemas que se pueden llegar a presentar con el cliente, se buscan herramientas y técnicas para poder satisfacer las necesidades del cliente y mejorar su experiencia al comprar los productos.

El cliente debe sentirse importante en el entorno desde que entra y sale de la empresa, percibir que en la empresa se le considera especial y útil. Los clientes deben percibir la confiabilidad en el entorno para poder comprar un producto, ya que esperan que las relaciones que entablen con las empresas sean agradables y que los oferentes cumplan sus compromisos.

Uno de los pain points en el área de Ventas es en la presentación de los productos genéricos que son los que más se venden en el área ya que se manejan cantidad un promedio de 10-15 tipos de envases con diferentes tamaños que cuando clientes potenciales entran para la compra de los productos, muchas veces no tienen conocimiento de los productos que se venden y se le dificulta al ejecutivo de ventas continuar su proceso de compra.

No existe una buena presentación para venderle al cliente y se debe recurrir a envases en físico para poder convencer al cliente de que productos ofrecen, cuando fácilmente se puede recurrir a un catálogo de productos en donde el cliente pueda observarlo y decidirse que producto

desea, esta propuesta logrará agilizar y facilitar el trabajo de la vendedora y se tendrá una mejor presentación de los productos y sus descripciones.

El proceso de compra llega a ser lento e ineficiente ya que no hay un proceso para ofrecerle los productos y puede llegar a dificultar el trabajo del ejecutivo de ventas como en la experiencia de compra del cliente. Implementando un catalogo de producto se podrá disminuir el tiempo de compra y mejorar la productividad en el área.

### 3.1.1.2 Descripción de propuesta

El catálogo de productos genéricos se desarrollo para mejorar la experiencia del cliente al realizar la compra de su producto y facilitar el trabajo de la vendedora.

El ejecutivo de ventas solicito las muestras de los envases por medio de un sistema llamado "Cyframe" que maneja la empresa para que el Área de Calidad tenga la responsabilidad de otorgarlas, se lleva un proceso de realizar la solicitud como si fuera un pedido seguido de ver la disponibilidad de cada muestra.

La solicitud de muestra llega al sistema de calidad y se aparta una muestra de cada fardo.

Tabla 1 Pedido de muestra vía "cyframe"

Guarda Borrar Copiar Producto Ruta de Entrega Copia Proceso Generar

No Orden: 46165 MAIN  
 Tipo de Orden: Muestras  
 Almacén: FICASA  
 Cliente: 1436 ROBERTO SEGURA VALLADARES  
 # PO Client:  
 Contacto: ROBERTO SEGURA

Estatus: En preparación  
 Haber: Credit approved  
 Proyecto:

Fecha Pedido: 09/06/2021  
 Fecha Req: 09/06/2021  
 Fecha Envío: 09/06/2021  
 Entrega:  
 Fecha Cancel:

Origen: Fax

Tarjeta Créd:  Crédito 30...

Costo Estimado de Envío: \$ 0.00  
 Embarque Adicional: \$ 0.00

VIA: POR CONFIRMAR  
 Opción: -- Sin Opciones --  
 Incoterm: Costo Seguro y Transporte Tern cuenta:

Facturación: Tipo de factura: Factura de Venta  
 Envío: ROBERTO SEGURA VALLADARES  
 SAN PEDRO SULA, CORTES  
 SAN PEDRO SULA, CORTES  
 Ciudad: SAN PEDRO SULA  
 Dpto./Prov.: CORTES  
 País: HONDURAS C.A.  
 Cód. Postal:

Observac:

WH	Producto#	Descripción	Pedido	Prec Std	Envío	Descuento	Totales	
1	MAIN EINS0130	ENVASE PET 1 OZ GENERICO	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
2	MAIN EINS0073	Envase PET 60ml Cosmos Redondo 12grs	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
3	MAIN EINS0090	Envase PET 168mL/5oz Salsa Generica	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
4	MAIN EINS0071	Envase PET 135ml Chile	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
5	MAIN ESOP1100	Envase PET 250mL Jugo Generico Cuadrado	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
6	MAIN ESOP1115	Envase PET 1/8L Licor Generico	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
7	MAIN ESOP2081	Envase PET 120mL Boston Round Blanco	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
8	MAIN ESOP2085	Envase PET 120mL Boston Round ambar	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
9	MAIN ESOP2080	Envase PET 120mL Boston Round transparente	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
10	MAIN ESOP1120	ENVASE PET 240ML BOSTON ROUNDS AMBAR 21.7GRS	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
11	MAIN ESOP1119	ENVASE PET 240ML BOSTON ROUND CRISTAL 21.7G	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
12	MAIN ESOP2060	Envase PET 240mL Vinagre Generico	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00	
(Peso Total : 7.49 Kg)			(Descuento : \$ 0.00)	(Envío : \$ 0.00)	Parciales :		\$ 0.00	
							Imp :	\$ 0.00
							Embarque Adicional :	\$ 0.00
							Totales :	\$ 0.00 LP

Fecha de Creación : 09/06/2021 Por: KARINH

(Fibras del caribe S.A., 2021)

La recolección de los envases tuvo como objetivo la toma de fotografías de cada envase, la sesión de fotos fue tomada en el estudio de "Daniel Photography", se hizo una sesión de fotos simple con un solo fondo, con el objetivo que el centro de atención fuera el producto, se opto por un fondo blanco.

*Tabla 2 Lista de Envases Genéricos*

<b><u>ENVASES PARA CATALOGO DE PRODUCTOS</u></b>
○ EHDP0684- Envase HDPE Galón Industrial Natural 130g
○ EHDP0668- Envase HDPE Galón Industrial Amarillo 130g
○ EINS0109-Envase PET 365ml (Salsa de tomate)
○ ESOP0060-Galon Rectangular 75grs
○ ESOP2081-Envase PET 120ml Boston Round Blanco
○ EINS0071-Envase PET 135ml Chile
○ ESOP1119- Envase PET 240ml Boston round Cristal
○ EINS0109-Envase PET 365ml (Salsa de tomate)
○ EINS0073.Envase PET 60ml Cosmo Redondo 12g
○ EINS0040 16oz Tarro

Se desarrollaron pruebas de fotos para que se observara la imagen final que se iba a implementar en el catalogo de productos con el objetivo de dar formalidad con la estética del catalogo de productos.

Existe un proceso de compra y se tomo el tiempo estimado que dura el proceso de compra y es de 16.09min para cada compra que se realice en la empresa, por lo cual se deben tener en cuenta una estimación de tiempo en el que se cumpla los pedidos de los clientes, de esa manera será mas factible para el vendedor y una mejor experiencia para el cliente.

El catalogo de productos ayudara a mejorar la experiencia del cliente con un proceso de compra mas rápido y mas eficiente.

Por lo cual se opto por realizar una simulación de compra que pueda dar los resultados del tiempo en el que se cumple cada pedido, como se puede llegar a mejorar la experiencia del cliente y como facilitar el trabajo del Ejecutivo de ventas.

La simulación consistía en recrear el proceso de compra que ejecuta el ejecutivo de ventas, se regulo el tiempo por medio de un temporizador para conocer el tiempo y se dio a conocer el tiempo que tomaba al área de Ventas poder procesar los pedidos en el sistema.

El tiempo estimado de compra del ejecutivo de ventas es de 16.09 minutos para ingresar el pedido a sistema y que el cliente realice protocolo de facturación.

Implementando el catalogo de productos habrá menos tiempo perdido y mayor productividad en el área de ventas por lo cual se realizo una reunión con el Jefe del área de Ventas para comentar la idea y escuchar su opinión, una vez se dio el visto bueno de la propuesta, se empezó a cotizar y planear.

*Figura 4 Costo Catalogo de productos*

TIPO DE GASTO	PRECIO UNIDAD	TOTAL
<i>Unidad por fotografia + edicion fondo blanco</i>	L180.00	L1,800.00
<i>Muestra de fotografia</i>	L90.00	L180.00
<i>(Costo Impresión en satinado*por total de hojas)</i>	L40.00	L200.00
<b>TOTAL FINAL</b>		<b>L2,180.00</b>

Cada fotografía tuvo un costo de 180L que incluía la fotografía + edición en fondo blanco y se realizo la toma de 10 fotografías por lo cual dio un total de 1800L por la toma de las fotografías + las fotos de muestras que se llegaron a tomar que fueron de 90L por dos 180L, hace un total de 1980 por las fotografías.

Luego se imprimió el catalogo de productos y tuvo un costo de 200L en la empresa de Copy color. El total del costo del catalogo de productos fue de 2180L.

### 3.1.1.3 Impacto de la propuesta

La implementación del catalogo de productos en el área de venta tuvo impacto positivo en:

- Atención al cliente
- Agilidad en el servicio
- Satisfacción del cliente
- Mayor flujo de demanda
- Mejor experiencia en la compra de un producto.

Al contar con un catalogo de productos se observo que el cliente tiene mayor conocimiento de lo que quiere en el momento de la compra, realiza su pedido con mas rapidez y se aprecian de mayor manera los productos que se venden en la empresa.

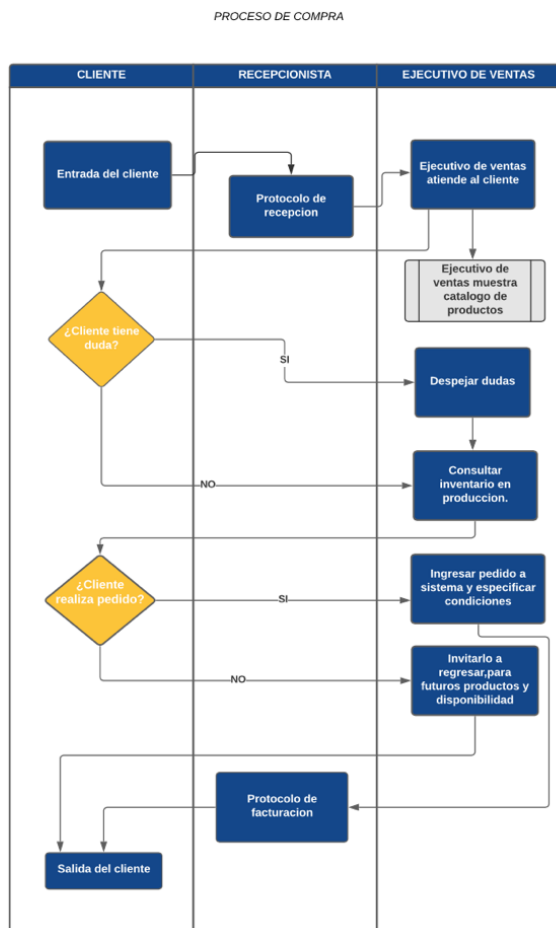
A continuación, se observa la portada del catalogo de productos:

*Figura 5 Portada del catálogo de productos*



Se obtuvo un impacto positivo por parte del cliente y del vendedor, creando este catalogo hubo mayor facilidad en realizar los pedidos, el cliente tuvo un servicio con mas rapidez y una experiencia mas innovadora.

Figura 6 Diagrama de flujo proceso de compra



Elaborado por Valeria Millares

Se realizo un diagrama de flujo para dar formalidad en su proceso de compra ya que no contaban con uno y para que se observara donde daría efectividad la implementación del catalogo de productos.

Se llego a tener un buen feedback de parte de la empresa correspondiente al diagrama de flujo ya que es algo que se necesita para llevar una interacción de las actividades del proceso de compra.



*Tabla 3 Estimado de compra*

<i>Tiempo estimado de compra</i>	<i>Tiempo estimado de compra con catalogo de productos</i>	<i>Tiempo reducido para mejora</i>
<i>16.09min</i>	<i>7.38min</i>	<i>8.71min</i>

Se realizo una simulación de experiencia de compra con el objetivo de identificar y calcular la cantidad de tiempo que se desarrolla en el proceso de compra en el área de ventas y se identifico que son 16.09 minutos en el cual el cliente hace su pedido y el ejecutivo de ventas ingresa el pedido al sistema con su debido protocolo de compra. Conociendo el proceso de compra y sus retrasos se implemento un catalogo de productos en la empresa en la que pueda reducir el tiempo de la experiencia de compra, de esta manera el cliente observara el catalogo y podrá tomar sus decisiones con mayor claridad y facilitara al ejecutivo de ventas poder saber el tipo de producto que el cliente quisiera comprar. Realizando la simulación se observo que el estimado de tiempo de compra con el catalogo de productos se redujo a un 7.38min un 8.71 min menos al proceso que desarrollaban en la empresa, lo cual es eficiente y factible para el ejecutivo de ventas poder cumplir su trabajo con facilidad.

La realización de esta propuesta tuvo impacto en la relación del cliente-vendedor y mejorar los servicios de atención al cliente en el área de ventas, esta implementación tendría efectividad no solo en el departamento si no también en la empresa ya que el área de ventas es el encargado de los ingresos, por lo cual en gran medida depende de ellos marcar la diferencia.

Se centra en la productividad, efectividad del área y de la facilitación de recursos para mejora continua.

La idea es retener clientes ya que un cliente satisfecho con el producto, pero insatisfecho con la atención, puede dejar de ser cliente en cualquier momento. (Fibras del caribe S.A de C.V., s.f.

## **3.2 Propuesta de mejora**

### **3.2.1 Medición de satisfacción al cliente en el área de ventas.**

#### ***3.2.1.1 Antecedentes***

Las organizaciones actualmente abandonan un factor importante cuando tratan de cumplir las expectativas de nuevas actualizaciones dentro del entorno de la empresa, uno de los factores para ser constantes y eficaces es la medición de la productividad relacionado con la satisfacción al cliente. La medición ayuda a la mejora continua y a avanzar hacia el éxito.

En el área de ventas la satisfacción al cliente es primordial por lo cual es importante que se mida el rendimiento percibido y la opinión del consumidor correspondiente a la empresa. Se desarrollaron mediciones para la satisfacción del cliente, conocer el comportamiento y mejorar la experiencia del cliente cuando compra los productos o utiliza los servicios, de esa manera la organización tendrá un estudio que servirá para medir que tan satisfechos están los clientes y cual es el porcentaje de compromiso que tienen con ella.

Para medir la satisfacción del cliente se tomo en cuenta 3 actividades:

- Encuestas de atención al cliente
- Formato de reclamo en Excel
- App To Do

Las 3 actividades tomaron lugar en diferentes aspectos en el departamento de ventas, con el propósito de medir la satisfacción del cliente de cada uno de ellos, se realizo encuesta, desarrollo de un formato de reclamos en Excel e integración de una App de recordatorios.

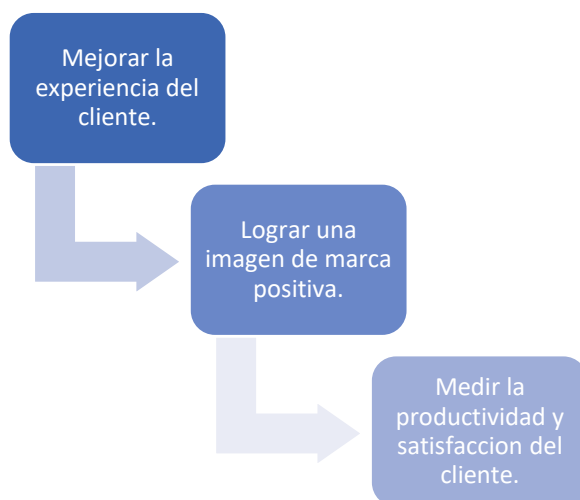
#### ***3.2.1.2 Descripción de la propuesta***

##### ***3.2.1.2.1 Encuestas de atención al cliente***

Las encuestas de atención al cliente se realizaron vía online en google form con el propósito de obtener una conexión directa con el cliente, se realizaron 8 preguntas específicas para conocer la opinión del cliente y calificar el desempeño del producto o servicio.

Se realizaron encuesta de atención al cliente por las siguientes razones:

Tabla 4 Razones para implementar encuestas de atención al cliente



(Elaboración propia, 2021)

Las encuestas de atención al cliente fueron implementadas a 40 empresas claves de la empresa de ellas se tuvo resultado de 28 empresas claves todo con el objetivo de medir el nivel de compromiso que tienen con la organización, el proceso de las encuestas fue por medio de correo electrónico con el encargado de servicio al cliente, se desarrollo una carta de solicitud que conllevaba el enlace para que pudieran completarla.

Tabla 5 Resultado de encuesta de atención al cliente

PREGUNTA	RESULTADO	ANALISIS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3 a 6 meses: 0%</li> <li>○ 6 meses a 1 año: 6.7%</li> <li>○ 1 a 3 años: 20%</li> <li>○ Mas de 3 años: 73.3%</li> </ul>	Esta pregunta te ayudará a saber cuántos de tus clientes actuales permanecen desde hace tiempo y cuántos se

<p><b>¿Desde hace cuánto utiliza nuestros productos?</b></p>		<p>acercaron recientemente a tu empresa.</p>
<p><b>¿Cuál es la frecuencia con que realiza sus compras?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Semanal: 36.7%</li> <li>○ Mensual: 50%</li> <li>○ Trimestral: 10%</li> <li>○ Semestral: 0%</li> <li>○ Anual: 3.3%</li> </ul>	<p>Esta es una de las preguntas clave para determinar el nivel de compromiso con la empresa, aunque también depende del tipo de producto que ofrecemos.</p>
<p><b>¿Considera que nuestro envase cumple sus necesidades?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Supera mis expectativas: 23.3%</li> <li>○ Resuelve mis necesidades: 70%</li> <li>○ Es útil, pero hay opciones mejores: 6.9%</li> <li>○ No resuelve mis necesidades. 0%</li> </ul>	<p>Esta pregunta te ayudará a conocer qué tan efectivo es tu producto con respecto a la necesidad del cliente.</p>
<p><b>¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muy probable 63.3%</li> <li>○ Probable 30%</li> <li>○ Poco probable 6.7%</li> <li>○ Nada probable 0%</li> </ul>	<p>Define aún más la preferencia del cliente con esta pregunta.</p>
<p><b>¿Cómo es la atención de parte de nuestro equipo de ventas?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rápida, pues contestaron al momento: 50%</li> <li>○ Tuve que esperar, pero contestaron: 46.7%</li> <li>○ Lenta, pues no contacte al asesor de ventas y me contactaron por correo electrónico o WhatsApp: 3.3%</li> <li>○ Insuficiente, pues no recibí respuesta: 0%</li> </ul>	<p>Puedes orientar esta pregunta hacia el buzón electrónico o cualquier otro medio que utilices en la atención al cliente.</p>

<p><b>Si piensa en ENVASES, TAPAS o PREFORMAS, ¿cuál es su calificación para nuestros productos?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Es la mejor opción entre todas: 40%</li> <li>○ Es la mejor opción hasta ahora, pero buscare alternativas. 30%</li> <li>○ Es una buena opción, pero creo que hay mejores. 26.7%</li> <li>○ Es la opción que elijo cuando otras ofertas no están disponibles. 3.3%</li> <li>○ Es mi ultima opción, pues no me satisface en absoluto. 0%</li> </ul>	<p>Conocer cuál es nuestro posicionamiento respecto a la competencia.</p>
<p><b>¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ya los recomiendo 50%</li> <li>○ Es muy probable 40%</li> <li>○ Es probable 10%</li> <li>○ Es poco probable 0%</li> </ul>	<p>Determina cuántos embajadores de marca potenciales tenemos.</p>
<p><b>En general, ¿qué tan satisfecho está con esta FICASA?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Altamente satisfecho 13.3%</li> <li>○ Muy satisfecho: 50%</li> <li>○ Satisfecho: 26.7%</li> <li>○ Poco satisfecho: 10%</li> <li>○ Completamente insatisfecho: 0%</li> </ul>	<p>Esta es una pregunta global que se centra en la apreciación de la empresa:</p>

(Elaboración propia, 2021)

En la tabla se muestra los porcentajes que se obtuvieron en la encuesta, cada pregunta es importante por lo cual se debe tomar en cuenta cada una, ¿existen las preguntas claves que la empresa considera que son las mas importantes por que quisieran conocer la opinión del cliente en este aspecto, como en el inciso 3 la pregunta era "Considera que nuestro envase cumple con sus necesidades?" un 23.3% opino que el envase "Supera mis expectativas", un 70% opino que el envase "Resuelve mis necesidades" y un 6.9% es "es útil, pero hay opciones mejores."

Se dio a conocer que la mayoría de los clientes opina que los envases resuelven sus necesidades, en ese caso se recomienda que la empresa opte por soluciones factibles para fidelizar a sus clientes con sus productos y cambiar el porcentaje de "Resuelve mis necesidades"

a "Supera mis expectativas" y se tenga mayor satisfacción correspondiente a sus envases, ya sea si el producto que encarga el cliente llega golpeado, abollado o no resistentes a lo que el cliente cuando realiza la compra no espera.

El uso del indicador de medición como son las encuestas muestra las opiniones de los clientes con el propósito de que la empresa conozca sus inquietudes y las áreas que necesitan mejorar.

Esta medición en el área de ventas se desarrollo mas que todo comprender el comportamiento del consumidor y sus inquietudes, cabe destacar que de esa manera se iba a poder observar el nivel de satisfacción del cliente y de esa manera conocer específicamente la empresa con su inquietud individual, no todas las organizaciones tendrán el mismo reclamo. Se realizaron con la finalidad de comprender los aspectos que se debían mejorar dentro del área de ventas y en el entorno de la empresa para satisfacer las necesidades del cliente y mejorar la productividad del área.

#### ***3.2.1.2.2 Formato de reclamo en Excel***

Uno de los pain points más comunes en puestos relacionados con la atención al cliente es la recopilación de reclamos y como manejar cuando se presenten. Se desarrollo e implemento un formato de reclamos digital en Excel para poder llevar recopilación de los reclamos que surgen dentro de la empresa, este formato toma lugar en lo que es la medición de la productividad ya que permitirá el registro de las quejas y reclamos de los clientes, la empresa tendrá este formato para medir la cantidad de manifestaciones que surgieron en una semana y que medidas tomar para que no surjan en la siguiente semana.

El proceso y objetivo del formato de reclamos y quejas:

- Recibir el reclamo por medio del sitio web (encargada de servicio al cliente.)
- Actualizarlo en el formato (llenando las casillas.)
- Mandar formato al área de calidad para llevar una revisión de que se cumplieron los reclamos y analicen en que aspectos pueden mejorar ya sea si fue por manifestación de

producto abollado, error en la logística del producto en otro caso sería la atención al cliente e involucraría al área de ventas.

El formato de reclamo involucraba:

- No. Reclamo
- Fecha
- Categoría
- Nombre de la organización
- Contacto organización
- Reclamante
- Contacto reclamante
- Dirección
- Fecha de comunicación de reclamo de parte de calidad
- Abierto o Cerrado

### ***3.2.1.2.3 Aplicación To-Do***

El área de ventas gestiona y organiza los pedidos que se realizan en la empresa, por lo cual es necesario que lleven un calendario de tareas para que la organización y la puntualidad sean eficientes.

Las dos aplicaciones para el uso del ejecutivo de ventas con el propósito de que analice la que sea mas factible y eficiente para el ejecutivo de ventas y pueda hacer uso de ella.

Las dos aplicaciones fueron "Remember the milk" y "Microsoft To do " se analizó cada una para poder llegar a conocer la mas eficiente y que se pueda usar con facilidad.

*Tabla 6 Tabla comparativa de aplicaciones*

	REMEMBER THE MILK	MICROSOFT TO DO
CONCEPTO	Es una aplicación web que permite administrar listas de tareas y su	Es una aplicación de gestión de tareas basada en la nube. Permite a los usuarios

	tiempo de gestión desde cualquier ordenador, así como fuera de línea.	administrar sus tareas desde un teléfono inteligente, tableta y computadora.
CARACTERISTICAS SIMILARES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de tareas</li> <li>• Herramienta de productividad</li> <li>• Facilita la administración de tareas.</li> <li>• Registración Gratis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de tareas</li> <li>• Herramienta de productividad</li> <li>• Facilita la administración de tareas.</li> <li>• Registración Gratis</li> </ul>
DIFERENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notificación de recordatorios (\$)</li> <li>• Se puede utilizar en Google calendar con facilidad.</li> <li>• Dividir en subtareas (\$)</li> <li>• Revisión de tarea con facilidad con Apple watch. (\$)</li> <li>• Sincronización con Microsoft Outlook. (\$)</li> <li>• Uso de servicios de automatización. (\$)</li> <li>• Compartir lista de tareas. (Difícil de utilizar)</li> <li>• Costo de aplicación (39.99/anual)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notificación de recordatorios (Gratis)</li> <li>• Se necesita un servicio de automatización para poder utilizar Google calendar.</li> <li>• Dividir en subtareas (Gratis)</li> <li>• Revisión de tareas con facilidad con Apple Watch. (Gratis conectando cuenta Outlook)</li> <li>• Sincronización con Microsoft Outlook. (Gratis)</li> <li>• Uso de servicios de automatización. (Gratis)</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir lista de tareas. Fácil de utilizar</li> <li>• Aplicación gratis.</li> </ul>
--	--	--

(Elaboración propia, 2021)

Requisitos para escoger la aplicación:

- Sincronización con Microsoft Outlook
- Notificaciones de las tareas
- Compartir lista de tareas con compañeros de trabajo.
- Gratis

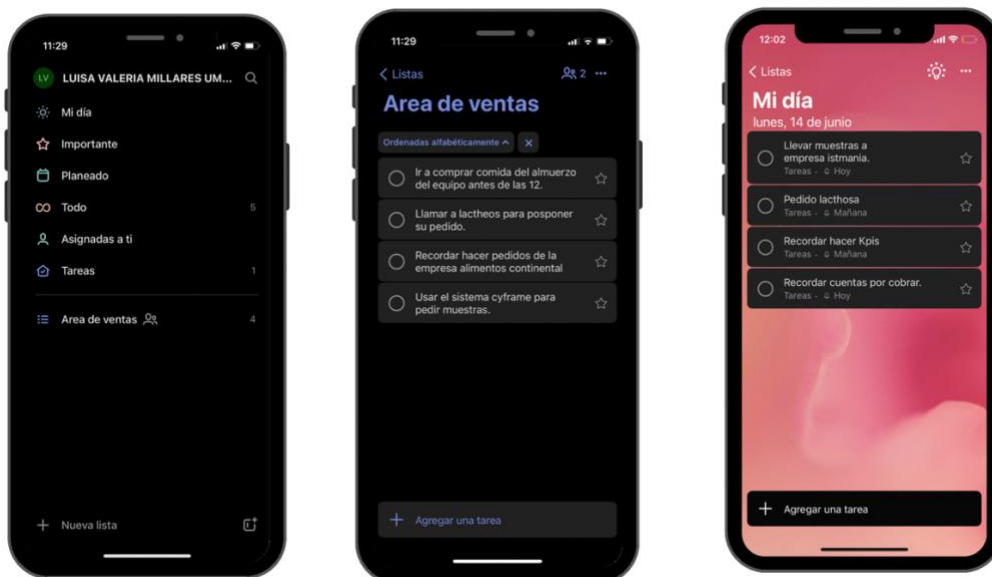
Como resultado de la tabla comparativa se pudo mostrar que la aplicación más eficiente para el área de ventas es Microsoft To do ya que fue la que más se acopló a los requerimientos que se necesitaban para tener mayor productividad.

Se implementó esta aplicación porque se necesita coordinación y orden en cada detalle que se realice, ya que su función es el resultado de toda la producción, si se llega a tener un error de cantidad u olvidar ingresar pedido, pueden llegar a causar consecuencias en la producción como gasto de recursos o atrasos.

Sin embargo, esta aplicación no solo puede llegar a hacer útil para recordatorios sobre pedidos, puede llegar hacer útil para cualquier asunto importante que se necesita hacer en una específica hora como la llamada de un cliente importante, la visita de un cliente para entregar muestras, recordar la visita de un cliente importante o reuniones que se pueden llegar a presentar.

La aplicación se incorpora con el propósito que exista un grupo del área de Ventas donde muestre los recordatorios del equipo en total, si se necesita un recordatorio personal, la aplicación da la oportunidad de incluir datos personales y laborales.

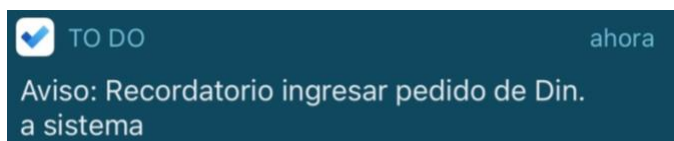
Figura 7 Ejemplo de Aplicación To-Do



(Microsoft To Do, 2021)

El proceso de la aplicación es agregar las tareas para gestionar día a día, colocando la fecha y hora que quiere que le recuerden seguido de habilitar las notificaciones para recibir un aviso de la tarea que se debe realizar.

Figura 8 Ejemplo de notificación de App To-Do



(Microsoft To Do, 2021)

### ***3.1.1.3 Impacto de la propuesta***

Las encuestas de atención al cliente son una medición efectiva para conocer las opiniones de los clientes y medir nuestra productividad.

La encuesta se realizó al encargado de compras de cada empresa ya que es el puesto que hace contacto directo con la empresa y los pedidos.

El mayor impacto es conocer las opiniones de la empresa y empatizar con cada una de las respuestas, se realizó el informe de tabulación de encuesta en la cual mostraba los resultados de cada empresa y sus opiniones. Se entregó un informe al propietario de la empresa y al gerente del área de ventas con la tabulación de la encuesta para dar una vista previa de las opiniones de los clientes, tomar acción correspondiente a sus inquietudes y conocer las áreas a mejorar. Obteniendo la información y opiniones de los clientes se observan los problemas que afectan la relación con el cliente, se muestran que todas van ligadas a la atención al cliente, los productos y la logística.

Las encuestas de atención al cliente tuvieron un lapso de un mes para poder implementarlas a cada cliente clave, se desarrolló de manera directa y se tuvo un buen recibimiento de parte del cliente poder completarla.

Se conoció la opinión del consumidor con la empresa, se obtuvieron los resultados del nivel de satisfacción al cliente, se descubrió la valoración de los productos que se venden y se conocieron más a fondo las opiniones que como proveedor de un producto no se piensan.

El equipo de ventas manejaba reclamos y quejas de todo tipo, por lo cual era una prioridad poder analizar el comportamiento y opinión del cliente hacia la empresa, se desarrolló la encuesta y se mostró mayor organización, imagen positiva de parte de la empresa que mostraba consideración y empatía hacia las opiniones de sus clientes.

El formato de reclamo en Excel fue una ayuda para el área de Ventas y Calidad ya que ellos observaron la cantidad de reclamos que se tenían en una semana, observaban el tipo de reclamo que más se producían y se priorizó más observación en esa manifestación para que no volviera a ocurrir.

En la semana que se llegó a implementar el formato reclamo se pudo observar que había mayor control de los pedidos si se tenían por Excel archivado y actualizándose de esa manera promediaban su efectividad en la semana.

Cabe destacar que hubo más organización ya que el formato mostraba si el reclamo estaba abierto o cerrado de esa manera sabrían si el reclamo sigue pendiente o si ya se realizó.

Las quejas transmiten información valiosa para la empresa porque señalan un aspecto que no va bien. En este sentido, es importante sistematizar la información para llegar a conclusiones válidas. *¿Sobre qué se quejan mayoritariamente tus clientes? (s.f. ¿Por que es importante conocer las quejas de los clientes?)*

Implementando la aplicación se logró mayor productividad para las vendedoras poder integrar sus tareas del día a día en la aplicación y llevar un orden.

Se midió el incremento de productividad con el uso que le daban a la aplicación de esa manera se podría dar a conocer la efectividad de la aplicación.

Esta herramienta fue de mucha ayuda para la finalización de sus tareas cotidianas ya que cumplían sus actividades con más rapidez, ayudo con liberar el espacio mental y administrar su vida personal y laboral, se dio a conocer cuando ya no se tenía que preocupar por estar recordando o apuntando en papeles que después se perdían y solo tenía que programarlo desde su teléfono, se recibieron comentarios de parte del ejecutivo de ventas que era muy fácil de usar y muy productivo.

Se observó que con el uso de esta se desarrolló mayor motivación y trabajo en equipo ya que creaban recordatorios en equipo en el área de ventas.

La productividad y la planificación es de suma importancia en el área de ventas, con la aplicación se llegó a tener un control de pedidos y a poder agilizarlo de manera que no se acumularan para el siguiente día, fue muy beneficioso para el departamento.

## 4 Capítulo IV

### 4.1 Conclusiones

A continuación, se presentan las siguientes conclusiones:

Formando parte de la empresa en el departamento de ventas se pudo observar el ambiente y la responsabilidad que se cumple con la atención al cliente, se observo todos los mecanismos que se logran en un solo departamento, lograr la correcta toma de decisiones para cubrir la necesidad en el área, se observo la responsabilidad de priorizar la fidelización del cliente y llenar sus expectativas.

Al realizar las actividades se logro identificar el potencial del catalogo de productos en el área de ventas, su forma rápida y visual como ventaja competitiva, un incentivo para un proceso de compra eficaz y personalizado.

Se comprendió de manera significativa los pain points del cliente y la vendedora para que se pueda llegar a cumplir con las expectativas de un proceso de compra efectivo, se realizaron propuestas de mejora como encuestas de atención al cliente, formato de reclamo en Excel y se incorporo la aplicación "To Do de Microsoft" con el propósito que se incentive ofrecer un servicio personalizado seguido de facilitar las tareas del ejecutivo de ventas.

Se comprende la necesidad en el departamento de las habilidades como tolerancia, paciencia y empatía de poder suplir las respuestas adecuadas y esperadas para la satisfacción del cliente y el interés en poder llevar los procesos a cabo ya sea en la toma de decisiones como el manejo de la inteligencia emocional aspecto que es fundamental para que el trabajo en equipo funcione de manera correcta en el área, siguiendo siempre las expectativas de la empresa hacia el éxito.

En conclusión, se debe destacar que la experiencia en la empresa de Fibras del Caribe S.A fue de importancia para desarrollar las habilidades y conocimientos que se adquirieron en la universidad, seguido de descubrir un puesto de trabajo en especifico para la experiencia laboral.

## **4.2 Recomendaciones**

A continuación, se presentan las siguientes recomendaciones:

### **4.2.1 Recomendaciones para la empresa:**

- Es importante que se siga construyendo e implementando nuevas ideas y actualizaciones para mejorar la comunicación y relación con el cliente.
- Se le recomienda fortalecer y motivar el trabajo en equipo en el área de ventas.
- Se le recomienda cumplir la satisfacción del cliente y mostrar soluciones inmediatas para mejorar la imagen de la empresa correspondiente a la atención al cliente.
- Se le recomienda implementar capacitaciones de inteligencia emocional para el fortalecimiento del respeto y tolerancia entre los empleados.
- Se le recomienda integrar mas personal de supervisión en el área de producción y ventas para agilizar los pedidos y tener mas productividad.

### **4.2.2 Recomendaciones para la institución:**

- Elaborar alianzas estratégicas con empresas para poder llevar a acabo mayor actividad de practica y menos de teoría en las clases, con el propósito de aumentar el desarrollo del estudiante en la universidad.
- Se le recomienda a la universidad poder implementar capacitaciones y visitas a empresas para que el estudiante tenga conocimiento previo del mundo laboral y sus procesos.
- Mejorar los problemas que se conllevan con el transporte que se les da a los estudiantes, tomar importancia y realizar acción al caso.
- Implementar incentivos relacionados con motivación en las instalaciones para el desarrollo profesional del estudiante.

### **4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes:**

- Se le recomienda utilizar los recursos universitarios al máximo, para una mejor experiencia universitaria.

- Identificar e investigar el área a la que se quieren desarrollar como profesional.
- Realizar una investigación de la empresa a la que se hará la practica profesional y llevar a cabo un cuadro de futuras ideas y soluciones que se pueden llegar a implementar o mejorar.
- Empezar a trabajar desde la universidad para tener una visualización del ambiente laboral y mayor adaptación a la hora de realizar la practica profesional.

## Bibliografía

IONOS Startupguide (2019,21 de mayo) *Gestión de quejas y reclamaciones.*

<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/gestion-de-quejas-y-reclamaciones/>

Amitai (2019, 22 abril) *Test de selección de personal ¿Qué es una prueba psicométrica?*

<https://www.amitai.com/es/test-prueba-psicometrica/>

(2019, 23 septiembre) *La importancia de una buena atención al cliente | IFP.es*

<https://www.ifp.es/blog/la-importancia-una-buena-atencion-al-cliente>

(s.f.) *Ficasa /Fibras del Caribe SA* <https://www.fibrasdelcaribe.com/>

Zenvia (2021,26 abril) *TODO sobre el servicio al cliente: qué es, la importancia*

<https://www.zenvia.com/es/blog/todo-sobre-el-servicio-al-cliente-que-es-la-importancia-y-los-principios/>

M.S.P(2017, 20 de diciembre) *Sistema de gestión de la productividad del sector servicio en el municipio San Cristóbal del estado Táchira, Venezuela*

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5826/582661257006/html/index.html>

ACCOM (s.f.) *Por que es importante conocer las quejas de los clientes* <https://www.we-accom.com/por-que-es-importante-conocer-las-quejas-del-cliente/>

F. (s.f.) *5 funciones del área de ventas + 4 cargos esenciales*

<https://www.zendesk.com.mx/blog/funciones-departamento-area-ventas/>



Microsoft T.D (s.f.) *To Do* <https://todo.microsoft.com/tasks/es-es>

(2020) *Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas*

<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>

L. (2021) *Satisfacción del cliente: definición, historia, retos y*

*estrategia* <https://www.efficcy.com/es/satisfaccion-del-cliente-definicion-historia-retos-y-estrategia/>

(n.d.) *Acuerdo para contar con el catálogo de datos personales considerados de forma general información confidencial*

[http://www.transparencia.unam.mx/documentos\\_transparencia/acuerdo\\_catalogo\\_de\\_datos\\_personales.pdf](http://www.transparencia.unam.mx/documentos_transparencia/acuerdo_catalogo_de_datos_personales.pdf)

(2015) *¿Quién es nuestro Cliente Clave? – ¿Por qué nos*

*Compra?*, <https://scaleupbusiness.eu/2015/04/16/quien-es-nuestro-cliente-clave-por-que-nos-compra/>

(n.d.) *Obtención de escritura pública* <https://sde.gob.hn/obtencion-de-escritura-publica/>

L.A (2020) *¿Cómo tramitar el RTN en Honduras? Los 7 datos que debes conocer*

<https://www.televicentro.com/como-tramitar-el-rtn-en-honduras-los-7-datos-que-debes-conocer>

R.V (2018) *¿Cuál es la diferencia entre referencia y aval?*

<https://revista.condusef.gob.mx/2018/08/cual-es-la-diferencia-entre-referencia-y-aval/>

S.H (2016) *¿Cuál es la diferencia entre queja y*

*reclamo?* <https://www.habitatbogota.gov.co/transparencia/informacion-interes/preguntas-frecuentes/3-%C2%BFcu%C3%A1l-la-diferencia-entre-queja-y-reclamo>

(n.d.) *¿Cómo archivar de forma digital usando un gestor documental?*

<https://www.ticportal.es/temas/sistema-gestion-documental/funcionalidades/archivo-digital>

A. (2018) *La calidad es una excusita inventada por los programadores*

<https://www.adictosaltrabajo.com/2018/10/02/la-calidad-es-una-excusa-inventada-por-los-programadores/>

K.V (2017) *Entidades del catálogo de producto*

<https://docs.microsoft.com/es-es/dynamics365/customerengagement/on-premises/developer/product-catalog-entities?view=op-9-1>

Q.P (n.d.) *¿Qué es una encuesta?*

<https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

O.A (2009) *¿Qué es la productividad?*

<https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>

S.O(2014) *Envases y embalajes renuevan su piel Mecalux*

<https://www.mecalux.es/articulos-de-logistica/envases-y-embalajes-renuevan-su-piel>

(n.d.) *Oxford Languages and Google*

[https://www.google.com/search?q=empatia&rlz=1C1SQJL\\_enHN900HN900&oq=empatia+&aqs=chrome.0.0i433l2j0l8.1975j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=empatia&rlz=1C1SQJL_enHN900HN900&oq=empatia+&aqs=chrome.0.0i433l2j0l8.1975j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

E.R (n.d.) *Ejemplo de Carta De Recordación*

[https://www.ejemplode.com/64-cartas/1986-ejemplo\\_de\\_carta\\_de\\_recordacion.html#:~:text=Una%20carta%20de%20recordación%20o,o%20se%20recuerda%20su%20deceso](https://www.ejemplode.com/64-cartas/1986-ejemplo_de_carta_de_recordacion.html#:~:text=Una%20carta%20de%20recordación%20o,o%20se%20recuerda%20su%20deceso)

R. (2020) *¿Qué son los Recursos Humanos y cuál es su función en una empresa?*

<https://runahr.com/recursos/hr-management/recursos-humanos-en-una-empresa/>

## Glosario

**Servicio al cliente:** se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. (*¿Que es el servicio al cliente?, n.d.*)

**Fidelización del cliente:** Consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa.

(*Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas, 2020*)

**Satisfacción al cliente:** Consiste en el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, una empresa o un servicio prestado por una empresa. (*Satisfacción del cliente: definición, historia, retos y estrategia, 2021*)

**Datos confidenciales:** Son los secretos bancarios, fiduciario, industrial, comercial, fiscal y postal, cuya titularidad corresponda a particulares, sujetos de derecho internacional o a sujetos obligados cuando no involucren el ejercicio de recursos públicos. (*Acuerdo para contar con el catálogo de datos personales considerados de forma general información confidencial, n.d.*)

**Clientes claves:** Es aquél que satisfacemos sus necesidades de forma que obtenga su máximo beneficio, sabe cómo nos vamos a esforzar para cumplir lo prometido, confía en nuestra empresa y además nos obliga a ser cada día mejores y más eficientes. (*¿Quién es nuestro Cliente Clave? – ¿Por qué nos Compra?, 2015*)

**Escritura pública:** Es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto. (*Obtención de escritura pública, n.d.*)

**RTN del representante:** Se refiere al Registro Tributario Nacional Numérico, un documento que sirve para realizar trámites tributarios al representante. (*¿Cómo tramitar el RTN en Honduras? Los 7 datos que debes conocer, 2020*)

**RTN de la empresa:** Un documento que sirve para realizar trámites tributarios y es un requisito para transacciones económicas para la empresa. (*¿Cómo tramitar el RTN en Honduras? Los 7 datos que debes conocer, 2020*)

**Resolución de exonerados:** Es la dispensa total o parcial del pago de la obligación tributaria o aduanera aprobada por el Congreso Nacional. (*Exoneraciones y Franquicias PAMEH, 2020*)

**Referencias bancarias y comerciales:** Es un documento que puede otorgar alguna empresa o comercio para referirse a una persona y comprobar su confiabilidad. (*¿Cuál es la diferencia entre referencia y aval?, 2018*)

<https://revista.condusef.gob.mx/2018/08/cual-es-la-diferencia-entre-referencia-y-aval/>

**Reclamos:** Es el derecho que tiene toda persona de exigir, reivindicar o demandar una solución referente a la prestación indebida de un servicio o a la falta de atención de una solicitud. (*¿Cuál es la diferencia entre queja y reclamo?, 2016*)

**Archivo digital:** Es donde se almacenan grandes cantidades de documentos de forma rápida y estructurada. (*¿Cómo archivar de forma digital usando un gestor documental?, n.d.*)

**Calidad:** Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie. (*La calidad es una excusita inventada por los programadores, 2018*)

**Catálogo de productos:** Es una recopilación de productos con la información sobre los precios. (*Entidades del catálogo de producto, 2017*)

**Encuesta:** Es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. (*¿Qué es una encuesta?, n.d.*)

**Medición de productividad:** Se define como la medición de la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. (*¿Qué es la productividad?, 2009*)

**Envases:** El medio por el cual se pretende satisfacer una enorme gama de necesidades, todas centradas en la protección del contenido. (*Envases y embalajes renuevan su piel Mecalux, 2014*)

**Empatía:** Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona. (*Oxford Languages and Google, n.d.*)

**Carta de recordatorios:** Informan algo que se tiene pendiente. (*Ejemplo de Carta De Recordación, n.d.*)

**Recursos humanos:** Es el departamento o área de una empresa encargada de realizar la gestión de todo lo que tenga que ver con las personas que conforman la planilla laboral, es decir el capital humano. (*¿Qué son los Recursos Humanos y cuál es su función en una empresa?, 2020*)

### Anexos

Figura 9 Carta de presentación personal



Figura 10 Pedido de muestra "cyframe"

Guardar | Borrar | Cancelar | Producto | Ruta de Entrega | Copia | Proceso | Cambiar

No Orden: **16130 MAIN** | Estatus: En preparación | Fecha Pedido: 09/06/2021  
 Tipo de Orden: Muestras | Haber: Credit approved | Fecha Req: 09/06/2021  
 Almacén: FICASA | Proyecto: | Fecha Envío: 09/06/2021  
 Cliente: L436 | ROBERTO SEGURA VALLADARES | Contacto: ROBERTO SEGURA | Entrega: | Fecha Cancel: |  
 # PO Client: | Origen: Fax

Facturación: Tipo de factura: Factura de Venta | Envío: ROBERTO SEGURA VALLADARES | Tarjeta Créd: | Crédito 30...  
 SAN PEDRO SULA, CORTES | SAN PEDRO SULA, CORTES | Costo Estimado de Envío: \$ 0.00  
 Ciudad: SAN PEDRO SULA | Ciudad: SAN PEDRO SULA | Embarque Adicional: \$ 0.00  
 Dpto./Prov.: CORTES | Dpto./Prov.: CORTES | VTA: POR CONFIRMAR  
 País: HONDURAS C.A. | País: HONDURAS C.A. | Opciones: Sin Opciones  
 Cód. Postal: | Cód. Postal: | Incoterms: Costo Seguro y Transporte Ter. cuenta: |

tep Ventas: Cuentas Oficiales | Observac: |

WH	Producto#	Descripción	Pedido	Prec Std	Envío	Descuento	Totales
1	MAIN EINS0130	ENVASE PET 1 OZ GENERICO	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
2	MAIN EINS0073	Envase PET 60ml Caisnos Redondo 12grs	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
3	MAIN EINS0090	Envase PET 168mL/5oz Salsa Generica	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
4	MAIN EINS0071	Envase PET 135ml Chile	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
5	MAIN ESOP1100	Envase PET 250mL Jugo Generico Cuadrado	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
6	MAIN ESOP1115	Envase PET 178L Licor Generico	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
7	MAIN ESOP2081	Envase PET 120mL Boston Round Blanco	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
8	MAIN ESOP2085	Envase PET 120mL Boston Round amber	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
9	MAIN ESOP2080	Envase PET 120mL Boston Round transparente	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
10	MAIN ESOP1120	ENVASE PET 240ML BOSTON ROUNDS AMBAR 21.7GRS	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
11	MAIN ESOP1119	ENVASE PET 240ML BOSTON ROUNDS CRISTAL 21.7G	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
12	MAIN ESOP2060	Envase PET 240mL Vinagre Generico	1 Pcs	0.00000	0.00000	0.00000	0.00
(Peso Total : 7.49 Kg)				(Descuento : \$ 0.00)	(Envío : \$ 0.00)		Parciales : \$ 0.00
							Imp : \$ 0.00
							Embarque Adicional : \$ 0.00
							Totales : \$ 0.00 LP

Fecha de Creación: 09/06/2021 Por: KARINH

Tabla 7 Formato de reclamo



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2	NO. RECLAMO									
3	NO. RECLAMO	FECHA	CATEGORIA	NOMBRE DE LA ORGANIZACION	CONTACTO ORGANIZACION	RECLAMANTE	CONTACTO RECLAMANTE	DIRECCION	FECHA DE COMUNICACION DE RECLAMO DE PARTE DE CALIDAD	ABIERTO O CERRADO

Figura 11 Recopilacion de datos en fisico





Figura 12 Encuesta de atención al cliente

## Encuesta de Atención al Cliente

Fibras del Caribe S.A.

\*Obligatorio



Nombre de la Empresa: \*

Tu respuesta

¿Desde hace cuánto utiliza nuestros productos?

*Figura 13 Recepción en FICASA*



*Figura 14 Área de Ventas*



*Figura 15 Área de ventas*



*Figura 16 Muestra de envase y su descripción*



*Figura 17 Carta de encuesta de atención al cliente*

Estimada \_\_\_\_\_

Gracias por confiar en FICASA. Le agradecemos que nos de 5 minutos de su tiempo y compartirnos como es su experiencia con nosotros.

Enlace \_\_\_\_\_

El enlace estará activo hasta hoy 4 de mayo del 2021 a las 5:00pm.

La información recopilada se utilizará únicamente para mejorar la calidad de nuestros productos y servicios.

Agradecemos su tiempo y comentarios.

Saludos cordiales

*Figura 18 Ejemplo de fotografía en fondo blanco*



Figura 19 Catálogo de productos



**FICASA**  
FIBRAS DEL CARIBE S.A. DE C.V.

# CATÁLOGO

Envases genéricos

**FICASA**

Envases genéricos

**EHDP0684**  
Envase HDPE  
Galon Industrial  
Natural 130g



**EHDP0668**  
Envase HDPE  
Galon Industrial  
Amarillo 130g



1 **FICASA**

**FICASA**

Envases genéricos

**ESOP0060**  
Galon  
Rectangular  
75grs



**EINS0040**  
Tarro 16oz



2 **FICASA**

**FICASA**

Envases genéricos

**EINS0109**  
Envase PET  
365ml  
Salsa de tomate



**EINS0073**  
Envase PET 60ml  
Cosmo redondo  
12g



3 **FICASA**

**FICASA**

Envases genéricos

**EINS0090**  
Envase PET  
168ml  
Salsa generica  
5oz



**ESOP1119**  
Envase PET  
240ml  
Boston round  
cristal



4 **FICASA**

**FICASA**

Envases genéricos

**EINS0071**  
Envase PET  
Chile 135ml



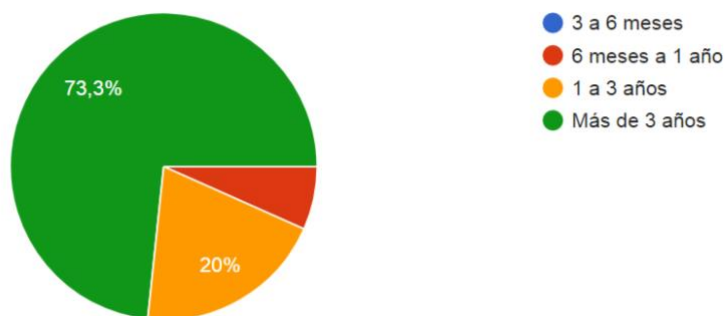
**ESOP2081**  
Envase PET  
120ml  
Boston round  
blanco



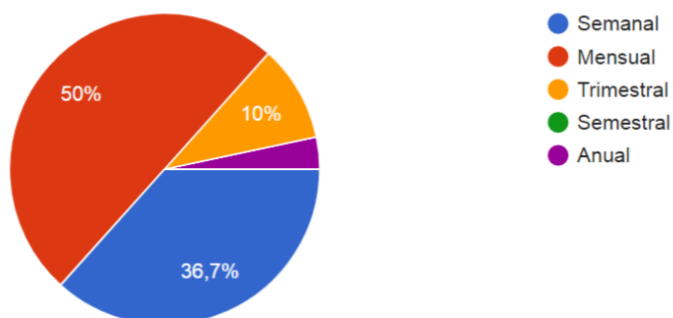
5 **FICASA**

Figura 20 Grafico de pregunta y resultado de encuestas

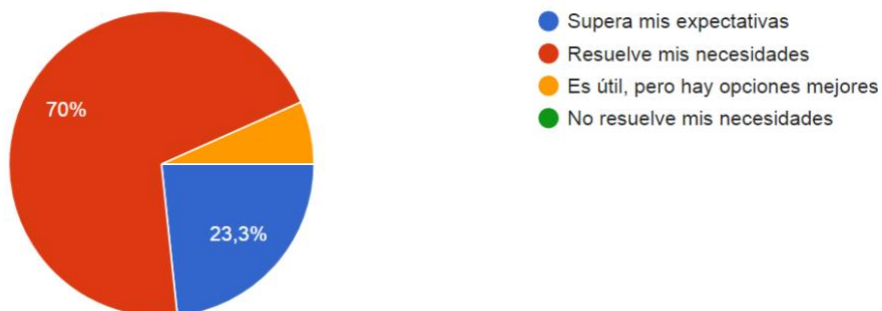
### ¿Desde hace cuánto utiliza nuestros productos?



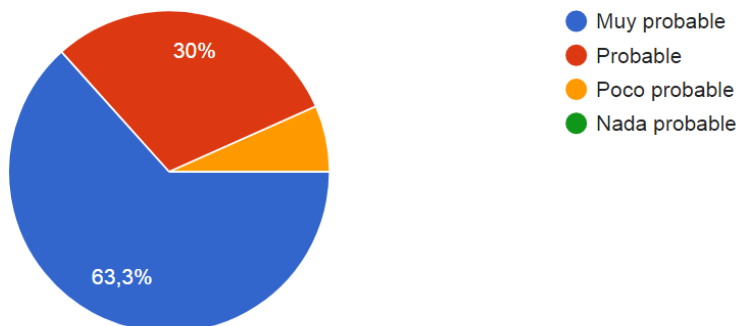
### 1. ¿Cuál es la frecuencia con que realiza sus compras?



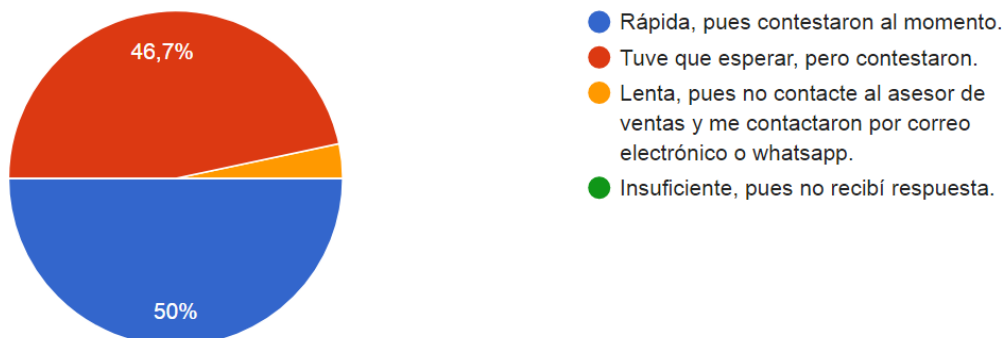
### 2. ¿Considera que nuestro envase cumple sus necesidades?



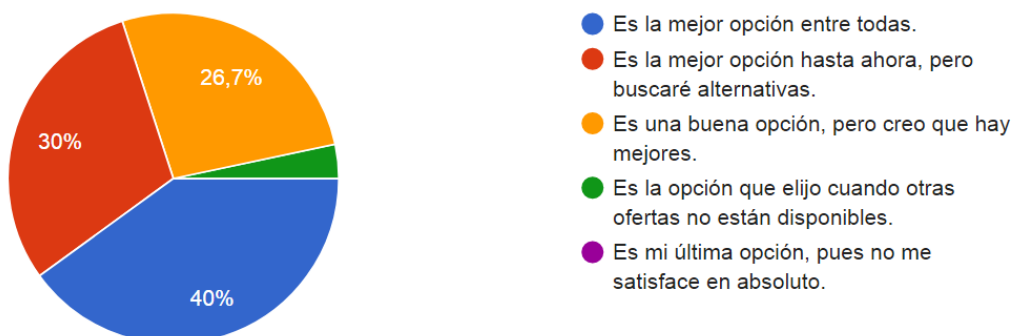
**4. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?**



**5. ¿Cómo es la atención de parte de nuestro equipo de ventas?**

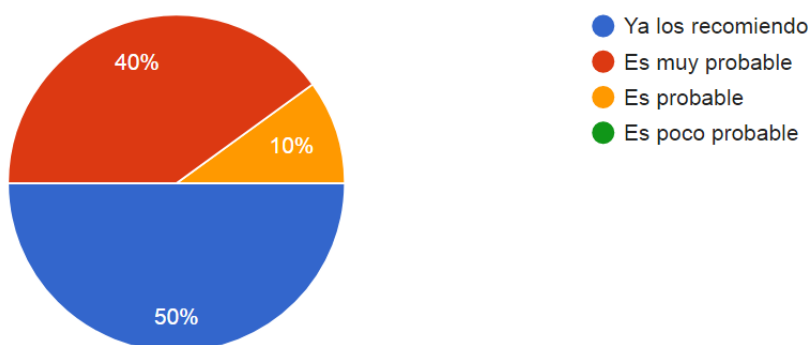


**6. Si piensa en ENVASES, TAPAS o PREFORMAS, ¿cuál es su calificación para nuestros productos?**





7. ¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?



8. En general, ¿qué tan satisfecho está con esta FICASA?

