

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL  
“METAZA S.A”.**

**CRISTIAN MIGUEL GÓMEZ GÓMEZ  
Cód. 1051672662**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PAMPLONA  
2018-2**

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL  
“METAZA S.A”.**

**CRISTIAN MIGUEL GÓMEZ GÓMEZ  
Cód. 1051672662**

**INFORME PRESENTADO COMO REQUISITO FINAL PARA OPTAR AL TITULO  
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**SUPERVISOR DE PRÁCTICA  
LUIS MANUEL PALOMINO MÉNDEZ**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PAMPLONA  
2018-2**

## Contenido

INTRODUCCIÓN.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
ABSTRACT.....	8
1 INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EMPRESA “METAZA S.A.” DE BOGOTÁ.....	9
1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.....	9
(IMG N°1).....	9
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	10
1.2.1 MISION.....	10
1.2.2 VISION.....	10
1.2.3 OBJETIVOS.....	10
1.2.4 VALORES.....	10
1.2.5 PROPÓSITO.....	10
1.2.6 POLITICAS DE CALIDAD.....	11
1.2.7 LOGO Y ESLOGAN.....	11
(IMG N°2).....	11
1.3 DIAGNOSTICO.....	12
1.3.1 AREA MERCADEO.....	12
1.3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA.....	12
(IMG N° 3).....	13
1.3.3 PRECIOS:.....	14
1.3.4 COMPETENCIA.....	14
1.3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	14
1.3.6 PUBLICIDAD:.....	14
1.3.7 LUGARES DE DONDE SE IMPORTA EL PRODUCTO:.....	15
1.3.8 AREA CONTABLE.....	15
1.3.9 AREA DE CARTERA.....	16
1.3.10 AREA DE RECURSOS HUMANOS.....	16
Organigrama empresa METAZA S.A.....	16
(IMG N° 4).....	16
1.3.11 SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA.....	17

1.3.12 MATRIZ DOFA.....	18
CUADRO N° 1. ....	18
1.3.13 ESTRATEGIA DE LA MATRIZ DOFA.....	19
1.3.14. ANALISIS DE LA MATRIZ DOFA.....	20
1.4 DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO.....	21
1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE. ....	22
1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO. ....	23
1.6.1 TITULO.....	23
1.6.2 OBJETIVOS.....	23
1.6.2.1 OBJETIVO GENERAL. DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA “METAZA S.A”. CON EL ÁNIMO DE INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS Y LA BASE DE CLIENTES ACTUALES, ASI COMO EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DEL ACERO EN COLOMBIA. ....	23
1.6.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	23
1.6.4 GRONOGRAMA (DIAGRAMA DE GANTT). ....	24
CUADRO N° 2.....	24
2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	25
2.1. TITULO.....	25
2.1.1. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA “METAZA S.A.” CON EL ÁNIMO DE INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS Y LA BASE DE CLIENTES ACTUALES, ASI COMO EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DEL ACERO EN COLOMBIA. ....	25
2.1.2. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS PLANTEADOS ANTERIORMENTE.....	25
2.1.2.1. Realizar un diagnóstico donde se conozca la percepción del cliente, por el servicio prestado por Metaza S.A, y de cómo se opera dentro de la empresa.....	25
2.1.2.2 Analizar los resultados del diagnóstico para conocer falencias que presenta el servicio prestado por Metaza S.A.....	30
2.1.2.3 DISEÑO DE LA ENCUESTA PROPUESTA. ....	31
2.1.2.4 TABULACIÓN DE ENCUESTA REALIZADA CON SU RESPECTIVO ANALISIS .....	35
2.2 Desarrollar una estrategia que dé solución a las falencias de servicio al cliente. Con el fin de poder incrementar y fidelizar a nuestros clientes.....	51
2.2.1 PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE SOLUCIÓN.....	52

2.2.2 BENEFICIOS Y PROPOSITO QUE SE PUEDEN OBTENER DE LA PROPUESTA PLANTEADA.....	56
(IMG N° 5) .....	56
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES .....	59
ALCANCES DE LA PRÁCTICA .....	60
BIBLIOGRAFIA.....	61
ANEXOS.....	62
CARTA DE ACEPTACIÓN .....	64
CERTIFICADO DE PRÁCTICAS.....	65
CERTIFICADO DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	66
AUTOEVALUACIÓN.....	67
EVALUACIÓN.....	68
FOTOS.....	69
FORMATO DE ENCUESTA EN LA PAGINA WEB “www.encuestafacil.com” .....	71

## **INTRODUCCIÓN.**

METAZA S.A fue fundada en el año 1984, es una empresa especializada en la importación y comercialización de acero para la industria Metalmecánica y el sector de la Construcción. Actualmente tiene presencia en todo el territorio nacional con sede principal en Bogotá y sucursales en Cali, Pereira y Medellín.

El presente trabajo plantea el diseño de una propuesta de mejora en el servicio al cliente de la empresa METAZA S.A, con el fin de establecer y conocer los niveles de satisfacción, la calidad de la atención y la percepción general de los clientes actuales de la empresa.

Se trata de un tema de gran interés, ya que en la actualidad las empresas dan más importancia a actividades como la administración de los recursos económicos, humanos y materiales, dejando inadvertido el servicio al cliente. Debido a que los clientes son la razón de ser de las organizaciones, lo que se busca es mejorar esta área de la empresa.

Por esta razón se ha considerado importante evaluar la calidad del servicio al cliente para la empresa METAZA S.A a través de encuestas, para que una vez evaluado el servicio, se identifiquen las falencias y sea posible proponer soluciones para contrarrestar debilidades que se encuentren. De esta manera, será posible proponer estrategias de mejoramiento en la calidad y satisfacción de este servicio, y poder así mejorar la imagen de la empresa.

## **JUSTIFICACIÓN.**

Partiendo del hecho que la atención al cliente es un factor primordial en una empresa comercializadora, se hace necesario estudiar y conocer al cliente de una forma más directa realizando encuestas y aceptando opiniones para poder así hacer conclusiones y mejorar falencias que se encuentren a través de charlas informativas sobre este tema dentro de la empresa, porque es algo primordial tanto en el crecimiento organizacional como en el crecimiento de ventas.

Es por ello que en este trabajo se pretende dar a conocer como la atención al cliente está relacionada con una buena gestión en el área de ventas, porque esta área es fundamental en cualquier empresa o negocio interesado en prevalecer y crecer en un mercado. Por tal razón, se percibe la necesidad de iniciar estrategias basadas en los clientes con base en un estudio previo de la imagen de servicio que le proyectan a estos.

## **ABSTRACT**

METAZA SA is a company specialized in the import and commercialization of steel for the metalworking and construction industry, with more than 32 years of experience and from our four branches: Bogotá, Cali, Pereira, Medellín, we serve an extensive portfolio with more 800 customers throughout the national territory thus consolidating our position in the industry.

Our work is reflected in multiple products made with the raw material we provide such as kitchens, street furniture, tanks and other infrastructure works such as stadiums, warehouses, bridges and buildings.

This paper proposes the design of a proposal for improvement in customer service METAZA SA, in order to establish and know the levels of satisfaction, quality of care and the general perception of current customers of the company.



# 1 INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EMPRESA “METAZA S.A.” DE BOGOTÁ.

## 1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.

- Comienza sus labores el 30 de enero de 1984, con el nombre “**Comercializadora Zuluaga LTDA**”, focalizado en aceros planos para uso industrial.
- En el año de 1991, la compañía pasa de empresa Limitada (**LTDA**), a Sociedad Anónima (**S.A**).
- En el año de 1992, se crea el departamento técnico de ingeniería para el sector de construcción.
- En el año de 1996, se inaugura nueva sede en la zona industrial de Fontibón y se cambia de nombre a **METAZA S.A.**
- En el año 2003, obtiene la certificación del sistema de gestión de calidad **ISO 9001**.



(IMG N°1)

- En el año 2004, inicia sus labores en la sucursal de la ciudad de Cali.
- En el año 2006, se hace apertura de la bodega estructural. Nuevo centro de servicio de corte longitudinal y transversal de aceros planos.
- En el año 2008, se inaugura la sucursal en la ciudad de Pereira, y se adquiere nueva plataforma tecnológica **SAP**.
- En el año 2009, se adquiere la tecnología industrial para formar la teja sin traslapo.
- En el año 2013, se inaugura oficialmente la sucursal en la ciudad de Medellín.
- En el año 2017, la empresa desarrolla un nuevo propósito, nueva visión y plan estratégico **2017-2021**. Se adquiere la tecnología industrial para formar el entepiso metálico **SUPERDECK**.

## **1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.**

### **1.2.1 MISION**

Somos una firma de acero con sentido social que busca trascender en el tiempo a través de la confianza que generamos.

### **1.2.2 VISION**

Para el 2021 seremos una empresa de 60.000 toneladas, diversificada, con solidez operacional y ejemplo de desarrollo personal y profesional.

### **1.2.3 OBJETIVOS**

Es una empresa con 28 años de trayectoria en el sector, creada con el objetivo de satisfacer las necesidades del acero de la industria metalmecánica; hoy en día atendemos a más de mil clientes pertenecientes a la Industria, Comercio y Construcción. Nuestra fuerza de ventas cubre las principales regiones y ciudades de la zona central del país con sucursales en Bogotá, Cali, Pereira y Medellín.

### **1.2.4 VALORES**

**Compromiso:** Somos una empresa integra y solidaria comprometida con entrega y dedicación de la búsqueda del logro de nuestros objetivos bajo el parámetro de la excelencia.

**Trabajo en equipo:** Trabajamos solidariamente mediante la unión de esfuerzos, buscando la satisfacción de nuestros clientes, el crecimiento de nuestro talento humano, el logro de los objetivos de los accionistas y el desarrollo de nuestra comunidad.

**Honestidad:** Actuamos íntegramente basados en un compromiso individual y colectivo respetando a nuestros clientes, proveedores, equipo humano, accionistas y a la comunidad.

### **1.2.5 PROPÓSITO**

Descubrir nuestra excelencia creando vínculos de acero que impulsen la construcción de un mejor país.

### 1.2.6 POLITICAS DE CALIDAD

En METAZA tenemos como política buscar la excelencia para satisfacer a nuestros clientes, a través de los siguientes pilares de acero:

- ✓ Procesos controlados y eficaces, orientados a la mejora continua.
- ✓ Talento humano confiable, competente y comprometido, en un entorno seguro.
- ✓ Cultura enfocada al servicio, la confianza y el respeto por los grupos de interés.
- ✓ Portafolio de productos diversificados y con valor agregado.
- ✓ Control de riesgos y uso eficiente de los recursos.

### 1.2.7 LOGO Y ESLOGAN



(IMG N°2)

## 1.3 DIAGNOSTICO

### 1.3.1 AREA MERCADEO

La empresa METAZA S.A cuenta con dos unidades de negocio, que es una unidad de negocio de industria y otra unidad de construcción.

En la unidad de industria se maneja materia prima, importando y comercializando aceros para la industria metalmecánica, en la cual se tienen varias familias de negocios, entre los que tenemos:

Acero galvanizado, acero Cold Rolled (acero laminado en frío), acero Hot Rolled (laminado en caliente), acero inoxidable y acero Galvanizado. Importamos en bobinas, en rollos o en huacales con láminas, y esos productos son vendidos a la industria metalmecánica como materia prima para que ellos puedan fabricar el producto final, Productos como refrigeración, aire acondicionado, carrocerías, muebles metálicos, estanterías, etc. También implementados en industrias petroleras y construcciones metálicas.

En acero inoxidable se venden para productos como electrodomésticos, y productos en acero inoxidable en diferentes referencias.

La otra unidad de negocio, es la unidad de construcción, en la cual se tienen cubiertas metálicas, perfilarias, tubos, entepiso metálico, vigas, canales, etc. Todo referente para obras y construcciones.

### 1.3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA.

**Acero Cold Rolled (CR):** es el resultado del proceso de laminación en frío de bobinas laminadas en caliente, donde se obtienen espesores más delgados. El CR tiene una mayor aptitud al conformado y un mejor aspecto superficial.

**Acero Hot Rolled (HR):** es el resultado de proceso termo mecánico para reducción del espesor de planchones. El uso, según propiedades obtenidas, es estructural e industrial.

**Acero inoxidable:** es una mezcla de elementos como cromo (mínimo 10.5%), carbono (máximo 1.2%), níquel y molibdeno; gracias a estos componentes, este tipo de acero presenta una elevada pureza y una excelente resistencia a la corrosión.

**Acero Galvanizado:** El proceso de galvanizado genera un recubrimiento de zinc que protege al acero contra la corrosión brindando mayor durabilidad, resistencia, versatilidad y economía.

**Vigas IPE - HEA – WF:** Perfil laminado en caliente con sección transversal en I o en H, de alas paralelas, de amplio uso en construcción e industria, ideal para conformar columnas, vigas, viguetas y riostras.

**Perfiles tipo C:** Perfil abierto formado en frío, ideal para estructuras livianas, cubiertas mezanines y en general para todo tipo de construcción metálica donde se requiera la menor relación peso resistencia. Los perfiles formados en frío son complemento ideal en edificaciones de gran altura como estructura secundaria (viguetas), vinculándose a la estructura de concreto o acero.

**Tubería Estructural:** Elemento estructural conformado en frío y soldado eléctricamente por alta frecuencia; debido a sus formas geométricas se convierten en una gran alternativa industrial para utilizarse en todo tipo de elementos estructurales ya que presentan un mejor comportamiento a esfuerzos de torsión y resistencia al pandeo.

**Metaldeck:** La lámina colaborante (Steel Deck), funciona como acero de refuerzo y como formaleta en la elaboración de los entresijos, mejorando la capacidad estructural de los mismos disminuyendo la cantidad de hierro y concreto requeridos; es de fácil manipulación y almacenamiento.

**Productos y servicios**

**METAZA**  
una firma de acero

**Acero inoxidable**  
Acero 304, 430, 316L y 8CR12

**Industria**  
Acero Galvanizado, Cold Rolled, Hot Rolled, Planchas.

Fieles a nuestro principio de brindar soluciones Integrales al mercado y a nuestro propósito de contribuir al desarrollo y el consumo de acero en Colombia, organizamos nuestra empresa en estas unidades de negocio.

**Construcción**  
Vigas IPE - HEA, Perfiles tipo C, Tejas metálicas, Teja sin traslape, Teja arquitectónica, Tubería estructural, Canales, Entresijos Metálicos, Angulos.

**Centro de servicio**  
Corte de láminas, formateo, flejes, rebobinado, plastificado y enderezado.

(IMG N° 3)

**1.3.3 PRECIOS:** En cuanto a los precios son fijados de acuerdo al mercado, dependiendo del valor y el costo. La compañía calcula un margen y hace un estudio de precios de la competencia y se determina a cómo deben salir los precios de los productos ofrecidos, determinando el valor de importación, el costo del producto, para poder así calcular un margen y hacer un análisis con los precios del mercado, para poder fijar los precios.

**1.3.4 COMPETENCIA:** Con base a la competencia, se tienen precios similares, o variados dependiendo del producto ofrecido, pero la gran ventaja es que la empresa realiza contratos a largo plazo con compañías para determinar precios y adicionalmente diferenciándose con un muy buen servicio, con calidad en los productos, con seriedad en lo que se ofrece, con las especificaciones requeridas, que ha logrado que la empresa sea reconocida y esté posicionada en el mercado en estos años.

Los principales competidores en el mercado, se refleja más que todos en las diferentes familias de productos, en donde se tiene competencia, por ejemplo, en lámina galvanizada, se tiene como competencia una compañía como Arme, ferretería la campana, fajobe, GyJ, compañías con las que se compiten con algunos productos en específicos.

En acero inoxidable esta: wesco, corteaceros, inoxcenter, etc.

En productos de construcción se compite con fabricantes de cubiertas.

**1.3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN:** Los canales que se utilizan para ofrecer el producto, se atiende directamente industriales y se tienen canales de comercialización como especies de sub distribución. Con sucursales en Medellín, Pereira, Cali y Bogotá (principal). Y así se pueden atender a los diferentes clientes de manera directa, como a los industriales y se utilizan canales de comercialización de ferreteros, a quienes se les vende en volumen en otras regiones, para que puedan atender los pedidos de mínimas cantidades que la empresa no está en capacidad de entregar.

**1.3.6 PUBLICIDAD:** La publicidad y el presupuesto desarrollado por la empresa, se define cada inicio de año y dependiendo de donde va a pautar, ya que no se pauta en radio, televisión ni prensa, sino que se hace en revistas especializadas que le llegan a los constructores o a las diferentes empresas que ofrecen este tipo de materiales, y se hace básicamente una pauta en las diferentes redes sociales (Facebook, twitter, LinkedIn, etc.), en donde se pauta continuamente.

**1.3.7 LUGARES DE DONDE SE IMPORTA EL PRODUCTO:** los productos ofrecidos por la empresa METAZA S.A, son importados de países y lugares como:

Lamina Cold Rolled viene de china anteriormente se traía de Venezuela.

Actualmente se importa de: Japón

Corea

Bélgica

Acero inoxidable viene de Sudáfrica, España, Francia, Taiwán

Lámina galvanizada viene de Rusia, ucrania, corea, china

Lamina HR viene de Rusia, china, y gran parte de Europa

En construcción, las vigas vienen de Europa (Bélgica, España).

### **1.3.8 AREA CONTABLE**

En esta área se manejan todas las funciones financieras de la compañía, encargándose de toda la revisión de impuestos, toda la revisión de facturación, de cartera, inventarios y de toda la información que hacen los demás departamentos y llega al área contable para su debida recopilación.

Se encarga también de que toda la información financiera de la de la compañía este acorde a las políticas contables de normatividad internacional y de políticas fiscales.

En los procesos de inventario, se hace un inventario mensual de la compañía, con el fin de llevar un mayor control de la mercancía, ya que en el inventario está involucrada toda la compañía. Para estos procesos existes un calendario establecido y existe también una mesa de control, que es la encargada de digitar toda la información de los conteos y establecer si hay diferencias o no en la mercancía.

Con respecto a activos fijos, la compañía cuenta con varios de estos activos constituidos por terrenos, por maquinarias y equipos, equipos de oficina y equipos de computación, en lo cual así es que se tienen discriminados los activos de la compañía

El software utilizado en el área contable es SAP, que es uno de los principales softwares que utilizan las empresas para organizar y gestionar sus recursos. Su sistema modular facilita que pueda llegar a actuar en un departamento muy concreto de la empresa o bien a nivel global y estratégico si se le suman más módulos al software

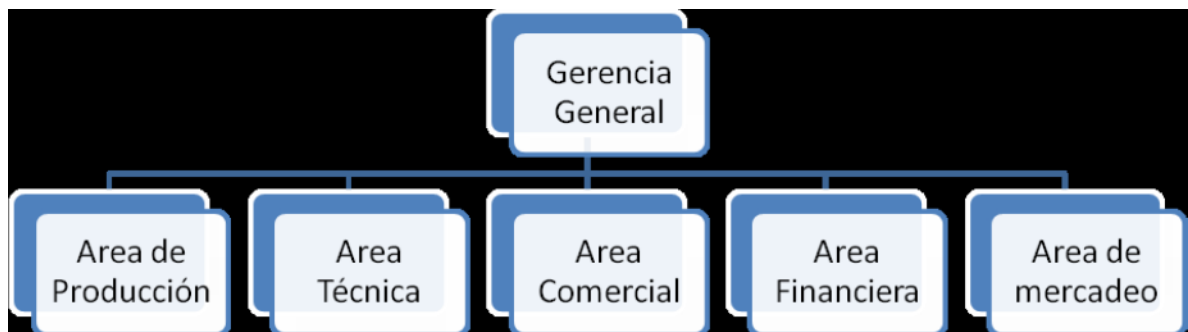
### 1.3.9 AREA DE CARTERA

Esta área de la compañía se encarga de mitigar el riesgo, teniendo en cuenta el conocimiento exacto de los clientes. Metaza se caracteriza por conocer los clientes en números, de conocerlos personalmente, Ya que es un diferencial que la empresa puede tener en este aspecto, porque la información numérica a veces es muy acida, no siempre las empresas van ganando o perdiendo dinero y eso significa que estén bien o estén mal.

Esta área cuenta con comunicación frecuente con el área comercial y el área financiera, esta se encarga de apoyar el área comercial en ventas autorizando pedidos y traer el dinero a la empresa para que se puedan pagar las compras nacionales e internacionales, gastos de la empresa y verificar siempre los créditos y estar pendiente de los clientes y monitoreando sus formas de pago.

### 1.3.10 AREA DE RECURSOS HUMANOS

**Organigrama empresa METAZA S.A.**



**(IMG N° 4)**

La administración de los Recursos Humanos dentro de la empresa , hace referencia al manejo, administración, gestión o dirección del personal, determinando el perfil de la persona que necesitamos para cubrir el puesto que estamos ofreciendo, recluir o convocar a los postulantes que cumplan con dicho perfil, evaluarlos a través de pruebas y entrevistas para poder así seleccionar y contratar al más idóneo (o a los más idóneos), e inducirlo y capacitarlo para que se adapte a su nuevo puesto y a la empresa lo más pronto posible.



Lo que se busca con el área de recursos humanos, es la de determinar y gestionar las remuneraciones (sueldos y salarios), horarios de trabajo, vacaciones, retenciones (por impuestos, pensiones y seguros), descuentos, etc.

Con respecto a la comunicación, debe expresarse en un lenguaje claro, simple y comprensible para el receptor. Debe ser lo más precisa posible, sin el uso de adornos lingüísticos ni información de más.

Los mensajes deben ser íntegros y consistentes, es decir, debe haber coherencia entre los mensajes escritos, orales y no verbales.

### **1.3.11 SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA.**

**Centro de servicios:** con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un servicio especializado Y con altos estándares de calidad, el centro de servicio METAZA S.A cuenta con la más alta tecnología en precisión y automatización lo que nos permite garantizar la máxima calidad en el producto procesado y ofrecer los mejores tiempos de respuesta. Nuestros clientes pueden acceder a corte de láminas, corte de formatos, corte de flejes, rebobinado, plastificado, enderezado y aplanado de Acero Galvanizado y Cold Rolled.

**Asesoría personalizada:** Brindamos a nuestros clientes asesoría técnica, generalmente en los proyectos de construcción, basándose en formulas simplificadas y en ordenes de magnitud, determinamos tipología y materiales a utilizar en un proyecto determinado.

**Servicio de instalación:** Ofrecemos el servicio de instalación de cubiertas metálicas, suministro y fabricación de teja sin traslapeo con maquina formadora, curvado de teja sin traslapeo, diseño, fabricación y montaje de flanches y canales.

### 1.3.12 MATRIZ DOFA.

La matriz DOFA (o FODA, o DAFO) es una herramienta estratégica de diagnóstico que permite vislumbrar en qué situación se encuentra una organización. Este conjunto de documentos describe los aspectos principales de este análisis y sus aplicaciones.

<b>FACTORES INTERNOS</b>
<b>DEBILIDADES</b>
Falta de capital de trabajo
Se comercializan los mismos productos hace más de 5 años
Menor personal en algunas áreas muy operadas
Falta de transporte a la hora de comercializar el producto
pocos materiales requeridos en algunas ciudades
<b>FORTALEZAS</b>
Empresa con más de 30 años en el mercado
Controles permanentes en el área contable
Certificado de calidad INCONTEC
Posicionamiento de la entidad
Talento humano
Excelente conocimiento del mercado
Lealtad de los clientes
Producto de calidad importado
<b>FACTORES EXTERNOS</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>
Abrir nuevas sucursales en el país
El sector de la construcción crece cada vez más en el país
Los clientes piden nuevos productos
Sistema de información que permita conocer al cliente
Diversificación y Ampliación de productos
<b>AMENAZAS</b>
Fluctuación de la tasa de cambio
Cumplimientos de embarques de importación
Los competidores ofrecen mismos productos a menor precio
Retraso de embarque incide en las ventas de la compañía
Alta informalidad de clientes

CUADRO N° 1.

### **1.3.13 ESTRATEGIA DE LA MATRIZ DOFA.**

Con base a la matriz desarrollada anteriormente, se encontraron factores que se pueden mejorar dentro de la empresa. Y poder así aumentar tanto la fidelización del cliente como la productividad y el posicionamiento de la empresa. A continuación se muestran más detalladas estas estrategias.

#### **ESTRATEGIA FO**

- ✓ Debido a su gran trayectoria y reconocimiento en el mercado metalúrgico, se deberían abrir nuevos lugares para comercializar el producto, ya sea a nivel nacional o internacional haciendo nuevas alianzas comerciales y así poder acaparar nuevos clientes.
- ✓ Aprovechar el crecimiento del sector Construcción para dar soluciones al constructor y no solo vender productos.
- ✓ Dar los clientes actuales productos con mayor valor agregado.

#### **ESTRATEGIA DO**

- ✓ Aumentar la inversión de capital.
- ✓ Capacitación y formación al personal.
- ✓ Investigación de nuevas oportunidades de mercado.
- ✓ Establecer una inducción y capacitación constante sobre los procedimientos y misión de la empresa a todos los empleados.

#### **ESTRATEGIA FA**

- ✓ Reforzar la comunicación externa.
- ✓ Crear un área de innovación y desarrollo que permitirá mantenernos a la vanguardia con productos o ideas de tendencia mundial.
- ✓ Crear alianzas con fabricantes y/o transformadores nacionales de tejas o entrepisos, para mejorar la utilidad y poder tener mejores precios.

#### **ESTRATEGIA DA**

- ✓ Crear un plan de comunicación interna.
- ✓ Reforzar la atención al cliente a través de capacitaciones.
- ✓ Tener un mayor control en la comercialización de los productos que se ofrecen, como también mejorar y controlar la mano de obra que se utiliza, para poder así dar siempre lo mejor para la comunidad.

### 1.3.14. ANALISIS DE LA MATRIZ DOFA.

Mediante este proceso, se pudieron reflejar algunas falencias encontradas dentro de la empresa, tales como:

- ✓ Los competidores directo de la empresa tales como ARME, ACESCO Y TERNIUM, Ofrecen mismos productos a menor precio y productos que no se manejan en esta organización.
- ✓ Algunos pedidos no son entregados a tiempo, haciendo que los clientes prefieran a la competencia, y esto hace que las ventas decaigan.
- ✓ Los retrasos en embarcaciones que traen los productos de otros países, incurrir mucho en las ventas de la compañía, ya que entre más demore la embarcación, el rango de ventas mensual no se puede cumplir.
- ✓ En algunos casos existe poco seguimiento del asesor comercial hacia el cliente, y esto hace que la fidelización no sea muy favorable.
- ✓ Los clientes que llegan directamente a la empresa a comprar, presentan quejas de demora en atención y en despacho del producto.
- ✓ Demora en la entrega de pedidos a clientes directos.

Con el anterior diagnostico procedemos a plantear la implementación de la propuesta de mejoramiento que se registra en el presente proyecto.

#### **1.4 DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO.**

En el área de trabajo donde me encuentro ubicado, es el área de DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DEPARTAMENTO TECNICO. En el cual se encuentra el área de mercadeo, área de ventas y área de dirección de proyectos.

En esta área también se puede encontrar los directores de mercadeo, asesores comerciales y director comercial, donde se da la completa información de los productos ofrecidos por la empresa y se le brinda asesoría al cliente.

Las condiciones en la que se encuentra la sala, son óptimas para poder trabajar, ya que cuenta con excelente iluminación tanto natural como artificial.

En caso de que se presente cualquier inconveniente (temblor), las vías de acceso están bien establecidas para una mejor evacuación del lugar.

## **1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE.**

Las funciones asignadas para el desarrollo de la práctica profesional en la empresa METAZA S.A son:

- ✓ Incrementar el número de encuestas para conocer mejor la satisfacción de los clientes.
- ✓ Manejo de inventario de material publicitario.
- ✓ Seguimiento a prospectos de Facebook.
- ✓ Apoyo en organización de feria Expo metálica y obsequios para clientes de fin de año.

Los posibles aprendizajes del practicante en esta institución serán:

- ✓ Apoyo del área comercial y conocimiento de las necesidades del cliente.
- ✓ Aprender a coordinar la mercancía que se maneja en el departamento, la rotación.
- ✓ Mirar el comportamiento de los clientes, si se está atendiendo sus necesidades y si el área comercial está cerrando negocios.
- ✓ Conocer la logística que se debe tener en cuenta para los diferentes eventos que se realicen.

## **1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.**

### **1.6.1 TITULO.**

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA “METAZA S.A.” CON EL ÁNIMO DE INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS Y LA BASE DE CLIENTES ACTUALES, ASI COMO EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DEL ACERO EN COLOMBIA.**

### **1.6.2 OBJETIVOS.**

**1.6.2.1 OBJETIVO GENERAL. DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA “METAZA S.A”. CON EL ÁNIMO DE INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS Y LA BASE DE CLIENTES ACTUALES, ASI COMO EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DEL ACERO EN COLOMBIA.**

#### **1.6.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- ✓ Realizar un diagnóstico donde se conozca la percepción del cliente, por el servicio prestado por Metaza S.A, y de cómo se opera dentro de la empresa.**
- ✓ Analizar los resultados del diagnóstico para conocer falencias que presenta el servicio prestado por Metaza S.A.**
- ✓ Desarrollar una estrategia que dé solución a las falencias de servicio al cliente. con el fin de poder incrementar y fidelizar a nuestros clientes.**

### 1.6.4 GRONOGRAMA (DIAGRAMA DE GANTT).

ACTIVIDADES.	FECHAS (MESES).																				
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
INICIO DE PRACTICAS E INDUCCION DEL CONOCIMIENTO DE LA EMPRES Y ASIGNACION DE CARGOS																					
RECOPIACION DE LA INFORMACION																					
DESARROLLO DEL DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA Y DEPARTAMENTO																					
CREACIÓN DE LA PROPUESTA A IMPLEMENTAR																					
<b>PRIMER INFORME</b>																					
CORREO RECIBIDO CON CORRECCIONES																					
ARREGLO DE CORRECCIONES EN EL TRABAJO																					
DESARROLLO DE LA SEGUNDA PROPUESTA DEL TRABAJO																					
INFORMACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA CON RELACIÓN A LA PROPUESTA PLANTEADA																					
ESTRUCTURACIÓN DEL SEGUNDO AVANCE																					
DESARROLLO DEL SEGUNDO INFORME ESTRUCTURADO																					
<b>SEGUNDO INFORME</b>																					
CORREO RECIBIDO CON CORRECCIONES																					
ARREGLO DE CORRECCIONES PARA ULTIMO INFORME																					
DESARROLLO DEL TERCER INFORME																					
<b>ENTREGA DEL TRABAJO DE PRACTICAS</b>																					

CUADRO N° 2



## **2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.**

### **2.1. TITULO.**

**2.1.1. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA “METAZA S.A.” CON EL ÁNIMO DE INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS Y LA BASE DE CLIENTES ACTUALES, ASI COMO EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DEL ACERO EN COLOMBIA.**

**2.1.2. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS PLANTEADOS ANTERIORMENTE.**

**2.1.2.1. Realizar un diagnóstico donde se conozca la percepción del cliente, por el servicio prestado por Metaza S.A, y de cómo se opera dentro de la empresa.**

Para el desarrollo del primer objetivo propuesto. Primero que todo se busca conocer el sistema de atención al cliente, como se manejan dentro de la empresa y conocer acerca del sistema SAP que se utiliza. A través de una charla con el director comercial de la empresa y conocer su opinión.

El tema de satisfacción al cliente en la empresa **Metaza S.A**, va muy ligada al servicio que se presta dentro de la empresa.

Más que hacer una transacción y una venta y entregarles un pedido a los clientes, ahí no se termina la misión de la empresa. Ya que siempre hay un servicio post venta (como lo llama la empresa) donde en cada entrega se llama al cliente, se le pregunta si le llegó el pedido que solicitó, si le llegó en el tiempo acordado dentro de la promesa de valor con la que cuenta la empresa y de las condiciones de entrega para conocer así su satisfacción.

Generalmente las entregas se hacen de una manera muy ordenada, dentro del tiempo estipulado y el cliente queda realmente muy satisfecho.

## **COMO SE MIDE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**

Permanentemente se realizan unas encuestas en donde se les preguntan diferentes temas con respecto a la relación comercial que lleva. Se le pregunta si durante el tiempo que se le ha atendido, si se ha sentido cómodo y de cómo considera que es la satisfacción con respecto a la atención.

También se resaltan puntos tales como:

La atención del asesor comercial que tiene a cargo.

Si el asesor lo visita frecuentemente.

Si las inquietudes de materiales que requiere, el asesor se las hace saber de una forma rápida y clara.

Se les pregunta por la percepción de los productos que ofrece Metaza.

Si cumplen con la calidad que ellos están buscando.

Etc.

Esas encuestas que se hacen, son con relación a cada uno de los asesores comerciales de las distintas sedes a nivel nacional.

Tanto así que los asesores en cada sucursal realizan un número “X” de encuestas dependiendo de la base de clientes que tengan a disposición. Se recopila esa información, se tabula y después sale absolutamente toda la percepción de la famosa encuesta de satisfacción al cliente.

La empresa cuenta con una encuesta muy por encima del estándar, con unos resultados muy buenos donde la gente ve que está completamente satisfecha con el servicio, con el producto, con las condiciones y la percepción de seguridad de estar comprando en una parte que es confiable para ellos.

Para la compañía es muy importante, ya que esta dado a los clientes, y si ellos no compran sencillamente la compañía no existiría. Por ello, se hace énfasis en una relación personalizada en visitas, en llamadas, en tener un acercamiento muy estrecho con el cliente y volverlos amigos para que no tengan necesidad de comprar en otra empresa.

En industrias, donde el consumo es permanente lo que se busca es trabajar bajo una programación. Ya que la función como comercializador es comprar mercancía, bien sea localmente o de importación pagando impuestos requeridos. Se vende, se recauda, se les paga a los proveedores y da para el funcionamiento de la operación y también para que quede una parte para beneficio de la compañía y sus accionistas.

Por eso es clave para la compañía más que en el ejercicio de la venta a nivel industrial, saber la frecuencia de compra de cada cliente y los productos que ellos consumen. Para luego hacer una planificación de las compras y del inventario optimo que tiene que tener la compañía. Porque si una compañía tiene inventario optimo, está atendiendo al mercado y tiene que saber comprar también para ser competitivo y no quedar afuera del mercado en cuanto a precios y condiciones.

Esa es la base para que haya una gran satisfacción del cliente, trabajando permanentemente y también se han diseñado unas herramientas que son las **PQR (peticiones, quejas y reclamos)**, en donde los clientes pueden manifestar inconformidades que se presenten.

La empresa no es perfecta y en algunos casos se han tenido inconvenientes o por equivocación de entrega. Pero siempre se trata de ser cuidadoso y se escucha mucho al cliente, y se le dice al cliente que nos contacte y comente sus inquietudes porque la mayoría de veces la directiva no sabe lo que está pasando.

Por eso el sistema de las PQR es una herramienta muy buena que se aplica dentro de la compañía tratando de manejar unos indicadores para tener un número de reclamaciones máximas, que sea un porcentaje mínimo que le dé a la compañía una calificación muy aceptable. Para poder seguir teniendo la certificación que hoy se tiene de **INCONTEC** bajo la norma **ISO 9001** y en sus respectivas renovaciones.

## **SISTEMA DE PEDIDOS HACIA EL CLIENTE.**

La compañía siempre ha tratado de trabajar sobre la base de la palabra. Debido a que en una negociación es muy común a veces que un cliente diga que quiere dicho producto y al momento de entregarlo dice que no. Entonces lo que se hace es buscar clientes con seriedad.

En cuanto a la promesa de valor de la compañía, es preferible decirle a un cliente que se le entrega un material en 3 días hábiles, con la seguridad de que en máximo se puede entregar en uno o dos días sin hacerle falsas estipulaciones al cliente de entregar un material el mismo día del pedido. Diciéndole a la fuerza de ventas que se venda lo que se tiene, ya que no se puede abarcar todo el mercado y lo que no se tiene no se puede vender.

## **SISTEMA DE INFORMACION SAP (sistema de aplicaciones y producto).**

SAP establece e integra el sistema productivo de la empresa. Se constituye con herramientas ideales para cubrir todas las necesidades de la gestión empresarial (sean grandes o pequeñas) en torno a: administración de negocios, sistemas contables, manejo de finanzas, contabilidad, administración de operaciones y planes de mercadotecnia, logística, etc. SAP proporciona un sistema para solucionar problemas en la empresa que surgen del entorno competitivo en el que ella se encuentre, los desarrollos de estrategias de satisfacción al cliente, las necesidades de innovación tecnológica, procesos de calidad y mejoras continuas, así como, el cumplimiento de normatividad legal impuesta por las instituciones gubernamentales.

Este sistema al ser un servicio online, presenta inquietudes por parte de los asesores para poder desarrollar su trabajo de forma natural, esto también ocasiona que en los procesos existan demoras y los clientes que requieren comprar de forma inmediata no esperen y no compren. Por ello también en esta propuesta lo que se busca es ayudar a mejorar este sistema y hacerle seguimiento periódicamente

## **ASESORES.**

En la compañía siempre debe de estar un asesor disponible para atender requerimientos de forma directa, debido a que los demás pueden estar haciendo negocios fuera de la empresa.

Sin importar que se encuentre en reunión o en alguna actividad dentro de la empresa, debe de contestar las llamadas que le realizan los clientes y siempre debe de estar disponible. Por esto se plantea la idea de contratar asesores de planta que cumplan con estos requerimientos.

## **CAPACITACIONES.**

Lo que siempre se busca dentro de la compañía, es que tiene que haber un conocimiento de todos los productos ofertados ya sea de construcción o de industrias por parte de los asesores y no simplemente orientarse a su fuerte que puede ser uno de los dos productos, sino orientarse de forma en general, por ello se plantea la idea de realizar capacitaciones dentro de la empresa.

### **2.1.2.2 Analizar los resultados del diagnóstico para conocer falencias que presenta el servicio prestado por Metaza S.A.**

Después de haber desarrollado el primer objetivo planteado, se procede a conocer la percepción del cliente mediante encuestas virtuales. La cual se verá reflejada a continuación.

El principal objetivo de esta encuesta es conocer la percepción y opinión del cliente hacia la compañía, para así mismo mejorar procesos y ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

### **METODOLOGÍA**

La técnica aplicada para la encuesta de satisfacción del cliente, fue la investigación cuantitativa, porque se usó escalas asociadas a atributos y percepciones de los clientes; cuyos resultados fueron determinados por medio de cantidades y datos porcentuales.

### **TARGET**

Clientes de Metaza S.A. (incluidas las sucursales de Cali, Pereira Y Medellín.)

### **TÉCNICA**

Encuestas on-line, distribuidas por medio del aplicativo de [encuestafacil.com](http://encuestafacil.com)

### **PARÁMETRO DE PREGUNTAS**

Las preguntas formuladas en la encuesta, se realizaron para conocer el concepto del cliente respecto a las áreas con las que más se relaciona y la valoración del cliente que tiene respecto a la compañía.

## MUESTRA

El tamaño de la muestra se determinó de la siguiente manera:

**N:** muestra

**Z:** nivel de confianza

**P:** probabilidad de éxito

**Q:** probabilidad de fracaso

**E:** error muestral

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * E^2 * Z^2 * P * Q}$$

### 2.1.2.3 DISEÑO DE LA ENCUESTA PROPUESTA.

#### Estimado Cliente

Para METAZA S.A es importante conocer su opinión y satisfacción del servicio prestado. A continuación solicitamos de su colaboración en diligenciar esta encuesta. ¡Gracias!

#### Datos

1. Nombre de la empresa y / o cliente

2. NIT de la empresa (sin puntos ni comas)

3. El asesor comercial permanece en contacto con usted:

Siempre\_\_\_ Casi siempre\_\_\_ A veces\_\_\_ Casi nunca \_\_\_ Nunca \_\_\_

4. El promedio de visitas mensuales de su asesor comercial es:

Más de 3 veces \_\_\_ Entre 3 y 2 veces\_\_\_ Una vez\_\_\_ No lo visita \_\_\_

5. Evalúe los siguientes atributos relacionados con el asesor comercial que lo atiende actualmente:

<b>Atributos</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Muy malo</b>
Atención del asesor					
Disposición para atender sus requerimientos					
Rapidez para dar respuesta a sus solicitudes					
Facilidad en la comunicación					
Conocimiento de los productos y/o servicios					

### **Logística y Despachos.**

6. ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Muy malo</b>
Disponibilidad de inventario					
Plazos de entrega del pedido					
Cumplimiento de los requerimientos del pedido					
Calidad del producto					
Presentación del producto					



Amabilidad de los transportadores que entregan					
--	--	--	--	--	--

**Producto y Servicio**

7. ¿En los últimos 3 meses ha presentado quejas o reclamos por algún producto?

Sí \_\_\_ No\_\_\_

8. Considera que Metaza le da pronta solución a sus sugerencias, peticiones o reclamos?

Siempre\_\_\_ Frecuentemente \_\_\_ A veces\_\_\_ Casi nunca\_\_\_ Nunca\_\_\_

9. ¿Cuál es el grado de importancia que usted le da a los siguientes aspectos al momento de comprar?

	<b>Muy importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Nada importante</b>
Calidad del servicio					
Precio del producto					
Calidad del producto					
Servicio posventa					

## **SATISFACCIÓN GENERAL**

**10.** ¿Recomendaría a Metaza?

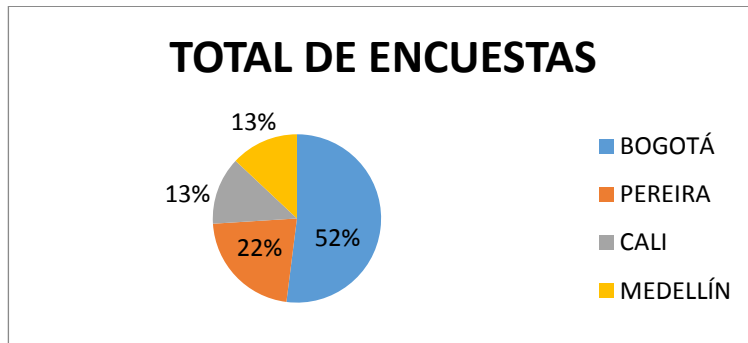
Sí \_\_\_ No\_\_\_

**11.** ¿Cuál es su satisfacción en general con Metaza?

1. Insatisfecho, 5 Muy satisfecho

1\_ 2\_ 3\_ 4\_ 5\_

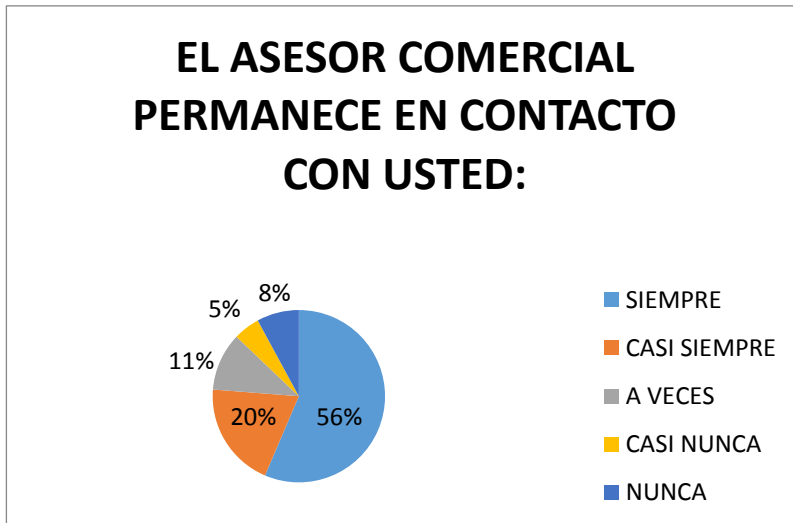
#### 2.1.2.4 TABULACIÓN DE ENCUESTA REALIZADA CON SU RESPECTIVO ANALISIS



SUCURSAL	#	%
Bogotá	137	52%
Pereira	57	22%
Cali	35	13%
Medellín	34	13%
<b>TOTAL</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

Se aplicaron 263 encuestas enviadas por correo a clientes tanto indirectos como directos a nivel nacional, para poder así tener una percepción más a fondo de las inquietudes de nuestros clientes. Gracias a esta encuesta se pueden desarrollar ideas de mejora en el servicio de atención al cliente.

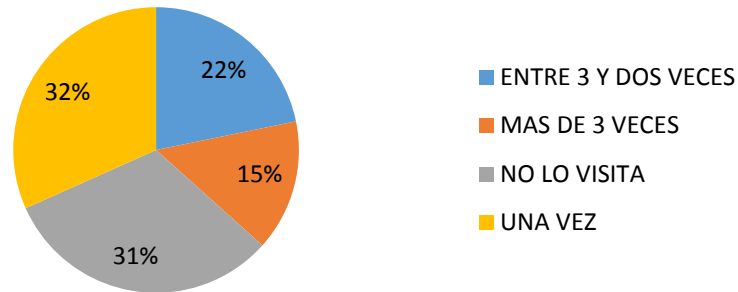
## ATENCIÓN DEL ASESOR.



En primer lugar se hace una pregunta, para dar a conocer la opinión del cliente con respecto a su asesor comercial, para verificar si le hacen un respectivo seguimiento a ellos, en el cual se muestra un porcentaje muy favorable de 56%, el cual nos dice que el asesor comercial de la empresa si realiza este seguimiento.

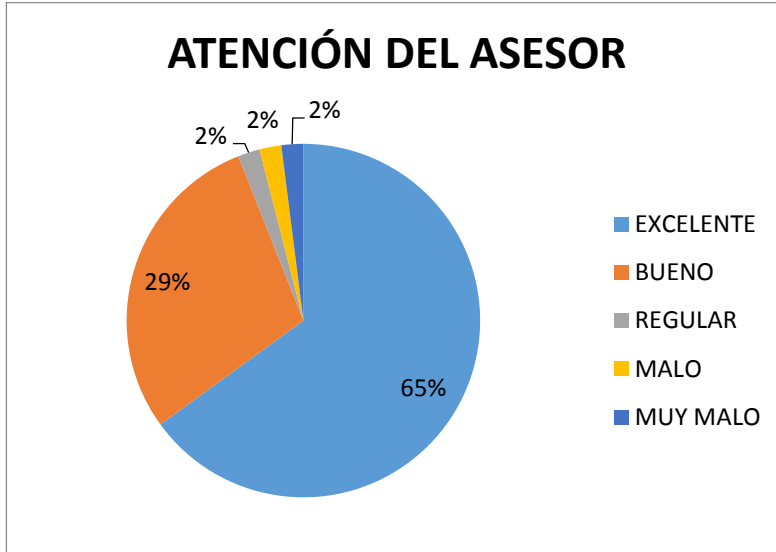
Pero la intención de mejorar es la de superar la barrera del 60%, en este aspecto realizando más visitas a clientes y brindándole una mejor asesoría a sus negocios o proyectos.

## EL PROMEDIO DE VISITAS MENSUALES DE SU ASESOR COMERCIAL ES:



En este gráfico podemos observar, que la atención y el seguimiento a los clientes es muy bajo cada mes. Lo que ocasiona pérdida de clientes por falta de información o por falta de seguimiento frecuente. Este es un factor muy importante para mejorar la satisfacción del cliente de la empresa.

**Evalúe los siguientes atributos relacionados con el asesor comercial que lo atiende actualmente:**



Como se puede apreciar, la atención del asesor es muy favorable, lo que hace que sea un plus importante para los clientes que deseen realizar algún proyecto.

## DISPOSICIÓN PARA ATENDER SUS REQUERIMIENTOS



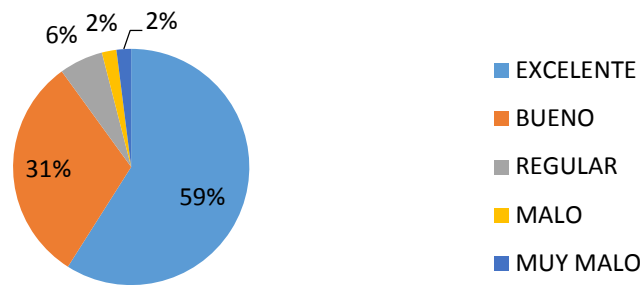
La disposición de los asesores en la empresa es muy favorable, pero lo importante es mejorar cada día, y así aumentar el porcentaje de satisfacción y atracción de cliente.

## RAPIDEZ PARA DAR RESPUESTA A SUS SOLICITUDES



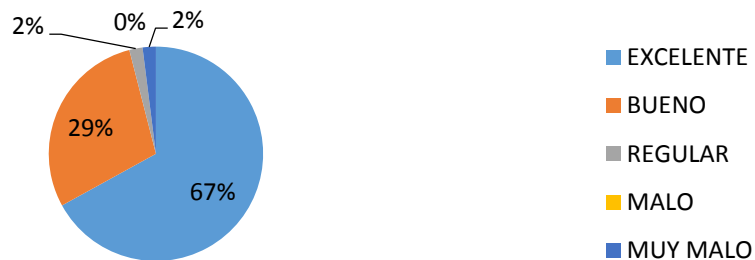
La empresa **METAZA S.A.**, cuenta con personal calificado, en información de productos para la construcción y productos industriales, gracias a ello se ha ganado un reconocimiento en el mercado de productos metalmecánicos y productos para la construcción.

## FACILIDAD EN LA COMUNICACIÓN



El asesor comercial al estar calificado, puede atender cualquier inquietud o requerimiento que se le pida o que se le presente. Y sería muy favorable mejorar cada vez más, aumentando así el nivel de excelencia en este aspecto.

## CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

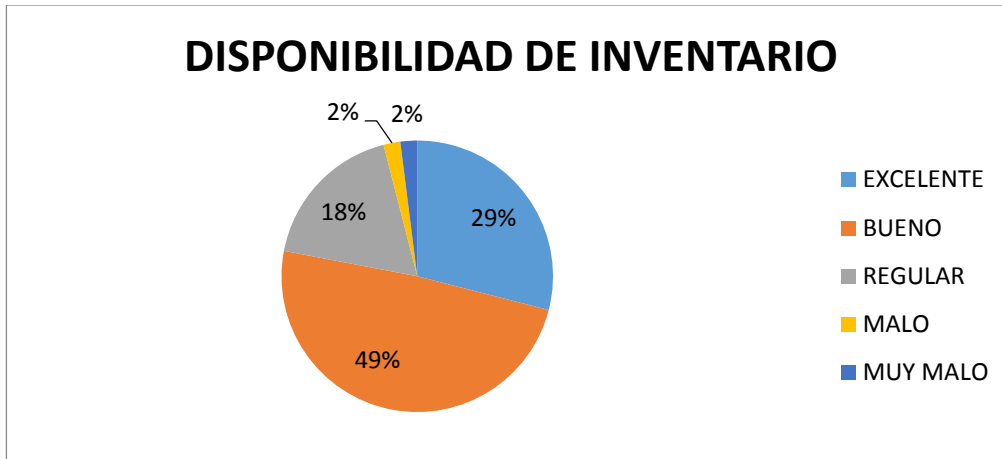


Los productos ofrecidos por la empresa METAZA S.A., son de muy fácil conocimiento e información. Se cuenta con catálogos donde son ofertados, y de cualquier inquietud, los asesores comerciales están en disposición para atender dichas inquietudes.



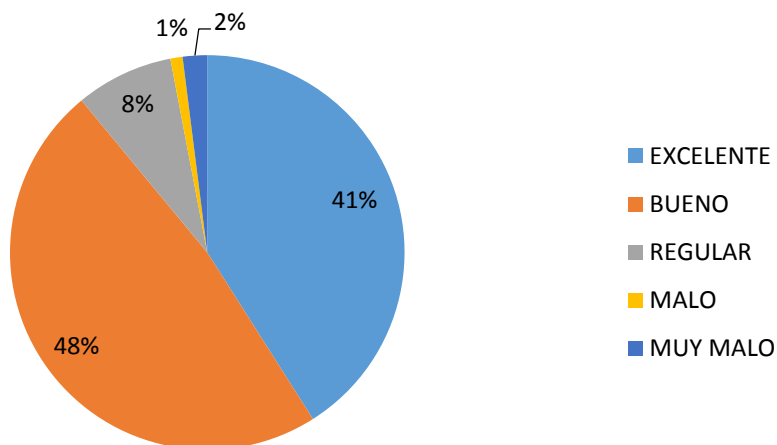
## LOGÍSTICA Y DESPACHOS

Cómo califica los siguientes aspectos.



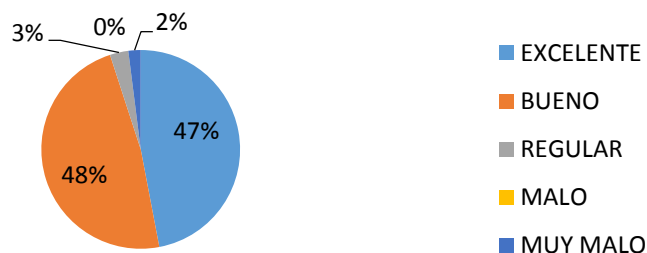
La importación de mercancía es un factor primordial en el inventario de la empresa, ya que debido a retrasos o imprevistos en las importaciones, depende así como se oferta o de que información se le da al cliente por el producto que solicite.

## PLAZOS DE ENTREGA DEL PEDIDO

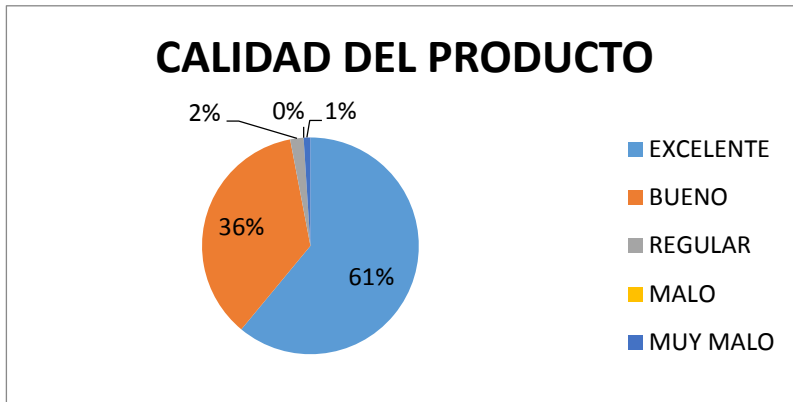


Los plazos de entrega de pedidos se manejan dependiendo de la cantidad del producto (se hace con frecuencia cada 3 días) o de la disponibilidad de la máquina que se requiera para cortar algún material. Pero esto es algo que no satisface al cliente porque existen muchos retrasos en pedidos y esto hace que se pierdan clientes directos como indirectos.

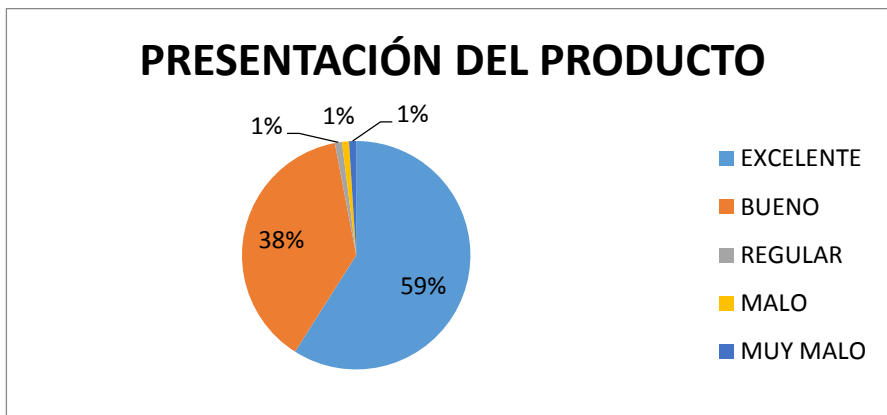
## CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS DEL PEDIDO



Este es un factor en el que se debe mejorar, debido a que la entrega de pedidos, es muy demorada, ocasionando devolución de dinero, pérdida de clientes, y productos que quedan en bodega esperando otro cliente que requiera el material con las mismas características.

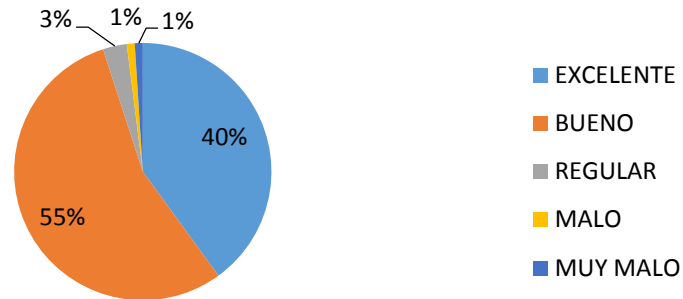


Los productos ofrecidos por la empresa METAZA S.A., son de la mejor calidad. Importados de países industriales que cuentan con los requerimientos estipulados, logrando así un mayor posicionamiento en este sector del mercado.



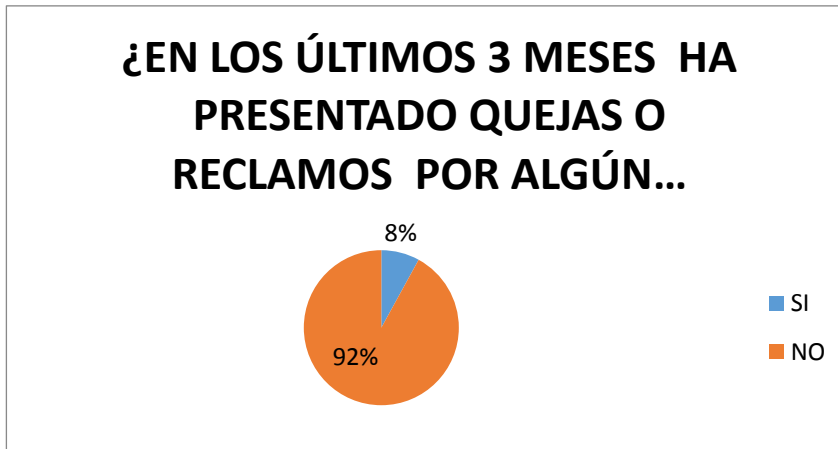
Los productos son presentados de forma excelente para la satisfacción del cliente porque se cuenta con personal calificado y de experiencia al momento de empacar los pedidos requeridos.

## AMABILIDAD DE LOS TRANSPORTADORES QUE ENTREGAN



Se deben realizar charlas de comunicación al cliente, a los encargados de llevar el producto y poder así aumentar el nivel de excelencia en este aspecto.

## PRODUCTO Y SERVICIO



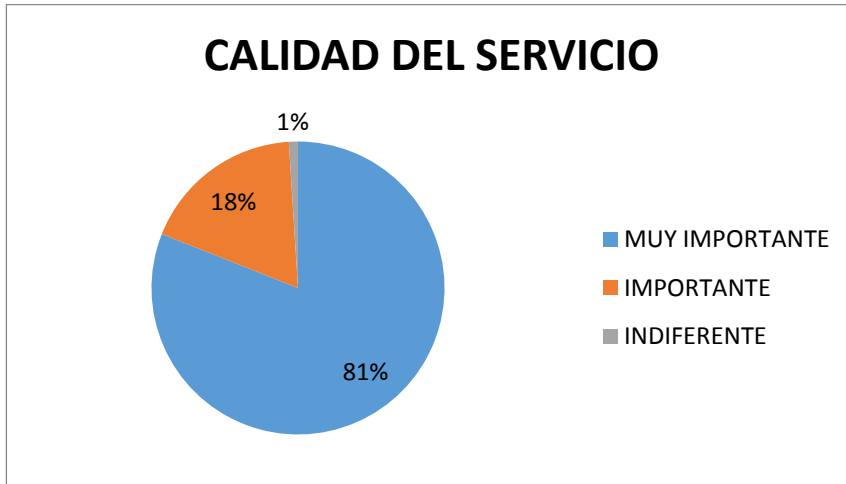
Con respecto a las PQR que se manejan, hemos notado que los reclamos son muy pocos, algo que hace que la empresa tenga cumplimiento en sus actividades que ofrece al cliente. Y la intención es seguir mejorando en este aspecto.

## CONSIDERA QUE METAZA LE DA PRONTA SOLUCIÓN A SUS SUGERENCIAS, PETICIONES O RECLAMOS?

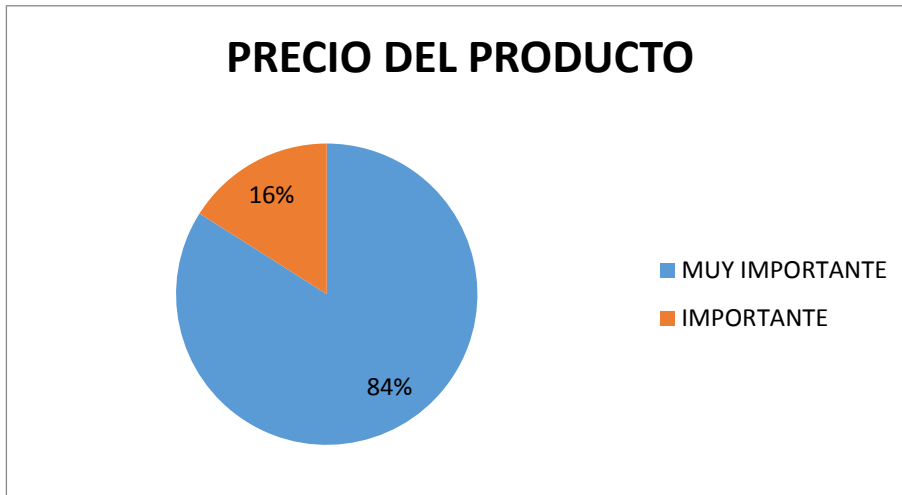


Metaza se caracteriza por darle solución a problemas que el cliente da a mostrar por problemas de entrega o de algún material en mal estado, por ello, se le ofrecen soluciones que ellos consideren apropiadas y poder así no disminuir clientela.

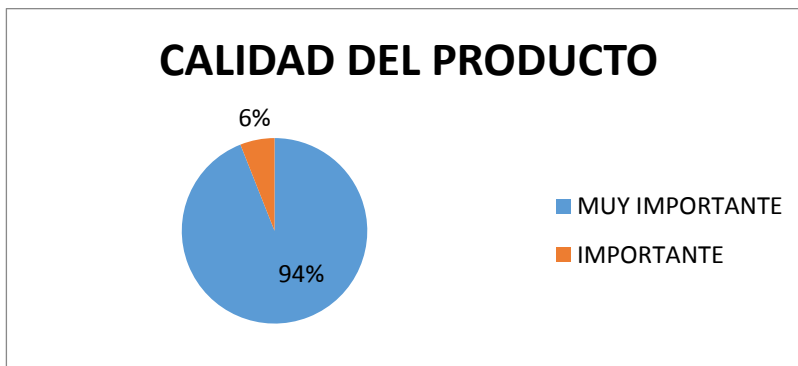
**Cuál es el grado de importancia que usted le da a los siguientes aspectos al momento de comprar.**



La calidad del servicio ofrecido es muy favorable para los clientes porque al momento de la entrega, se les da a conocer las especificaciones requeridas y la calidad del producto. Y algo que caracteriza a la empresa es que está certificada por la norma de calidad iso 9001 de INCONTEC.

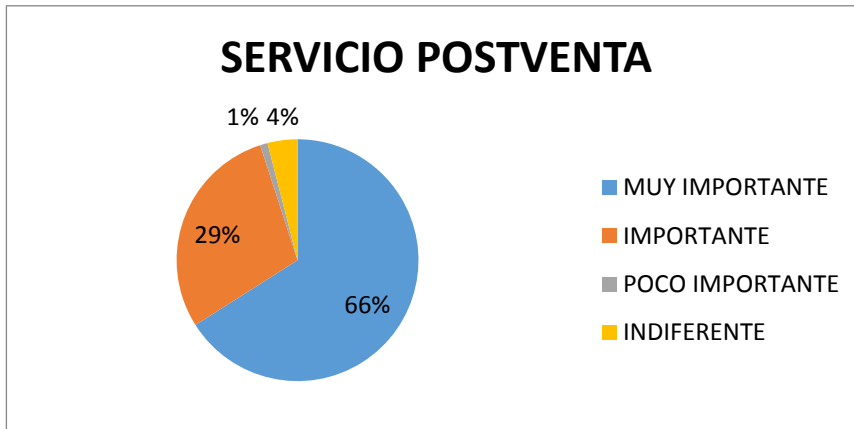


Los precios se manejan acorde este la competencia en el mercado y al deflactor de la moneda de cambio, debido a que los productos son importados, es por esto que al cliente se le brinda información del producto, la calidad y el precio.

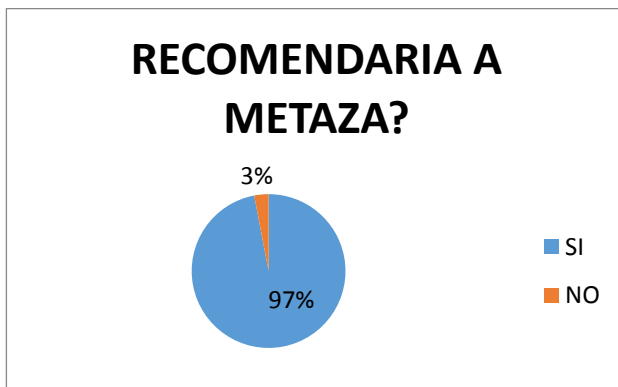


La calidad de los productos prestados por la empresa es de buena referencia por la adecuación de la norma ISO 9001. Que son productos de calidad, cumpliendo con una serie de requerimientos, siempre orientados a alcanzar la satisfacción del cliente.





El servicio postventa es un factor clave para incrementar la fidelidad y retención de clientes en un tiempo caracterizado, generando incremento de ventas y atraer más cliente de este sector comercial.

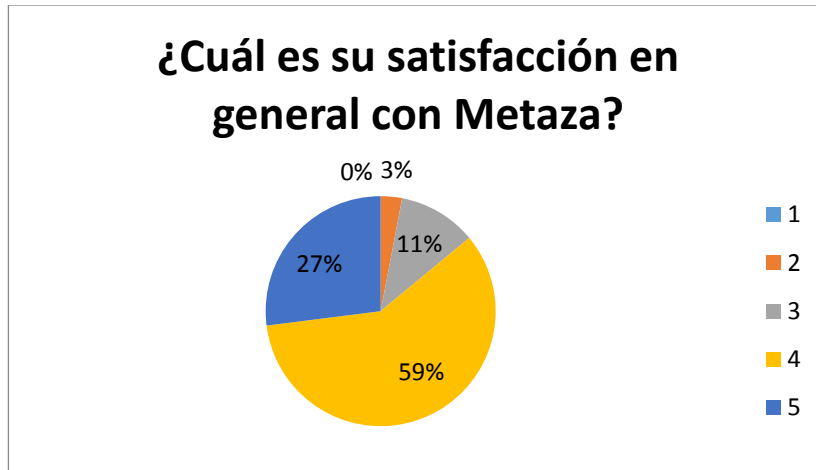


Con un 97% de los clientes encuestados, nos damos cuenta que recomendarían a Metaza S.A, hay un porcentaje del 3% que indica que hay algunas empresas que no se encuentran conformes con la compañía, por ende no la recomendarían.

## Cuál es su satisfacción en general con Metaza?

1. Insatisfecho, 5 Muy satisfecho

1\_ 2\_ 3\_ 4\_ 5\_



Para Metaza S.A es un porcentaje muy importante que un 59% de los clientes se encuentren satisfechos, cabe la pena resaltar que hay que aumentar el 27% de los clientes que se encuentran completamente satisfechos y lograr que los porcentajes de insatisfacción cambien su punto de vista con las nuevas estrategias que se planteen en el interior de la compañía.

## **2.2 Desarrollar una estrategia que dé solución a las falencias de servicio al cliente. Con el fin de poder incrementar y fidelizar a nuestros clientes.**

Con el desarrollo del presente trabajo de investigación, se hace evidente el estudio, análisis y mejoramiento del Servicio dentro de Metaza S.A.

El servicio dentro de una organización es un eje fundamental sobre el que debe para el fortalecimiento de la gestión de relacionamiento a largo plazo con los clientes, es por esto que se plantean unas estrategias como propuestas al trabajo desarrollado en la empresa y buscar posibles soluciones.

## **2.2.1 PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE SOLUCIÓN.**

### **Alternativa N. 1: Capacitar a los empleados, mejora de sueldo de asesores comerciales y actualización de plataformas de servicio.**

Es necesario brindar capacitación a los funcionarios para no incurrir en daños a las nuevas herramientas, las capacitaciones se deben realizar a todo el personal pero para este caso se debe enfocar inicialmente a los asesores comerciales. Con esta estrategia se mejora el trabajo en equipo dentro de la empresa y el servicio al cliente llega a la completa satisfacción.

El Capital Humano con que cuenta la organización es personal de confianza, el cual está con la organización desde hace más de 10 años, por tanto la experiencia no es improvisada, se adquirió durante el proceso laboral de la compañía, fortaleza que la empresa puede aprovechar si se tiene en cuenta lo valioso de este capital humano por ende es necesario incentivar los asesores comerciales mejorando el sueldo de los mismo y de una forma equitativa (fuera de comisiones).

Actualmente el éxito del trabajo de los asesores comerciales depende en gran parte de la buena función realizada por las áreas de apoyo, por tanto al momento de actualizar la plataformas de apoyo (SAP), en donde se manejan los productos ofertados, movimientos de pedidos, etc. se está evitando el cometer errores cuando se continúa con el proceso operativo de las ventas para poder llevar el pedido al cliente a satisfacción, ya que la herramienta permite tomar perfecta nota de las referencias solicitadas por el cliente sin temor a realizar modificaciones incorrectas en los códigos de los productos.

Cuando las plataformas de servicios, son actualizadas periódicamente, el servicio al cliente es más ágil, se ahorra tiempo gracias a que no es necesario retroceder por la pérdida de información, por esto el asesor comercial se siente respaldado por su herramienta de trabajo, ya que se manejan más de 5000 referencias y se evita dar información errada en datos importantes como precios y descripción de los productos.

Teniendo en cuenta la anterior información, se puede aprovechar la experiencia de los actuales asesores, ellos conocen a la perfección los gustos, genios de los clientes de la empresa, como también saben a quién se le puede dar crédito de 8 a 45 días, sabiendo que la rotación de los inventarios no es la misma para todos los clientes.

El objetivo de la alternativa es mejorar la comunicación verbal, oral y escrita con el cliente interno y externo, teniendo en cuenta que el asesor comercial es quien realiza el primer acercamiento directo con el cliente externo, igualmente incentivar el trabajo y fidelidad de los funcionarios para con la empresa. La empresa se beneficia porque mantiene las relaciones comerciales con los clientes actuales en menor tiempo y el tiempo que se ahorra se puede utilizar en la consecución de nuevos clientes.

El impacto positivo se ve reflejado tanto interna como externamente ya que en el momento de capacitar a los asesores, se facilita el desarrollo de las actividades laborales, se favorece la comunicación interna de tal manera que los errores de despacho de referencias cruzadas o no solicitadas por los clientes, las averías de la mercancía por desplazamientos innecesarios, disminuye considerablemente y todos estos factores coadyuvan a la rotación de inventarios y crecimiento de las ventas.

**Alternativa N. 2: Contratar nuevos asesores comerciales profesionales y capacitarlos en los servicios que son ofrecidos al cliente como el servicio técnico y el servicio comercial.**

Esta alternativa tendría gran impacto tanto interno como externo ya que al momento de contratar nuevo personal se daría una buena oxigenación al cargo, el personal que se sugiere contratar es con experiencia en cargos comerciales, profesionales, igualmente se debe actualizar las herramientas de trabajo para facilitar el desarrollo de las tareas asignadas.

Al implementar esta alternativa mejora el servicio ofrecido a los clientes a largo plazo ya que se debe dar a conocer la clientela a los nuevos asesores, ellos deben garantizar el acompañamiento comercial a los clientes actuales de la empresa y recuperar los perdidos, proceso que tardaría un tiempo de más o menos 1 o 2 meses si tenemos en cuenta que los clientes son personas de costumbres y gustos ya adquiridos.

Con las capacitaciones se pretende educar a los nuevos funcionarios para desarrollar adecuadamente las funciones y conocer las herramientas que se desarrollan dentro de la empresa, de esta manera se evita los posibles daños laborales.

Este es un factor que permite a las organizaciones tener competitividad en el mercado, ya que es la capacidad y facilidad con que esta puede afrontar los problemas que se presentan en la organización y convertirlos en oportunidades de mejora. Esta alternativa se utiliza como estrategia que se enfoca en mejorar la calidad del servicio que la empresa ofrece al cliente externo.

### **Alternativa N. 3: Rotar las funciones entre los mismos empleados.**

Esta tercera y última alternativa le ofrece a la organización aprovechar tanto el personal actualmente integrado a la organización y oxigenar los cargos ya existentes, si tenemos en cuenta que es una empresa donde las oportunidades de ascender o realizar varias tareas se facilita ya que el personal está en constante contacto con el trabajo del compañero.

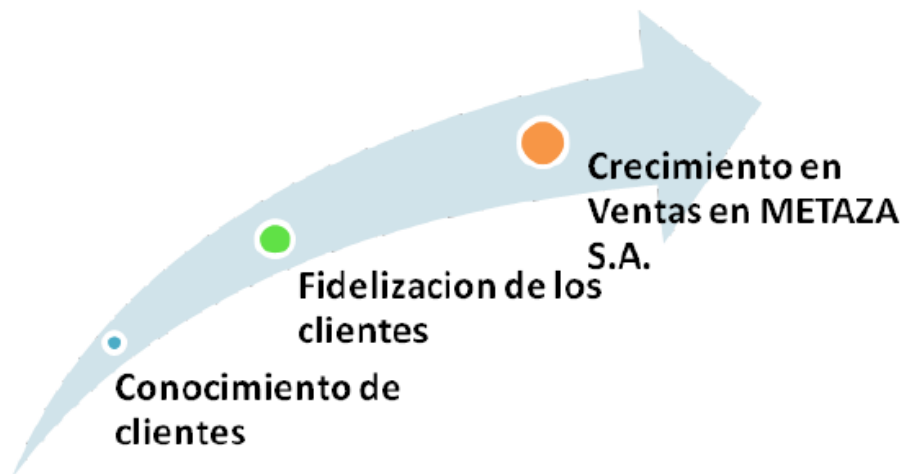
Es muy importante que los asesores comerciales conozcan distintos temas que se manejen en productos para la construcción y productos para la industria, y no quedarse estancado solo en sus capacidades, para ello son las capacitaciones anteriormente resaltadas, que sean de temas que hagan que los asesores conozcan términos y temas por iguales.

Esta alternativa puede causar un impacto favorable. A veces los cambios pueden ofrecer mejores beneficios, pero se corre el riesgo que el funcionario no se adapte al cambio y se afecte aún más la relación con los clientes, por otro lado, también se puede incurrir en sobre carga laboral.

### **2.2.2 BENEFICIOS Y PROPOSITO QUE SE PUEDEN OBTENER DE LA PROPUESTA PLANTEADA.**

El propósito del plan de mejora para la empresa Metaza S.A es el de preparar, desarrollar y potencializar los recursos humanos de la compañía que están involucrados en el proceso comercial, integrándolos al mejoramiento del mismo.

Dicha capacitación permitirá que los colaboradores conozcan la herramienta, la apliquen y así logren en conjunto y con eficiencia los objetivos que tiene la empresa para aumentar las ventas, la rentabilidad, fidelizar sus clientes, crear una cultura de servicio al cliente y los objetivos del trabajador donde se sientan a gusto con su labor, dando seguridad y efectividad en los procesos.



(IMG N° 5)



Los beneficios que se pueden alcanzar con la propuesta desarrollada anteriormente para la empresa **METAZA S.A** pueden ser:

- ✓ Fortalecer el vínculo con el cliente y con esto hacer que este prefiera a la empresa por encima de otras.
- ✓ Establecer relaciones de largo plazo con los clientes. Esto permite que la empresa mantenga clientes fieles y rubros de ingresos de cierta forma permanentes.
- ✓ Conocer lo que para cada cliente es importante en particular y atender sus necesidades en pro del sostenimiento económico de la empresa.
- ✓ Mejorar la calidad de los procesos internos de la empresa para poder cumplir con los requerimientos del cliente.
- ✓ Se promueve la calidad del trabajo y el compromiso de los empleados.
- ✓ La lealtad del cliente impulsa los ingresos de la empresa y se relaciona con las utilidades que se perciben de la actividad económica.

## **CONCLUSIONES**

La alternativa de solución propuesta es una buena opción de mejora para resolver las muchas inconformidades que los clientes tienen con el servicio ofrecido por parte de la empresa METAZA S.A.

Cuando se ajusta el salario de los funcionarios se connota, agradecimiento por la labor desempeñada, de inmediato nace en ellos un incentivo para seguir trabajando con entusiasmo, en busca de contribuir o ayudar al crecimiento de la empresa.

Con la mejora y el periódico seguimiento a las herramientas de trabajo, se facilita el desarrollo de las actividades, se genera respeto y ambiente agradable de trabajo tanto para el cliente interno como externo ya que se está invirtiendo calidad de tiempo.

Con la contratación de nuevos asesores se oxigena el trabajo dentro de la empresa, ya que se pueden asignar los asesores de campo fuera de la empresa y de los asesores fijos. Logrando así que el proceso de pedidos sea generado de una forma más rápida y segura.

Con el propósito de la propuesta planteada, lo que se busca es la de genera confianza, agilidad, respeto, compromiso tanto en clientes internos como externos, que finalmente se ve reflejado en los movimientos contables, crecimiento de ventas, aumenta la rotación de stocks y mejora la economía de la empresa.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Desarrollar capacitaciones dos veces por semestre, para mejorar las capacidades de los asesores comerciales y mejorar el clima organizacional en la empresa METAZA S.A.
  
- ✓ Hacer un respectivo seguimiento diario en las herramientas de trabajo. Que cuenten con la información clara y exacta de productos y precios ofrecidos.
  
- ✓ Hacer respectivo seguimiento y visitas a clientes directos de la empresa, ofreciéndoles promociones y descuentos, y si es el caso ofrecerles primero el producto a ellos que al cliente indirecto.
  
- ✓ Mejorar los tiempos de entrega en el producto, logrando así mayor satisfacción del cliente.

## **ALCANCES DE LA PRÁCTICA**

Escogí la opción de trabajo de grado, como propósito de ganar experiencia laboralmente y de poder aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera en el proceso de prácticas empresarial.

La empresa Metaza s.a. me abre sus puertas confiando en mis capacidades y la actitud de poder desarrollar los trabajos que se ponen a disposición y de ayudar a los demás, gracias a esta oportunidad logré conocer los procesos que aquí se manejan a la hora de realizar una compra, de los procesos que se hacen a la hora de comprar y de entregar el producto. Conocer los procesos en el área de producción y despachos, los procesos de inventarios y manejo de personal.

En el área de mercadeo en el que desarrollé mis prácticas, apoyé y gane experiencia en el área de imagen de la empresa, manejando pedidos de clientes que se comunican por redes sociales y páginas web, organizar y participar en ferias de exposición (feria expometalica) y apoyando a asesores comerciales.

También pude conocer los procesos de inventarios de obsequios y materiales que se manejan en esta área para la empresa, desarrolle habilidades de comunicación a la hora de llamar a clientes y la de aplicar las encuestas que allí se manejan periódicamente.

Gracias a la práctica empresarial, se desarrollan actitudes y se aprende cada día en temas empresariales que solo la práctica y el trabajo te pueden ofrecer cada día.

## **BIBLIOGRAFIA**

<http://metaza.com.co/>

[http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)

<https://www.crecenegocios.com/como-lograr-la-satisfaccion-del-cliente/>

<https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>

<https://www.encuestafacil.com/>

<https://www.sap.com/latinamerica/about.html>

ANEXOS

# CARTA DE PRESENTACIÓN



Universidad de Pamplona  
Pamplona - Norte de Santander - Colombia  
Tels: (7) 6985263 - 6985304 - 6985305 - Fax: 5882781 - www.unipamplona.edu.co

Pamplona, 03 de agosto de 2018

313-027-264

Señora  
**SANDRA MILENA PÉREZ AMÓRTEGUI**  
Coordinadora de Recursos Humanos  
METAZA S.A.  
Bogotá D.C.

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración, para que **CRISTIAN MIGUEL GÓMEZ GÓMEZ**, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.051.672.662, estudiante del X semestre del Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el segundo periodo académico del año 2018, en esa Empresa.

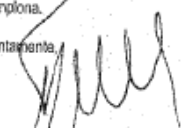
Nuestro estudiante, con su capacidad de liderazgo y espíritu emprendedor, desarrolla competencias gerenciales, gestiona el cambio, crea e innova estrategias empresariales, en pro del fortalecimiento del sector productivo de nuestra región y del país. Profesional idóneo, con capacidad de análisis e investigación en el entorno socioeconómico y toma de decisiones.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo partícipe del proceso a su superior inmediato. Comprende un periodo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted, mi sentido de gratitud al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica del estudiante, lo cual redundará en beneficio de la comunidad y particularmente en la visión empresarial que requieren nuestros egresados.

Información de contacto: correo cenprao@unipamplona.edu.co, telefaxis (037) 5881761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,

  
**ÁLVARO PARADA CARVAJAL**  
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial

  
Agosto 24/2018



Formando líderes para la construcción de un

# CARTA DE ACEPTACIÓN



Bogotá, Agosto 23 de 2.018

Señor  
**ÁLVARO PARADA CARVAJAL**  
Director  
Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
Calle 5 N° 3-93 Casa Domus  
Teléfono: (+7) 568 5303 Ext. 281 Telefax: 568 1761  
Pamplona - Norte de Santander

Estimados Señores,

Por medio de la presente nos permitimos informarles que el estudiante **Cristian Miguel Gómez Gómez** del Programa Académico Administración de Empresas, identificado con C.C. 1.051.672.662, ha sido seleccionado por nuestra empresa como practicante en el área de Mercadeo, en la ciudad de Bogotá.

Las condiciones de vinculación son las siguientes:

- Fecha de Inicio: **24/08/2018**
- Fecha de Finalización: **25/12/2018**
- Tipo de Vinculación: **Practicante**
- Dedicación Horaria: **45 horas semanales**
- Salario o Remuneración: **\$781.242**

Las funciones del practicante consisten en:

- Incrementar el número de encuestas de clientes.
- Manejo de Inventario de material publicitario.
- Seguimiento a prospectos Facebook.
- Apoyo en organización de feria Expo metálica y obsequios para clientes de fin de año.

Los posibles aprendizajes del practicante en esta institución serán:

- Apoyo del área comercial y conocimiento de las necesidades del cliente
- Aprender a coordinar la mercancía que se maneja en el departamento, la rotación.
- Mirar el comportamiento de los clientes, si se está atendiendo sus necesidades y si el área comercial está cerrando negocios.
- Conocer la logística que se debe tener en cuenta para los diferentes eventos que se realicen.

El estudiante reportará directamente a Marisol Gómez, Coordinadora de Mercadeo, [mercadeo@metaza.com.co](mailto:mercadeo@metaza.com.co), 4242010 ext 160.

Cordial saludo,  
  
Sandra Milena Pérez Amórtegui  
Coordinadora de Recursos Humanos

EXPERIENCIA  
RESPALDO  
CONFIANZA  
**ACERO**  
GARANTÍA  
CALIDAD  
SERVICIO

**Bogotá**  
Av. Calle 17 No. 86 - 81  
PBX: 424 2010 - 424 2240

**Cali**  
Cra. 36 No. 10 - 325  
ADCP Yumbó  
PBX: 690 0005

**Medellin**  
Carrera 48B No. 99 Sur - 59  
San Bartolomé - Bodega No. 27  
La Estrella (Antioquia)  
PBX 602 1161

**Pereira**  
Av. 30 de Agosto No. 103 - 67  
Bodega No. 3  
PBX: 320 0360



NIT 860.517.608-8 | [contacto@metaza.com.co](mailto:contacto@metaza.com.co) | [www.metaza.com.co](http://www.metaza.com.co)



**CERTIFICADO DE PRÁCTICAS**

## CERTIFICADO DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO




NIT: 860 517 608 - 8

METAZA S.A.

### CERTIFICA

Que Cristian Miguel Gómez Gómez. Identificado con cedula de ciudadanía N° 1051672660 expedida en Mompox Bolívar. Estudiante de la universidad de Pamplona del programa de Administración de Empresas. Realizó la respectiva entrega del plan de mejoramiento de satisfacción al cliente en la empresa METAZA S.A de Bogotá. Con el objetivo de hacer una respectiva revisión, y poder ser aplicado como herramienta de ayuda para una mejor calidad de nuestros servicios.

La presente certificación se expide a petición del interesado y en constancia de lo anterior se firma en Bogotá a los 20 días del mes de noviembre del dos mil dieciocho (2018).


ATTE:   METAZA S.A.

JORGE HORACIO ZULUAGA NAVARRO.

DIRECTOR COMERCIAL.

Av. Calle 17 N° 86 – 81 / Teléfono: 424 20 10 – 744 23 40 Bogotá.

# AUTOEVALUACIÓN



**CENPAE**

## REPORTE DE AUTOEVALUACIÓN

Universidad de Pamplona  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
Pamplona (Norte de Santander)  
Km 1, Vía Bucaramanga  
Tel: (7) 5881761 - www.unipamplona.edu.co  
cenprac@unipamplona.edu.co

---

Nombre del Estudiante: CRISTIAN ANSUEL GÓMEZ GÓMEZ Fecha: D/M/A 26-11-18

Nombre de la Empresa: META S.A. Programa: Adm. Empresas

Dependencia Entidad: MISADEN Evaluador: [Signature]

---

**OBJETIVO** Reflexionar en torno de las actitudes y habilidades que pueden dinamizarse durante el semestre de práctica para reforzar los valores y principios ciudadanos fundamentales.

1. Señale el medio por el cual se vinculó usted a la empresa donde desarrolla su Práctica Profesional.

1.1. Españolista  1.2. Familiar  1.3. Amistad  1.4. Auto gestión

1.5. Otro  Especifique ¿Cuál Otro?

2. ¿Qué motivo le eligió medio? oportunidad para desarrollar capacidades dentro de una empresa

3. ¿Considera usted que ha cumplido las expectativas que se tenía antes de iniciar la práctica? SI  NO

Expone: He desarrollado nuevas capacidades y he aprendido el sistema empresarial

4. ¿Qué tipo de dificultades ha afrontado durante la práctica?

4.1. Académicas  4.2. Laborales  4.3. Personales  4.4. Otros

Explique:

5. ¿Cree usted que el semestre de práctica es un escenario propicio para la formación en valores humanos? SI  NO

6. Señale TRES VALORES que usted haya fortalecido durante este semestre de práctica profesional.

6.1. Responsabilidad  6.2. Puntualidad  6.3. Autoconfianza  6.4. Participación

6.5. Sensibilidad Social  6.6. Nacionalismo  6.7. Respeto  6.8. Honestidad

¿Cuál? desarrollar capacidades de atención al cliente

7. Desde el punto de vista del cumplimiento de los objetivos, expone su desempeño durante el semestre de práctica y el proceso en el siguiente cuadro, utilizando escala de 0.0 a 5.0, donde 5.0 es la máxima competencia y sus criterios.

COMPETENCIA	NOTA	EXPLIQUE ¿PORQUÉ?
Ciudadano Autónomo Hombre - Contexto Participación y cumplimiento en los deberes cívicos y sociales	4	Con todas las actividades que me ha presentado
Científico Hombre - Contexto Presentación efectiva y oportuna del trabajo académico	4.5	Con las competencias que me ha enseñado
Profesional Hombre - Decisión Expresa la síntesis de la información en textos, tablas y habilidades, aplicadas al sistema de la empresa	4.5	gracias a la experiencia profesional que he desarrollado gracias a las actividades que me ha enseñado para mi formación académica y social.
Nota Integral		

# EVALUACIÓN

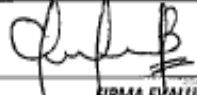


## REPORTE DE EVALUACIÓN

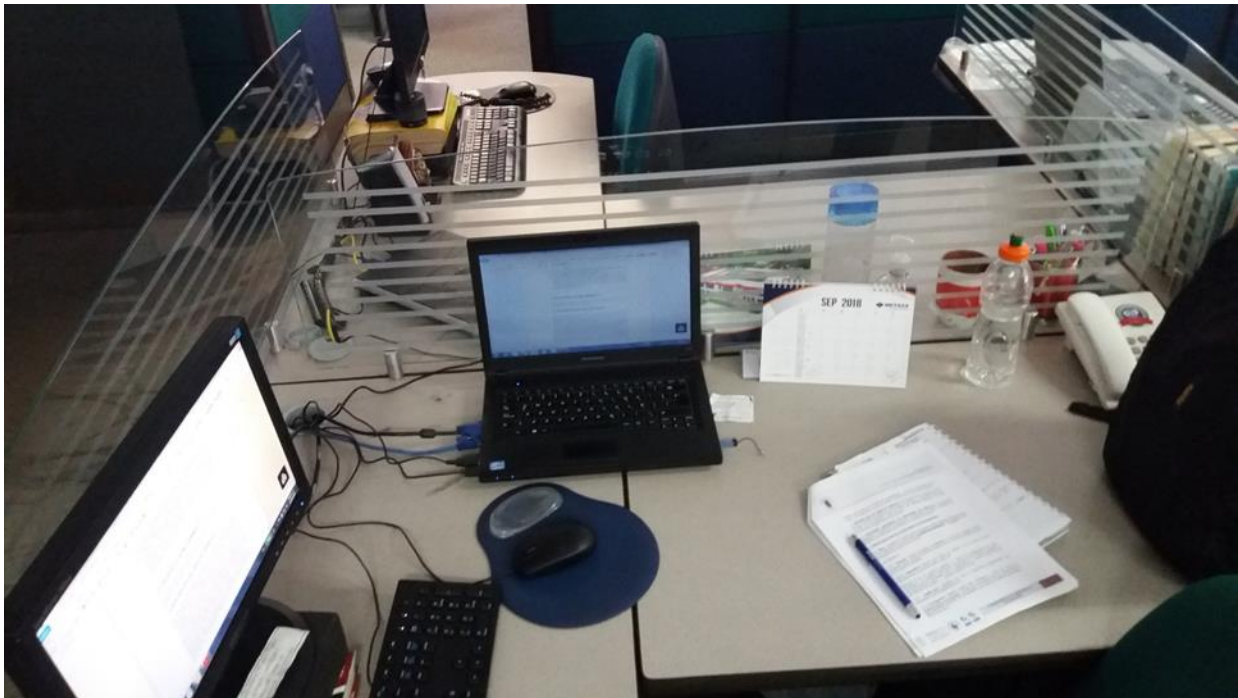
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
 Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
 Pamplona (Norte de Santander)  
 Km 1, Vía Bucaramanga  
 Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co  
 cenprac@unipamplona.edu.co

<b>OBJETIVO:</b>	Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante.		
<b>ESTUDIANTE:</b>	Castren Miguel Gomez G	<b>ORGANIZACIÓN:</b>	Metaza SA.
<b>PROGRAMA:</b>	Admón. e Impresor	<b>DEPENDENCIA:</b>	Mercado
<b>EVALUADOR:</b>	Mansel Gomez Boforno	<b>FECHA:</b>	27 - Noviembre - 2018

CALIFICACION: (MUY SOBRESALIENTE (MS)- SOBRESALIENTE (S)- POCO SOBRESALIENTE (PS)- ACEPTABLE(A))

INDICADORES DE DESEMPEÑO	MS	S	PS	A	CONCEPTO DEL EVALUADOR
<b>ADAPTACION A LA ORGANIZACION</b> <small>Actitud del estudiante para afrontar cambios en los diversos roles que debe cumplir de acuerdo con las circunstancias organizadas.</small>		X			
<b>INTEGRACION AL GRUPO DE TRABAJO</b> <small>Facilidad para integrarse al grupo de trabajo, cooperar y colaborar y atender a las pautas que componen el equipo.</small>		X			
<b>INICIATIVA Y APORTES</b> <small>Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización.</small>		X			
<b>RESPONSABILIDAD</b> <small>Assumir positivamente las consecuencias de sus actos.</small>		X			
<b>CALIDAD DE TRABAJO</b> <small>Oportunidad y dedicación en todas las actividades que se le asignan.</small>		X			
<b>PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA</b> <small>Disposición para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo.</small>			X		
<b>COMUNICACION</b> <small>Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para escucharlas.</small>			X		
<b>MADUREZ</b> <small>Grado de autonomía y seriedad para resolver cualquier tipo de situación.</small>		X			
<b>ENTUSIASMO</b> <small>Capacidad para asumir aptitudes de manera positiva y optimista.</small>		X			
<b>CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO</b> <small>Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles el mejor resultado.</small>		X			
<b>TRABAJO BAJO PRESION</b> <small>Capacidad de dar solución a diferentes labores en cortos periodos de tiempo.</small>		X			
<b>CUALIDADES DEL ESTUDIANTE:</b>	Disposición - Organización - Respeto				
<b>ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE:</b>	Liderazgo				Proactividad
	Comunicación	X			Generación de Propuestas
	Otra, ¿Cuál?				
<b>EL PRACTICANTE CUMPLIO CON SUS ESPERATIVAS:</b>	SI	X			¿Por qué? El apoyo al área de mercados fue el adecuado y la actitud.
	NO				
<b>RECOMENDACIONES Y /O SUGERENCIAS:</b>					
 <b>FIRMA EVALUADOR</b>	<b>CRISTIAN G.</b> <b>FIRMA PRACTICANTE</b>				

FOTOS





## FORMATO DE ENCUESTA EN LA PAGINA WEB “www.encuestafacil.com”.



Encuesta de satisfacción cliente 2018 [Cancelar] [Continuar con la encuesta]

1. ¿Diría que METAZA ofrece los mejores precios y condiciones en el mercado?

SI  
 NO

2. ¿Considera que METAZA es profesional y sus servicios rápidos y confiables?

SI SIEMPRE  
 SI FRECUENTEMENTE  
 SI AVECES  
 SI RARAMENTE  
 SI NUNCA

3. ¿Qué es el grado de satisfacción que usted le da a los siguientes aspectos de nuestros servicios?

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Calidad del servicio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrega de pedidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Recomendaría a METAZA?

SI SIEMPRE  
 SI FRECUENTEMENTE  
 SI AVECES  
 SI RARAMENTE  
 SI NUNCA

5. ¿En cuánto le calificaría su grado de satisfacción?

★ ★ ★ ★ ★

6. ¿Qué opinión le merece el servicio que puede recibir cuando compra?

[Cancelar] [Continuar]

Encuesta de satisfacción cliente 2018 [Cancelar] [Continuar con la encuesta]

1. ¿Habría cambiado su opinión? ¿cómo?

2. ¿Por qué compró o dejó de comprar el producto/servicio/servicios?

3. ¿Qué aspecto consideró mejor de los servicios recibidos?

El precio  
 El tipo de servicio  
 El tipo de producto  
 El tipo de entrega  
 El tipo de atención

4. ¿Qué aspecto consideró peor de los servicios recibidos?

El tipo de servicio  
 El tipo de producto  
 El tipo de entrega  
 El tipo de atención

5. ¿Qué grado de satisfacción le da a los siguientes aspectos de nuestros servicios?

	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Calidad del servicio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrega de pedidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Qué grado de satisfacción le da a los siguientes aspectos de nuestros servicios?

	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrega de pedidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrega de pedidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

