

UNIPEZMAR
Servicio y Calidad

Ibarguen González Albeiro Rolando

Facultad de contaduría, Corporación unificada nacional de educación superior

Creación de empresa 1 Modelos de innovación 50101

Docente: Gómez Miranda Oscar Mauricio

20 de noviembre del 2020



**Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

TABLA DE CONTENIDO

Servicio y Calidad	i
Introducción	2
Resumen Ejecutivo.....	3
MITIGAR EL PROBLEMA SOCIAL	6
ANALISIS DOFA	7
Árbol del Problema.....	10
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA	11
Bienes y servicios de la empresa Unipezmar.	13
Lienzo de la Propuesta de Valor	16
LEYES QUE RESPELADAN LOS EMPRENDIMIENTOS.....	17
Listado de Maquinaria:	17
Indicadores de Calidad.....	19
Ciclo de distribución.....	21
<i>Encuesta Realizada por la Empresa Unipezmar</i>	<i>25</i>
Tabulación	28
Conclusiones	33
Bibliografía	34

Compromiso del Autor

Yo Albeiro Rolando Ibarguen González identificado con C.C 11621546
estudiante del programa de contaduría pública declaro que el contenido del presente
documento es un reflejo de mi trabajo de personal y manifiesto que, ante cualquier notificación
de plagio copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y
administrativo sin afectar al directo del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan
colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de
prácticas.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Albeiro Rolando Ibarguen González', written over a light blue grid background.

Firma: Albeiro Rolando Ibarguen González

Objetivo General

¿De qué manera se puede implementar una estrategia de negocio que permita mitigar las barreras de comunicación entre vendedores y compradores?

Objetivos Específicos

Realizar investigación acerca del comportamiento e interacción que tienen los clientes a la hora realizar sus compras.

Diseñar una propuesta de negocio enfocada en eliminar las barreras de comunicación entre cliente y empresa, permitiendo mejorar la atención al cliente.

Ejecutar canales de comunicación para tener un óptimo servicio al cliente y cumplir con sus necesidades.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la distribución y comercialización de comida de mar está agarrando mayor fuerza en Colombia, su demanda ha hecho que se quiera emprender en esta industria, también se puede afirmar que esta labor aporta empleo para aquellos lugares que pasan por una situación crítica entorno al desempleo como lo es nuestro pacifico colombiano.

Por otra parte, se quiere dar a conocer el emprendimiento que lleva como nombre Unipezmar, la misma inicio en el año 2007 en la ciudad de Bogotá, desde entonces ha venido impulsando su marca y abriéndose paso en la distribución de comida de mar. El objetivo de la empresa es llegar a competir con personas que ofrecen su mismo mercado. Y para esto quiere darle mayor importancia a su propuesta de valor la cual está enfocada en la atención personalizada de sus clientes y poder satisfacer las necesidades.

Por todo lo dicha anteriormente, Unipezmar quiere trabajar de la mano con sus empleados, proveedores y clientes, implementando el uso de las redes sociales y visitas constantes para crear fidelización con sus usuarios. De esta manera lograr mantener una imagen positiva ante el público que adquiere sus productos.

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo de grado se llevó a cabo para dar a conocer la empresa Unipezmar, encargada de la comercialización y distribución de pescados y mariscos provenientes del pacífico colombiano, la misma se encuentra ubicada en la carrera 20 # 71-12 Barrio siete de agosto Bogotá. En el desarrollo de este emprendimiento hemos detectado la falta de herramientas tecnológicas e implementación de sus redes sociales motivo por el cual se crean barreras a la hora de dirigirnos al público, otro aspecto a tener en cuenta es la falta de capital esto impide lograr ampliar nuestra producción, para que esto mejore Unipezmar necesita un capital inicial de treinta millones para pagos de transporte de una ciudad a otra, maquinaria y las motocicletas que se utilizarán para las entregas. Así mismo Unipezmar desea trabajar con los restaurantes del norte de la capital y lograra posicionarse.

Nuestra fuente de ingreso estará apoyada en la comercialización de productos al por mayor, teniendo en cuenta qué sale más rentable para clientes, así mismo se puede ir generando confianza en el público reduciendo los costos y ganando clientes para asegurar el éxito de la empresa.

ANÁLISIS PESTEL

En el siguiente cuadro se tendrán en cuenta aspectos a cumplir, en esto es importante tener en cuenta los requerimientos sanitarios, impuestos y todo lo que enmarca la importación y exportación del producto. Así como el análisis social de nuestro país.

ANÁLISIS POLITICOS	ANÁLISIS ECONOMICOS	ANÁLISIS SOCIALES	ANÁLISIS TECNOLOGICOS	ANÁLISIS ECOLOGICOS	ANÁLISIS LEGALES
Los seguimientos que el gobierno le dé a este tipo de productos, debido a la rentabilidad que el mismo genere para el país. Por otra parte, y de	La demanda de comida de mar ha venido mejorando en los últimos años, por esto es importante que el PIB juega un papel importante en el crecimiento económico del	El Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (3 mayo 2019) de Colombia informó que para 2018 el 19,6% de la población	La tecnología juega un papel importante en todos los procesos de comercialización de producto, logrando cortar distancia entre la distribución de los alimentos, ya que el factor	El medio ambiente es un tema que las empresas han venido manejado con dedicación en los últimos años, ya que este tipo de productos pueden alterar la fauna de la	En cumplimiento de las leyes y normas, la empresa busca implementar en el desarrollo de nuevas prácticas como la

<p>suma importancia sería el mejoramiento de las vías ya que esto siempre ha sido un problema serio en nuestro país.</p>	<p>país. la economía creció 2,2% en el primer trimestre de 2018 y 2,8% en el Segundo, frente a los mismos períodos del año pasado. DANE (28 de septiembre 2020)</p>	<p>del país, pero aun el país logra crear estrategias para mejorar en empleabilidad</p>	<p>principal de estos alimentos es la cadena de fríos. Buscando que la innovación en la tecnología haga</p>	<p>región y desperdicios de los demás productos.</p>	<p>manipulación de sus productos, capacitación de sus empleados. En 2018 la pobreza monetaria fue 27,0% y la pobreza extrema fue 7,2% en el total nacional DANE (19 noviembre 2020)</p>
--	---	---	---	--	---

MITIGAR EL PROBLEMA SOCIAL

Como se mencionó anteriormente la empresa busca con su modelo de negocio ayudar a mitigar un de los problemas sociales con mayor impacto en nuestro país, y para esto busca la forma de generar empleo, no solo en la ciudad donde se encuentra ubicada la compañía, sino que desde el mismo momento que inicia la distribución de los alimentos, ya que además de distribuir, también cuenta con un departamento de producción que está enfocado al porcínamente, reempaque y creación de nuevos productos.

Por todo lo anterior la teoría de valor compartido se estará enfocando no solo en la venta de alimentos, sino que en la capacitación de sus empleados para el buen uso y manipulación y empaque de los productos y evitar de alguna manera a reducir la contaminación ambiental, sino también desconocer la oportunidad de generar empleo a un sector del país.

ANALISIS DOFA

El siguiente es el análisis de los aspectos a mejorar de la empresa Unipezmar anterior tabla se puede concluir las diferentes estrategias para responder adecuadamente a los factores externos de la compañía.

PROBLEMA	NECESIDAD	RETO	OPORTUNIDAD
Implementación de tecnología en la	Inyección de capital. Y generar	Competir con grandes	Contar con alianzas de empresas

empresa, sistematizar los documentos diligenciados por clientes y proveedores.	confianza en las entidades bancarias.	superficies ya posicionadas en el mercado	que permitan crecer en capital y reconocimiento, potencializando su portafolio.
--	---------------------------------------	---	---

Autoevaluación Unipezmar

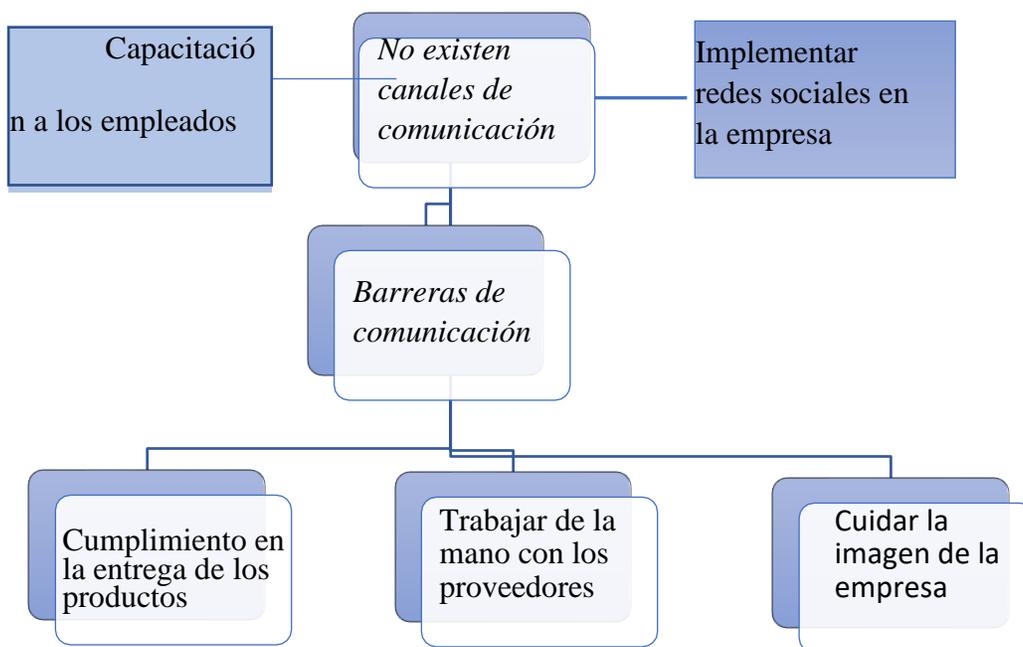
¿tenemos acceso a información?			
Tiempo de solución. Costo posible de solución	3		
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5		
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5		
TOTAL	24		

Autoevaluación Unipezmar

CRITERIO	PROBLEMA 1 FALTA DE CAPITAL	PROBLEMA 2 FALTA DE CISTEMATIZACIÓ N	PROBLEMA 3 SEGUIMIENTO S DE CLIENTES.
Conocimiento o experiencia	5		
Asesoramiento o de un experto	3		
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?	3		

ÁRBOL DEL PROBLEMA

Por medio del siguiente organigrama se entendió la estructura de cómo se evidencia las barreras de comunicación que presenta la empresa Unipezmar y como se desea mitigar la misma con la implementación de sus redes sociales, nuestra propuesta de valor es trabajar de la mano con sus aliados y ofrecer un servicio más personalizado.



CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa Unipezmar, está enfocada en la comercialización y distribución de alimentos congelados, se encuentra ubicada en la carrera 20 # 71-12 Barrio siete de agosto Bogotá. Su fuerte de investigación tiene fuerte influencias internas, externas; determina el tamaño del mercado e identifica el Poder negociador de los clientes.

Unipezmar, es una empresa comercializadora de pescados, mariscos enfocada a un público específico, como son los restaurantes, sus clientes están ubicados en la ciudad de Bogotá, su distribución se hace al por mayor y detal, así mismo la compañía cuenta con una amplia red de distribución puede atender a sus clientes en todo el territorio nacional.

La comercialización de pescados y mariscos en la ciudad de Bogotá, es realmente amplia, en este caso se quiere centrar en un punto con más distribución, este caso sería el sector de Paloquemao, allí se tuvieron en cuenta 100 empresas minoristas de productos de pescados. Teniendo en cuenta que estas están enfocadas en la misma comercialización de productos ya mencionados y desarrollan la misma actividad comercial, abasteciendo su mercancía en gran volumen y al por mayor a restaurantes quienes son sus clientes directos. La empresa tiene a favor su plan de trabajo ya que comercializa, produce y se encarga de distribuir sus productos sin necesidad de terceros.

Una de las barreras que enfrenta la compañía es la de economía de escala ya que por ser una empresa que hasta ahora está tomando fuerza en el mercado esto impide traer cantidad de producto y manejar precios más bajos para el público, en este caso debe potencializar y debe plantear un factor diferencial, donde resalta la calidad de sus productos, cumplimiento y responsabilidad en su entrega para poder conectar con más clientes.

La compañía cuenta con un ingreso mensual de dos toneladas de pescados, en promedio la suma un promedio de \$36.000.000 millones de pesos. De allí se logra la distribución a nuestros compradores en este caso los restaurantes.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
El gran langostino	Pescados Mariscos	Al por mayor	Mayoristas	Paloquemao
Álzate	Pescados Mariscos	Al por mayor	Mayorista	Paloquemao

Unipezmar, plantea su idea de negocio con los productos más apetecidos por los minoristas de productos de mar, en este caso se estaría enfocando en los restaurantes, nuestros proveedores se centrarán en las especies más representativas y más vendidas por los mayoristas quien abastece de mercancía la compañía, la alianza se hace desde la ciudad de Tumaco quienes se encargan de transportar los pescados y mariscos en carros thermoKing camiones especializados en la transportación de productos congelados. Como se mencionaba anteriormente estos productos vienen de aguas del pacifico colombiano. Dentro de este proceso la empresa Unipezmar, busca siempre mantener sus productos en buena calidad.

los mismos conservar su cadena de fríos, para así llegar a más clientes y obtener como beneficios el buen nombre de nuestra empresa.

BIENES Y SERVICIOS DE LA EMPRESA UNIPEZMAR.

La empresa Unipezmar busca siempre contar con buena calidad en sus productos Buena presentación en su empaque Precios, también quiere ser puntual con sus entregas, otro punto atender en cuanto es contar con las normas sanitarias al día.

Por otra parte, desea tener excelente comunicación con sus clientes y crear confianza con sus en ellos. De igual manera busca resaltar su buen nombre, crear alianzas estratégicas, lograr una rentabilidad,

UNPEZMAR SERVICIO Y CALIDAD

<p>Insertar una foto del cliente:</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades:</p> <p>Mal gastar el dinero o no saber invertir No tomar buenas decisiones</p>	<p>Desea, anhela, necesita y sueña:</p> <p>Emprender, convertirse en un gran empresario, aportar para la economía de su familia, viajar.</p>
<p>Demográficos y geográficos:</p> <p>Es Juan José, es un hombre tiene alrededor de 34 años, soltero, amante de los animales, y el medio ambiente con un nivel socio- económico medio alto, egresado de la carrera de contaduría, con espíritu emprendedor acaba de montar su propio negocio apasionado por los negocios. Se preocupa por todo lo</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Usar las redes sociales como una nueva alternativa en su negocio. Esto permitirá abrirse a nuevos clientes y le da un toque de innovación a su empresa.</p>	<p>¿Como alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Todos los días hace rede mercadeo para lograr captar clientes.</p> <p>El uso de nuevos canales de comunicación puede llegar a tomar tiempo para ampliar su marca, entiende que la mejor manera es capacitarse en los mismos.</p>

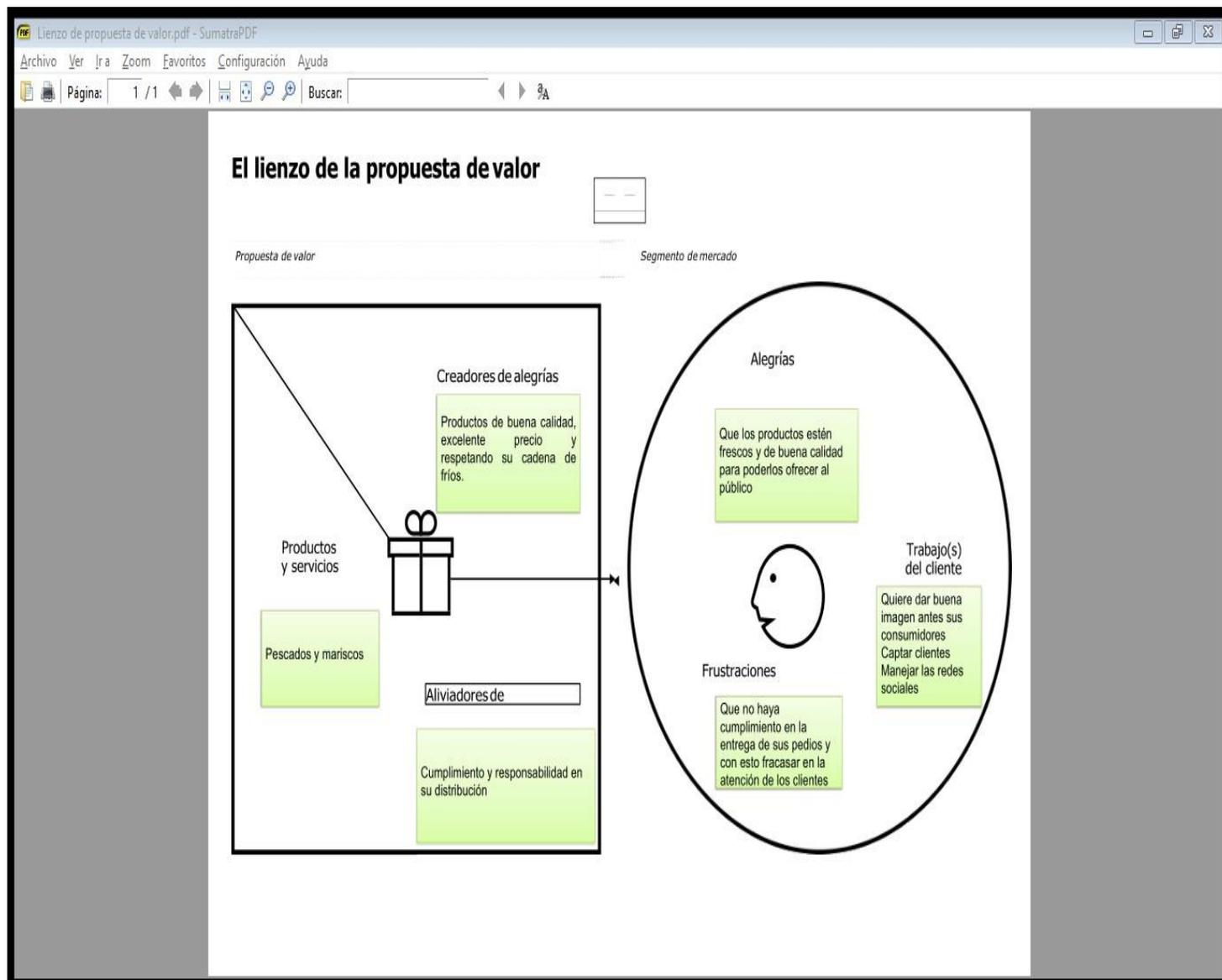
relacionado con la economía		
-----------------------------	--	--

personal y la de su entorno, tema que toma con mucho cuidado a la hora de cumplir sus sueños. Ama Bogotá, su clima y cultura.		
Frases: que mejor describe su experiencia:	La responsabilidad y el compromiso, son piezas claves para el éxito.	
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	Seguir creciendo profesionalmente para cumplir con los objetivos propuestos.	

Para entrar a analizar el proceso de nuestros bienes y servicios, debemos enfocarnos a que público estamos llegando, como y por qué medio se está haciendo realidad nuestras ventas.

Para empezar nuestros clientes están siendo captados por las redes sociales Facebook y WhatsApp ya que nuestra investigación pudo encontrar que esta era una de las fallas de la empresa Unipezmar el no uso de sus plataformas, de esta manera también empezamos a competir con grandes superficies ya que les compartimos nuestros catálogos y con una atención más personalizada logramos mejorar nuestra imagen y ampliar nuestra base de datos.

LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR



Somos una empresa dedicada a la distribución de pescados y mariscos de buena calidad y amable con el medio ambiente.

LEYES QUE RESPALDAN LOS EMPRENDIMIENTOS

Ley 1014 del 2006 cultura de emprendimiento

Reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 de 2009 y por el Decreto 4463 de 2006.

Ley 1014 de 2006: se fijan los parámetros del emprendimiento en el país, promueve el espíritu emprendedor, se crean las Redes, y se establece la promoción de lo cultural empresarial.

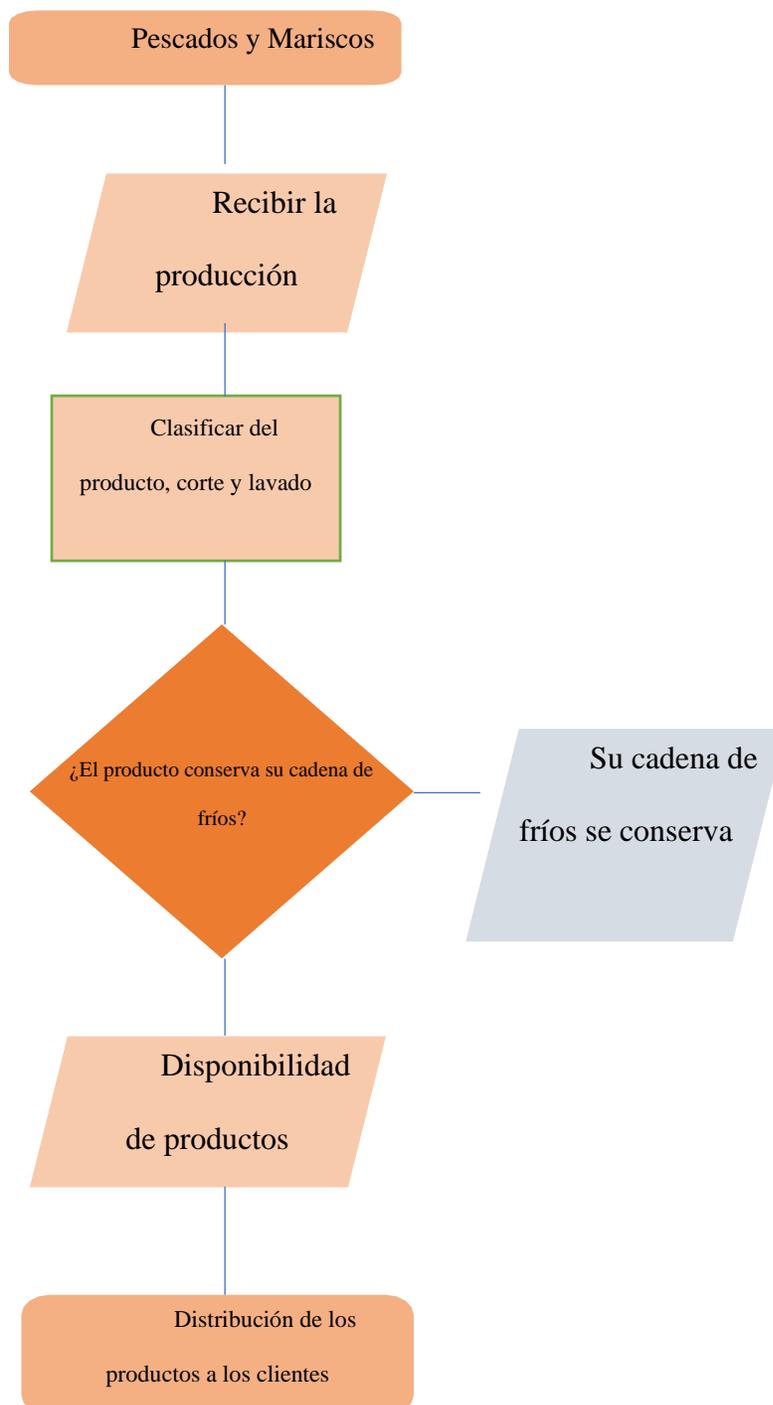
Ley 905 de 2004: responsabiliza a las entidades territoriales a promover las MiPymes, reestructura los principales organismos encargados de direccionar el emprendimiento en el país.

Ley 590 de 2000: se promueve el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, se crea el FoMipyme, establece que el gobierno debe crear líneas de crédito y financiación.

Tratado de Libre Comercio entre los gobiernos de Estados Unidos Mexicanos, la República de Colombia y la República de Venezuela, 1994.

LISTADO DE MAQUINARIA:

Para ofrecer nuestros servicios necesitamos un cuarto frío para respetar la calidad de los productos, igual se utiliza una báscula y dos sierras para el corte del pescado, un computador para estar en contactos con nuestros clientes y proveedores. En cuanto a la movilidad se cuenta con tres motocicletas para hacer entrega de los pedidos correspondientes.

DIAGRAMA DE BLOQUES

INDICADORES DE CALIDAD

Indicadores de eficacia. Se busca cumplir sus objetivos, y la de satisfacción del cliente.

Indicadores de eficiencia. Miden la cantidad de recursos que necesita el proceso para conseguir un determinado nivel de eficacia.

Sistema de información: días de retraso de la puesta a disposición del catálogo actualizado oferta del producto.

Comercial: tasa de ofertas convertidas en pedidos o contratos, tiempo de respuesta en la entrega de ofertas.

Resolución de problemas: porcentajes de acciones correctoras cerradas - tasa de problemas resueltos respecto a los problemas identificados.

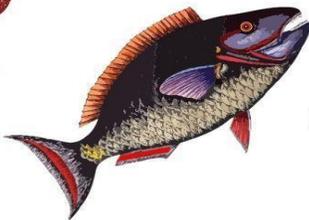
Economía: utilidad del presupuesto de la mejor manera para la rentabilidad de la compañía.

Calidad: busca satisfacer la necesidad del cliente.

Ficha técnica de producto

UNIPEZMAR

SERVICIO Y CALIDAD

	PRODUCTO UNIDAD DE MEDIDA PRECIO	
	FILETE DE CORVINA KILO \$ 45.000	
	FILETE DE BASA KILO \$ 12.500	
	FILETE DE BERRUGATE KILO \$ 40.000	
	FILETE DE MERO KILO \$ 48.000	
	FILETE DE ROBALO KILO \$ 45.000	
		
	FILETE DE CHERNA KILO \$ 43.000	
	FILETE DE SA... .000	36.000
	FILET...	
	FILET...	

PESCADOS Y MARISCOS

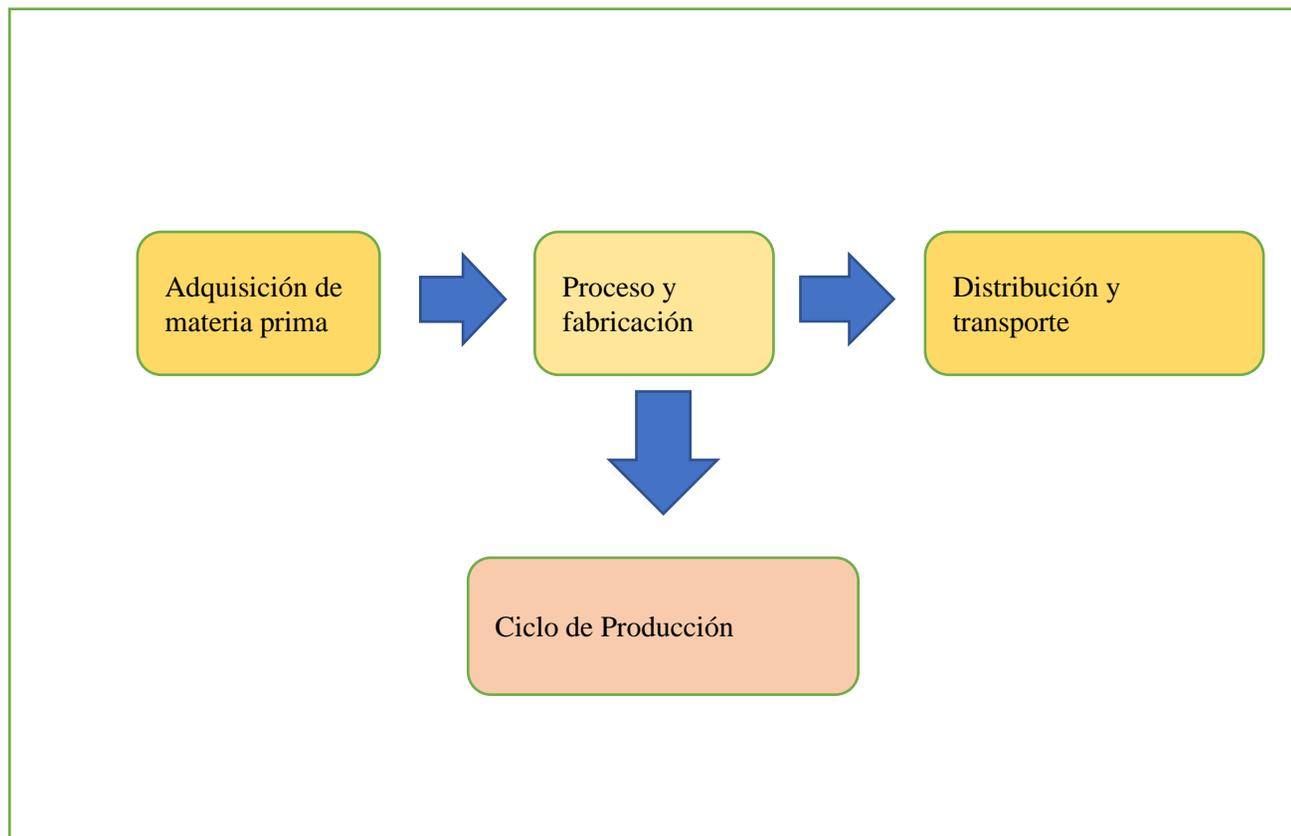
UNIPEZMAR

BUEN SERVICIO Y CALIDAD

Atendido por su propietario: Albeiro Rolando Ibarquén González.
Estamos ubicados en: carrera 20 # 71-12 Barrio siete de agosto Bogotá.
Teléfono: 3307719281

	PRODUCTOS ENTEROS
PRODUCTOS ENTEROS	
MERO KILO \$ 22.000	MERO KILO \$ 22.000
BERRUGATE KILO \$ 18.000	BERRUGATE KILO \$ 18.000
CORVINA KILO \$ 23.000	CORVINA KILO \$ 23.000
CHERNA KILO \$ 21.000	CHERNA KILO \$ 21.000
ROBALO KILO \$ 23.000	ROBALO KILO \$ 23.000
PARGO PLATERO KILO \$ 26.000	PARGO PLATERO KILO \$ 26.000
PARGO MEDIANO KILO \$ 21.000	PARGO MEDIANO KILO \$ 21.000
MOJARRA KILO \$ 11.000	MOJARRA KILO \$ 11.000

CICLO DE DISTRIBUCIÓN



STORYBOARD DE SERVICIO AL CLIENTE UNIPEZMAR

En la siguiente gráfica se muestra el modelo de negocio que sea aplicar la empresa Unipezmar, con el mitigar las barreras de comunicación y llegar más fácil a sus clientes.



Para que una empresa logre generar valor a largo plazo, su estrategia empresarial debe enfocarse en llevar a cabo su propuesta de valor, esta enfocada en un servicio mas personalizado y con el mismo crearles confianza a sus clientes, ya que la idea es que la empresa tenga recompras por parte de los clientes que empiezan a agruparse en su base de datos. Esto lograra desarrollar ventajas competitivas.

Modelo Running Lean de la empresa: Unipezmar

<p>Problema</p> <p>No presentan los productos en las mejores condiciones</p>	<p>Solución</p> <p>Un producto bien procesado, que mantiene su cadena de fríos y permite su distribución con facilidad</p>	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>La calidad de sus productos y precios asequibles al público</p>	<p>Ventaja injusta</p> <p>Descuentos especiales para aquellos clientes que muestren fidelización con la empresa.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Restaurantes</p> <p>Hombres y mujeres con edades entre los 30 o 40 años emprendedores que desean tener su propio negocio en la ciudad de Bogotá</p>
<p>Precios de los productos</p> <p>Ubicación de los distribuidores</p>	<p>Métricas Clave</p> <p>Control y visitas presenciales a nuestros clientes para dar a conocer los productos</p> <p>Frecuencia de ventas</p> <p>Estrategia para conseguir nuevos clientes</p>		<p>Canales</p> <p>Redes sociales</p> <p>Venta directa</p> <p>Distribución a los puntos a los puntos de venta.</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Salario a sus empleados, publicidad e imagen de la empresa, transporte del producto y arriendo de cámaras de refrigeración de los productos.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Las ventas realizadas ya sea vía web o directamente con los clientes.</p>		

En el *Running Lean* describe y representa el modelo de negocio propuesto teniendo en cuenta cada una de las casillas ya que es de suma importancia lograr un posicionamiento entre sus clientes, y conocer de sus necesidades para brindarles las mejores soluciones a la hora de adquirir sus productos.

CLIENTES POTENCIALES

Lo que se busca con nuestra estrategia de negocio es consolidarnos en la industria y lograra mantener una fidelidad en nuestros clientes, ya que con su recompra permitirá que la empresa crezca y su imagen se consolide. Por otra parte, también se necesita trabajar en conjunto con nuestro proveedores y personal de la empresa, este ultimo grupo debe ser capacitado para que la comunicación sea asertiva ala hora de dirigirse a nuestros clientes.

Justificación.

Se examinó la situación actual de la compañía, y de esta manera se decidió hacer una investigación cuantitativa que nos permita ampliar la información; por medio de cuentas se queremos reconocer la percepción que tiene nuestros clientes frente al servicio, calidad. así identificar los pro y contra de la comercialización de los productos y el servicio al cliente que ofrece la empresa Unipezmar.

Objetivo General:

Analizar que tanto conocen las personas el funcionamiento y servicio al cliente que ofrece la empresa Unipezmar.

Objetivos específicos

Analizar la postura que tiene los clientes a la hora de adquirir nuestros productos identificando las amenazas y fortalezas en nuestra atención al público.

Desarrollar un plan estrategico donde se evidencie la propuesta de valor que identifique a Unipezmar como única en el mercado

Dar a conocer a nuestros clientes las características del producto y su proceso de compra.

ENCUESTA REALIZADA POR LA EMPRESA UNIPEZMAR

En la siguiente encuesta se busca entender las necesidades de los clientes que visitan la empresa Unipezmar. Las personas a participar deben elegir entre cuatro opciones que refleja cada uno de los interrogantes.



UNIPEZMAR

Buen servicio y calidad

Preguntas del test de autoevaluación

En la siguiente encuesta se busca analizar el nivel de satisfacción que tienen nuestros clientes en cuanto al desempeño laboral, presentación del producto y su comercialización, teniendo en cuenta que 1. es satisfecho 2. Muy satisfecho 3. Poco satisfecho 4. Totalmente satisfecho.

1 ¿Cómo percibe usted el área comercial de la empresa de acuerdo a la venta y posventa del producto?

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

2. Los productos que distribuye la empresa Unipezmar cumplen con sus expectativas en cuanto a precio y presentación. *

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

3. ¿cree usted que la empresa cumple con los tiempos establecidos en la entrega de sus productos?

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

4. ¿ La empresa tiene buena comunicación con sus clientes? *

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

5. ¿La empresa maneja una imagen confiable y positiva antes sus clientes? *** *

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

6. ¿La empresa Unipezmar le da confianza para seguir consumiendo sus productos ?

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

7. ¿Es clara las respuesta que brinda la empresa a su requerimiento? *

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

8. ¿Recomendaría a familiares y amigos comprar en nuestra empresa Unipezmar? ***

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

9. ¿Cree usted que la empresa Unipezmar logra cumplir con la expectativas de sus clientes?

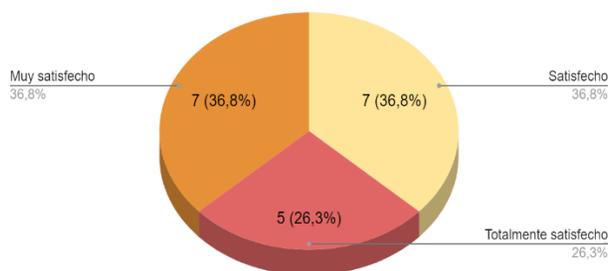
- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

10. ¿Cree usted que la empresa Unipezmar cuenta con buena imagen publicitaria?

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Totalmente satisfecho

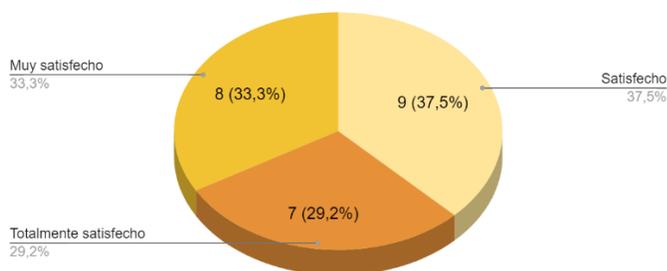
TABULACIÓN

Recuento de 1 ¿Cómo percibe usted el área comercial de la empresa desacuero a la venta y posventa del producto?



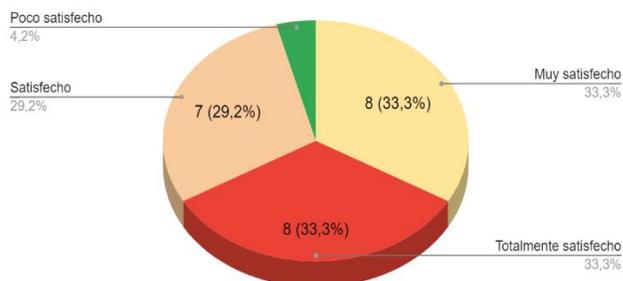
Como podemos observar en la gráfica el 36% de los encuestados se encuentra satisfecho por la venta y posventa de nuestros productos.

Recuento de 2. Los productos que distribuye la empresa Unipezmar cumplen con sus expectativas en cuanto a precio...



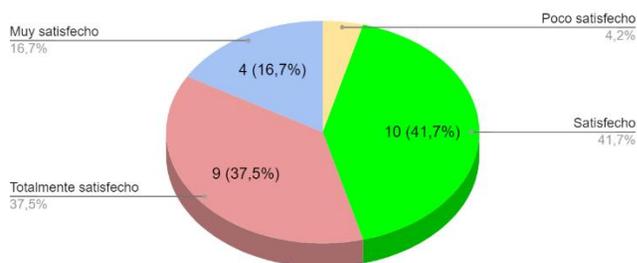
En este punto de la encuesta se refleja el lado positivo con el 37% que tiene nuestros clientes a cerca de los precios que manejamos en Unipezmar

Recuento de 3. ¿cree usted que la empresa cumple con los tiempos establecidos en la entrega de sus productos?



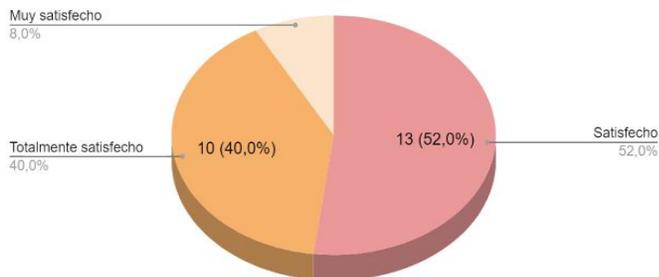
En nuestro punto número tres de la encuesta reflejamos que los clientes se encuentran muy satisfecho y totalmente satisfecho igualados en un 33.3% esto nos impulsa a seguir cumpliendo con la calidad de los productos.

Recuento de 4. ¿ La empresa tiene buena comunicación con sus clientes?



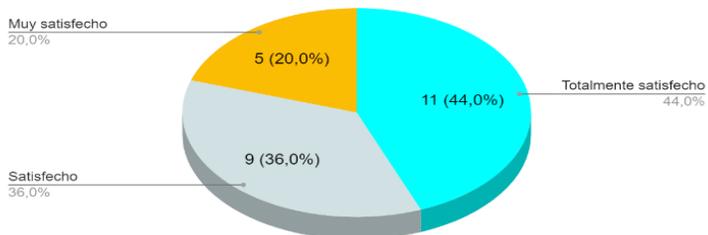
En nuestro cuarto punto de la encuesta vemos con satisfacción que los usuarios están de acuerdo con la forma como nos estamos comunicando, teniendo en cuenta que ya se implementó el uso del WhatsApp, medio por el que estamos entregando el catálogo de la empresa.

Recuento de 5. ¿La empresa maneja una imagen confiable y positiva antes sus clientes?



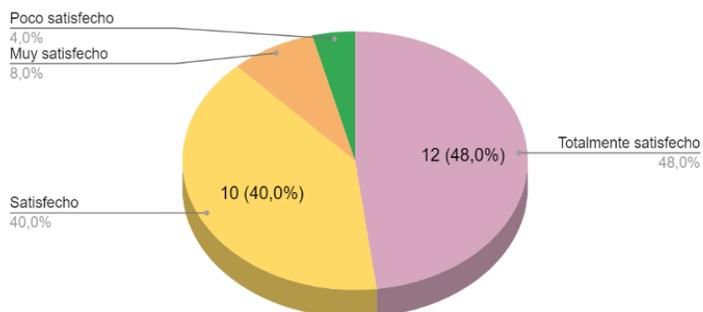
Vemos que un 52% de nuestros clientes se sienten confiados con la imagen que maneja la empresa.

Recuento de 6. ¿La empresa Unipezmar le da confianza para seguir consumiendo sus productos ?



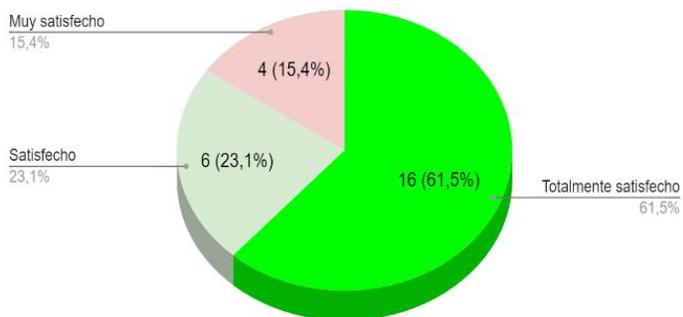
Los clientes con un 44.0% dan muestra de la confianza que tiene en nuestra empresa y la buena imagen de la misma.

Recuento de 7. ¿Es clara la respuesta que brinda la empresa a su requerimiento?



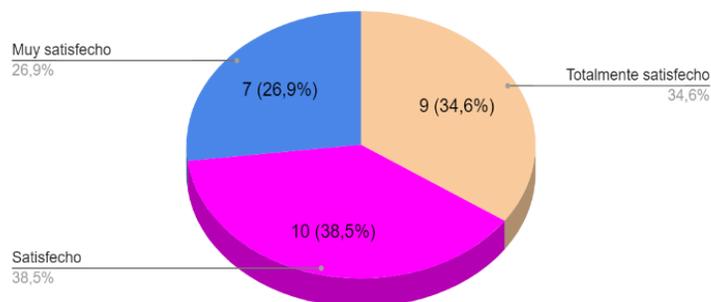
Los clientes manifiestan estar totalmente satisfechos con las respuesta oportunas que le da la empresa en todos sus requerimientos.

Recuento de 8. ¿Recomendaría a familiares y amigos comprar en nuestra empresa Unipezmar?



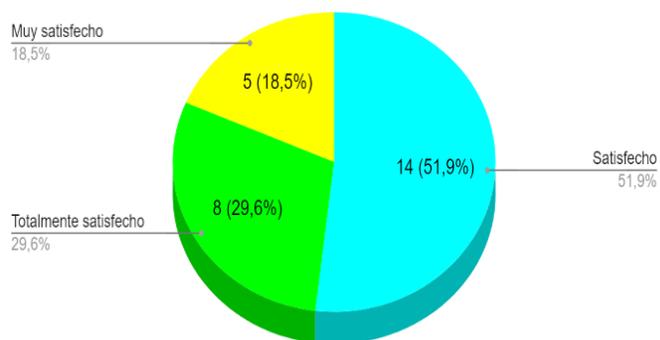
Con un 61.5% nuestros clientes reafirman recomendar nuestros productos.

Recuento de 9. ¿Cree usted que la empresa Unipezmar logra cumplir con la expectativas de sus clientes?



En este punto encontramos que el 38.5% se encuentra satisfecho con el trabajo que realiza la empresa Unipezmar en relación al servicio al cliente.

Recuento de 10. ¿Cree usted que la empresa Unipezmar cuenta con buena imagen publicitaria?



El 51.9% de nuestros clientes opina que nuestra imagen es favorable al público.

CONCLUSIONES

La idea de negocio esta tomando fuerza entre nuestros usuarios y esto se refleja en la rentabilidad que esta generano la empresa.

El servicio al cliente como propuesta de valor esta creando cumplir con las expectativas planteadas desde el inicio del trabajo.

Se debe seguir mejorando en la implementación de las redes sociales para la empresa y así poder llegar a más personas que se muevan en esta industria.

BIBLIOGRAFÍA

Years (2016) el 19,6% de los colombianos vivimos en pobreza multidimensional

<https://www.aa.com.tr/es/mundo/el-19-6-de-los-colombianos-vive-en-pobreza-multidimensional/>

Banco de la república(28 de septiembre 2020)la economía colombiana y la fuerte volatilidad

internacional <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones/informe-del-gerente-septiembre-2018>

Dane (19 noviembre 2020) pobreza monetaria y multidimensional en Colombia 2018

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-y-desigualdad/pobreza-monetaria-y-multidimensional-en-colombia-20>