

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 1 de 57	

EL BOMBAZO DE LA CHANCLA

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 2 de 57	

Análisis de la Experiencia del Cliente en Compras en 'El Bombazo de la Chancla' Un Enfoque Práctico para la Mejora Continua"

Diego Saravia Ríos

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
Facultad de Economía
Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Aguachica-Cesar
2024-1

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 3 de 57	

Análisis de la Experiencia del Cliente en Compras en 'El Bombazo de la Chancla' Un Enfoque Práctico para la Mejora Continua"

**Estudiante
Diego Saravia Ríos**

**Marcia Ricaurte
Tutora**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
Facultad de Economía
Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Aguachica-Cesar
2024-1**

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 4 de 57	

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO 1.....	7
1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA.....	7
1.1. ACTIVIDAD ECONOMICA DESARROLLADA POR LA EMPRESA.....	7
1.2. MISIÓN.....	7
1.3. VISIÓN.....	8
1.4. POLITICAS.....	8
1.5. VALORES.....	9
1.6. ORGANIGRAMA.....	10
1.7. ANALISIS DEL ORGANIGRAMA.....	12
1.8. AREA ESPECIFICA DE LA PRÁCTICA.....	12
CAPITULO 2.....	13
2. ACTIVIDADES ESPECIFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	13
2.1. NOMBRE DEL TRABAJO.....	13
2.2. DIANÓSTICO.....	14
2.3. ANALISIS TABLA DOFA.....	16
2.4. JUSTIFICACIÓN.....	16
2.5. OBJETIVOS.....	18
2.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
2.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	18
2.6. PLAN DE ACTIVIDADES.....	19
CAPITULO 3.....	21
3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA.....	21
3.1. DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECIFICO 1.....	23
3.2. DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECIFICO 2.....	26
3.3. DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECIFICO	28
3.4. CONCLUSIONES.....	28
3.5. RECOMENDACIONES.....	29
3.5.1 RECOMENDACIONES OBJETIVO 1.....	29
3.5.2. RECOMENDACIONES OBJETIVO 2.....	29
3.5.3. RECOMENDACIONES OBJETIVO 3.....	30
ANEXOS	31
BIBLIOGRAFIA.....	34

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 5 de 57	

GLOSARIO

CODIGO CIU: “es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (Revisión 4 adoptada para Colombia) que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial”.¹

COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE): Se refiere a la compra y venta de bienes y servicios a través de páginas web o plataformas digitales en línea. Incluye tanto transacciones minoristas como mayoristas, y abarca bienes físicos y digitales.²

PROCESO ELECTRÓNICO: Se refiere al conjunto de actividades que ocurre tanto en los tribunales como fuera de tal ámbito físico. Esto incluye los trámites y procedimientos realizados por abogados, empleados, funcionarios y magistrados judiciales.³

RUT: “constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas por la DIAN, así como aquellos que por disposición legal deban hacerlo o por decisión de la DIAN conforme con las normas legales y reglamentarias vigentes”.⁴

SOFTWARE TNS: Este sistema proporciona herramientas para la administración financiera y contable. Permite a las organizaciones llevar un registro preciso de sus operaciones y gestionar eficientemente sus recursos.⁵

1Cámara de Comercio de Villavicencio, 2020)

2(Editorial ETC 2022)

3Tecnologías de la información y comunicación (Tic),(2017)

4. DIAN, 2021)

5.(Vergel, 2019)

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 6 de 57	

INTRODUCCIÓN

La labor desempeñada en "El Bombazo de la Chancla" es vital por diversas razones fundamentales. En primer lugar, la evaluación de la experiencia del cliente resulta crucial para comprender cómo perciben y se sienten los consumidores respecto a los productos y servicios brindados por la empresa. Esta evaluación posibilita la identificación de áreas de mejora y oportunidades para perfeccionar la experiencia del cliente, lo cual es esencial para preservar su fidelidad y fortalecer la posición competitiva en el mercado.

Teniendo un alcance que incluye la recopilación de datos sobre la experiencia del cliente a través de encuestas, entrevistas o análisis de datos existentes. Se lleva a cabo un análisis exhaustivo de los datos recopilados para identificar tendencias, patrones y áreas de mejora en la experiencia del cliente. Identificando áreas específicas en las que la empresa puede mejorar para optimizar la experiencia del comprador, como calidad del producto el servicio al cliente o la facilidad de navegación en el establecimiento.

El presente informe posibilita identificar el estado actual de la organización, dado que para cualquier empresa es crucial la situación presente en la que se halla, ya que esto le permitirá reconocer sus fortalezas y debilidades para poder contrarrestarlas, de esta forma, el progreso de la empresa "el bombazo de la chancla" no es ajeno a esta coyuntura, en esta práctica se sustenta la importancia de ofrecer una experiencia satisfactoria al usuario al momento de comprar los productos que ofrece la empresa logrando solventar las necesidades del usuario evitando así cualquier contratiempo para su debido funcionamiento

La encuesta diseñada para medir el nivel de satisfacción de los clientes al comprar en la empresa estará basada en un conjunto de preguntas estructuradas que abordarán diferentes aspectos de la experiencia de compra. La encuesta se realizará en forma de un cuestionario que se aplicará a los clientes que hayan realizado una compra en el establecimiento.

El cuestionario estará dividido en secciones que abordarán aspectos clave de la experiencia de compra, como la calidad del producto, la atención al cliente, la facilidad de navegación en el establecimiento, entre otros. Cada sección contendrá preguntas específicas que permitirán recopilar información detallada sobre la percepción y satisfacción de los clientes.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 7 de 57	

CAPÍTULO 1

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA

La empresa el bombazo de la chancla se encuentra ubicada en la CR 14 #5 09 en el Barrio Centro del departamento del Cesar en el Municipio de Aguachica, su principal actividad económica se basa en la venta al por mayor y detal de toda clase de zapatos en plásticos y sucedáneos, sus ventas se realizan de manera presencial o virtual, empleando la nueva tecnología del Ecommerce, empezó como un negocio familiar, pero se ha ido expandiendo hasta la actualidad cuenta con un personal calificado. El dueño, el señor Álvaro Antonio Arévalo oriundo de Abrego Norte de Santander, empírico en su profesión como comerciante, mercader y conductor, encabeza esta microempresa pues es el encargado de viajar a diferentes ciudades ofreciendo los productos directamente con los clientes, llevando consigo las muestras.

Para el año actual El bombazo de la chancla distribuye sus productos en la mayor parte de la costa, siendo las principales; Aguachica, San Pablo, La gloria y Sur de Bolívar.

1.1. ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA LA EMPRESA

Descripción de la actividad económica reportada en el Formulario del Registro Único Empresarial y Social -RUES-: Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados. Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados. Actividad principal Código CIIU (G4772), Actividad secundaria Código CIIU (G4771) y otras actividades código (G4719). Principalmente la venta de todo tipo de calzado plástico, para hombres, mujeres y niños comercializados de manera presencial en el punto físico de la empresa o de manera virtual por medio de compras digitales o Ecommerce.

1.2. MISIÓN

Construir una relación de confianza con nuestros clientes ofreciendo calidad y diversidad en nuestros productos, mediante un adecuado proceso de distribución y servicio al cliente, en busca de la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 8 de 57	

ANALISIS

La misión destaca la importancia de la satisfacción del cliente, lo cual es corroborado por la práctica de evaluar la experiencia del cliente mediante encuestas y análisis detallados. Este enfoque asegura que la empresa esté constantemente alineada con las necesidades y expectativas de sus clientes, buscando siempre mejorar y mantener altos niveles de satisfacción.

En resumen, la misión de El Bombazo de la Chancla es coherente con las operaciones y objetivos de la empresa, reflejando su compromiso con la calidad, la diversidad de productos y la satisfacción del cliente a través de un servicio eficiente y confiable.

1.3. VISIÓN

El Bombazo de la Chancla para 2030 será una comercializadora y distribuidora constituida y consolidada en gran parte del departamento del Cesar y sus alrededores, con miras a nuevos mercados nacionales para posicionarse entre las mejores empresas de comercialización y distribución de calzado, contando con un personal altamente calificado y con una estrategia comercial que permita la expansión, sostenibilidad y exponencialidad de la empresa.

ANALISIS

La visión está construida y es coherente con los objetivos y valores de la empresa. Esta refleja una estrategia de crecimiento pensada y equilibrada, que aprovecha las fortalezas actuales de la empresa y se alinea con su misión de ofrecer calidad y servicio excepcionales. Con una ejecución efectiva y un enfoque continuo en la mejora, "El Bombazo de la Chancla" está en una excelente posición para alcanzar su visión y consolidarse como un líder en la comercialización y distribución de calzado.

1.4. POLÍTICAS

Políticas administrativas y financieras

Llevar un control en el inventario de la empresa de manera periódica.
Hacer una adecuada selección de proveedores.
Cumplir con las obligaciones financieras de sus proveedores en los tiempos pactados
Llevar un control de recaudo de la cartera de créditos.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 9 de 57	

Políticas de calidad

Ofrecer productos de excelente calidad a nuestros clientes.
Talento humano integral y capacitado.
Instalaciones físicas en óptimas condiciones.

Políticas de servicio

Brindar una excelente atención y asesoría al consumidor acerca de los productos que ofrece la empresa
Ser respetuoso con el consumidor, escuchando sus percepciones, ideas e inquietudes con el fin de satisfacer sus necesidades.
Fidelización de nuestros clientes mediante nuestros catálogos de productos.

ANALISIS

Después de un análisis exhaustivo, podemos confirmar que las políticas administrativas, financieras, de calidad y de servicio de "El Bombazo de la Chancla" están completamente alineadas con la misión y los objetivos de la empresa. Estas políticas no solo apoyan la operación eficiente y el crecimiento sostenible, sino que también refuerzan nuestro compromiso con la calidad, la satisfacción del cliente y la excelencia en el servicio. Por lo tanto, podemos concluir que estas políticas son coherentes y adecuadas para alcanzar las metas empresariales.

1.5. VALORES

- **CREDIBILIDAD:** Se realizan todas las funciones con transparencia y rectitud, generando lealtad por parte de los clientes.
- **RESPONSABILIDAD:** Las acciones de la empresa están encaminadas a servir a sus clientes, colocando empeño en brindar productos de alta calidad y de las mejores marcas.
- **COMPROMISO:** Firmeza por cumplir a los clientes con sus requerimientos.
- **SERVICIO:** Es un deber de la empresa brindar un servicio de alta calidad a los clientes internos y externos para garantizar una relación estable a través del tiempo.
- **RESPECTO:** Se atiende y se valora a los clientes y colaboradores logrando la armonía en el día a día.
- **HONESTIDAD:** Se obra con justicia, rectitud e integridad en las actividades que se desarrollan a diario en la organización.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 10 de 57	

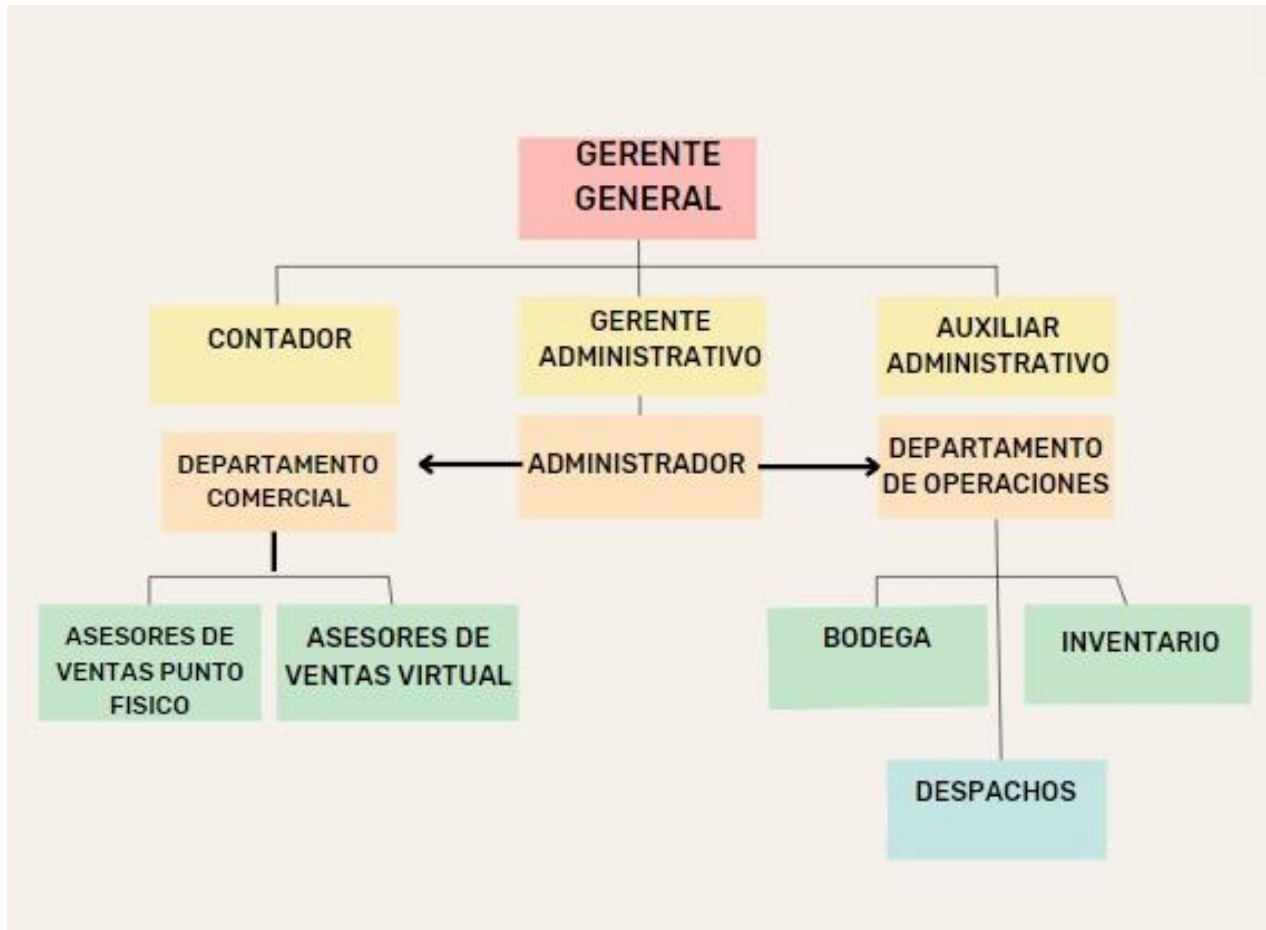
- **TRABAJO EN EQUIPO:** El equipo de trabajo está orientado hacia la colaboración mutua, el compañerismo y el liderazgo participativo para alcanzar los objetivos.

ANALISIS

Los valores de credibilidad, responsabilidad, compromiso, servicio, respeto, honestidad y trabajo en equipo están completamente alineados con los objetivos de "El Bombazo de la Chancla". Estos valores no solo apoyan la misión de la empresa de ofrecer productos de calidad y un excelente servicio al cliente, sino que también promueven un entorno de trabajo positivo y ético. En conjunto, estos valores proporcionan una base sólida para el crecimiento y el éxito continuos de la empresa.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 11 de 57	

1.6. ORGANIGRAMA



Fuente: elaboración propia

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 12 de 57	

1.7. ANALISIS DEL ORGANIGRAMA

Al analizar la estructura organizativa de El Bombazo de la Chancla, se observa que está diseñada de manera adecuada para la actividad económica a la que se dedica. En consonancia con su sistema y distribución de responsabilidades laborales, la organización se compone de la siguiente manera: En la cúspide se sitúa el gerente general (propietario), quien actúa como representante legal y se asegura de cumplir con todos los requisitos legales que puedan afectar las operaciones de la empresa. Colaborando estrechamente con la dirección general, encontramos al gerente administrativo, encargado de supervisar y organizar las labores de todas las áreas de la empresa, implementando la planificación estratégica para alcanzar metas y objetivos.

El contador desempeña su función de manera indirecta, atendiendo a las necesidades específicas de la empresa, como la generación de reportes contables, estados financieros, declaraciones de retención en la fuente, IVA, renta y otros procesos electrónicos ante la DIAN, conforme a las obligaciones tributarias.

El administrador asume la responsabilidad de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades diarias, siendo el superior inmediato de todos los trabajadores. En colaboración con el administrador, el auxiliar administrativo supervisa y colabora en los procesos diarios, especialmente en el área de facturación y ventas. El departamento comercial reúne a los asesores de venta, quienes asisten a los clientes tanto en compras presenciales como virtuales.

En el departamento de operaciones, el jefe de inventario y bodega trabaja en estrecha colaboración con un operario adicional, utilizando un software de control de inventarios (TNS) para registrar todos los movimientos de mercancías. Este operario adicional se encarga de los despachos y embalajes de productos para los envíos de pedidos a clientes mayoristas o a la tienda física. En resumen, el organigrama funcional o estructural está diseñado según las habilidades de cada empleado, con el objetivo de lograr una operación cohesionada y prevenir inconvenientes que puedan afectar el desarrollo comercial de la empresa.

1.8. AREA ESPECIFICA DE LA PRACTICA

La práctica Se realizará en el departamento comercial de la empresa en mercadeo y publicidad para que de esa forma se pueda ayudar a mantener las ventas en la que se encuentran trabajando 4 personas incluyéndome quienes son las que gestionan el control de las ventas dirigido por el administrador (Breiner José Arévalo) quien asume la responsabilidad de planificar y organizar a todos los

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 13 de 57	

empleados y es quien controla las actividades diarias, siendo el superior inmediato de todos los trabajadores.

La realización de prácticas en el departamento comercial de la empresa representa una oportunidad invaluable para adquirir experiencia práctica y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica. Durante este período de prácticas, se espera que los participantes trabajen de cerca con el equipo de mercadeo y publicidad, lo que les permitirá familiarizarse con las estrategias y tácticas utilizadas para promover los productos y servicios de la empresa.

Una de las principales ventajas de realizar prácticas en este entorno es la posibilidad de aprender de profesionales experimentados en el campo. Trabajar mano a mano con el equipo de mercadeo y publicidad brinda la oportunidad de observar de cerca cómo se desarrollan y ejecutan las estrategias de marketing en el mundo real. Esto proporciona una perspectiva única y práctica que complementa la teoría aprendida en el aula.

Además, las prácticas ofrecen la oportunidad de aplicar y poner a prueba los conocimientos teóricos en un entorno empresarial real. Los participantes tendrán la oportunidad de contribuir con ideas creativas, participar en la planificación y ejecución de campañas de marketing, y analizar los resultados obtenidos. Esta experiencia práctica es fundamental para el desarrollo de habilidades

CAPITULO 2

2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

2.1. NOMBRE DEL TRABAJO

Análisis de la Experiencia del Cliente en Compras de 'El Bombazo de la Chancla' Un Enfoque Práctico para la Mejora Continua"

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 14 de 57	

2.2. DIAGNÓSTICO

El área comercial de ventas en "El Bombazo de la Chancla" presenta diversas fortalezas que pueden ser aprovechadas, así como áreas de mejora que deben ser abordadas estratégicamente. Se está comprometido a proporcionar condiciones laborales que promuevan el bienestar, la seguridad y el desarrollo personal y profesional de los empleados. Un equipo motivado y satisfecho es fundamental para alcanzar los objetivos empresariales y mantenernos competitivos en el mercado. Continuaremos evaluando y mejorando nuestras políticas y prácticas laborales para asegurar un ambiente de trabajo positivo y productivo para todos.

En el funcionamiento administrativo se caracteriza por una estructura organizativa eficiente, gestión integral de recursos humanos, administración financiera cuidadosa, operaciones optimizadas, estrategias comerciales sólidas y el uso efectivo de la tecnología y sistemas de información. Esto permite operar de manera efectiva y mantener altos estándares de calidad en todos los servicios y productos. Están comprometidos con la mejora continua y la innovación para mantenerse competitivos y satisfacer las necesidades de clientes y empleados.

El área comercial de ventas desempeña un papel crucial en la comercialización y distribución de calzado en el departamento del Cesar y sus alrededores. A continuación, se detallan las principales actividades que se llevan a cabo en esta área: desarrollo de estrategias de ventas, gestión de clientes, negociación y cierre de ventas, seguimiento post venta, elaboración de reportes y análisis, siendo coordinada por 5 trabajadores que se encuentran específicamente en esta área en donde hay 1 específicamente encargado de la caja quien es el que se encarga de recaudar el dinero de las ventas al por menor que se hacen en el punto físico y entregar sus factura de ventas a los clientes y los 4 restantes en los que me incluyo nos encargamos de las otras labores descritas anteriormente.

En cuanto a tecnología, infraestructura, procesos y equipamiento para asegurar un funcionamiento eficiente y competitivo en el mercado. El estado actual de la empresa cuenta: Sistemas de Información, tecnología de información, plataforma de comercio electrónico, instalaciones propias, capacidad de almacenamiento, procesos operativos, gestión de calidad, equipos y herramientas y tecnología de punto de ventas.

El análisis FODA proporciona una visión integral de la situación actual y futura de la empresa. Este diagnóstico basado en datos y hechos sistemáticamente recogidos nos permite identificar las áreas donde podemos capitalizar nuestras fortalezas y oportunidades, mientras abordamos nuestras debilidades y amenazas. Este enfoque nos ayuda a tomar decisiones estratégicas informadas.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 15 de 57	

TABLA DE DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
equipos tecnológicos básicos en sus instalaciones, como computadoras, impresoras, tables, y conexión a internet, que facilitan las operaciones diarias y la comunicación interna y externa	La falta de inversión en tecnología mas sofisticada y en capacitación digital podría limitar la eficiencia operativa y la capacidad de competir en un entorno cada vez más tecnológicos
La ubicación en la zona del centro de la ciudad y el fácil acceso contribuye a aumentar la visibilidad de la empresa y atraer a un mayor número de potenciales clientes	Dependencia excesiva de proveedores podría enfrentar dificultades si ese proveedor experimenta problemas de suministro
La satisfacción del cliente es primordial. Todos los empleados se esfuerzan por brindar un servicio de atención excepcional	Falta de diversificación de productos si la empresa depende en gran medida solo de un producto podría volverse vulnerable a cambios en las tendencias del mercado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Las alianzas solidas con los socios confiables pueden garantizar un suministro constante de mercancía de calidad y contribuir al crecimiento y la diversificación del catálogo de productos de la empresa	Cambios en las tendencias de los consumidores
La creciente tendencia hacia las compras en línea ofrece una oportunidad para que La empresa expanda su presencia en el mercado digital, alcanzando a clientes potenciales más allá de su ubicación física	Competencia intensa generada por la diversificación de los mercados emergentes de internet
La introducción de nuevos productos y servicios relacionados con el calzado y la moda puede ampliar la oferta y atraer a diferentes segmentos del mercado	Cambios en regulaciones y políticas modificaciones en las normativas comerciales o fiscales podrían afectar negativamente las operaciones de la empresa

Fuente: elaboración propia

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 16 de 57	

2.3. ANALISIS TABLA DOFA

El análisis de la situación actual de la empresa revela tanto fortalezas como debilidades que deben ser consideradas para mantener y mejorar su desempeño en el mercado.

Las fortalezas identificadas, como la presencia de equipos tecnológicos básicos y una ubicación estratégica en el centro de la ciudad, son elementos clave que contribuyen a la eficiencia operativa y la visibilidad de la empresa. Además, el enfoque en la satisfacción del cliente se destaca como una ventaja competitiva que puede fortalecer las relaciones con los clientes y fomentar la lealtad hacia la marca.

Sin embargo, también se han identificado varias debilidades que podrían obstaculizar el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa. La falta de inversión en tecnología más avanzada y la dependencia excesiva de proveedores son áreas de preocupación que podrían limitar la capacidad de la empresa para mantenerse al día con las demandas del mercado y garantizar un suministro constante de productos. Además, la falta de diversificación en el catálogo de productos podría exponer a la empresa a riesgos significativos si surge una disminución en la demanda de su producto principal.

A nivel de oportunidades, se destaca el potencial de establecer alianzas sólidas con proveedores confiables para garantizar un suministro constante de mercancía de calidad y diversificar el catálogo de productos de la empresa. Estas alianzas pueden proporcionar una base sólida para el crecimiento y la expansión a futuro.

Reconociendo de esta forma sus fortalezas y debilidades para poder contrarrestarlas, de esta forma, el progreso de la empresa “el bombazo de la chancla” no es ajeno a esta coyuntura, por lo que se llevara a cabo una matriz DAFO, donde se identificaran los principales puntos débiles con los que se encuentra la empresa. así mismo, es importante mencionar que en esta práctica se sustenta la importancia de ofrecer una experiencia satisfactoria al usuario al momento de comprar los productos que ofrece la empresa logrando solventar las necesidades del usuario evitando así cualquier contratiempo para su debido funcionamiento.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 17 de 57	

2.4. JUSTIFICACION

La realización de esta práctica universitaria en "El Bombazo de la Chancla" se realiza por varias razones claves. En primer lugar, la empresa ofrece un entorno de trabajo dinámico y relevante para los estudiantes, brindando la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el aula a situaciones del mundo real dentro del sector minorista y de comercialización de productos. Además, la naturaleza diversa de las operaciones de la empresa, que abarcan desde la gestión de inventario hasta la atención al cliente, proporciona una amplia gama de experiencias prácticas que pueden enriquecer la formación académica de los estudiantes. Además, colaborar con una empresa local como "El Bombazo de la Chancla" ofrece la oportunidad de establecer conexiones significativas con la comunidad empresarial local, lo que puede ser beneficioso tanto para los estudiantes como para la empresa en términos de aprendizaje mutuo y crecimiento profesional.

El aspecto teórico de la práctica empresarial en "El Bombazo de la Chancla" se fundamenta en la aplicación de conceptos y principios aprendidos en el ámbito académico a un contexto empresarial específico. Durante esta experiencia, los estudiantes tendrán la oportunidad de poner en práctica conocimientos relacionados con la gestión empresarial, el marketing, la atención al cliente y la logística. Además, se espera que los participantes adquieran una comprensión más profunda de los procesos internos de una empresa y de cómo estos se relacionan con el éxito organizacional. Que surge en este contexto es si los resultados obtenidos durante la práctica en "El Bombazo de la Chancla" pueden generalizarse a principios más amplios. Esto implica reflexionar sobre la transferencia de los conocimientos adquiridos y las experiencias

El aspecto práctico de la práctica empresarial en "El Bombazo de la Chancla" implica la aplicación directa de conocimientos y habilidades para abordar problemas reales que enfrenta la empresa. Durante esta experiencia, los estudiantes trabajarán en estrecha colaboración con el equipo de la empresa para identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas para resolver problemas operativos y comerciales. Al participar en esta práctica, los estudiantes no solo adquieren experiencia práctica relevante, sino que también tienen la oportunidad de hacer una contribución tangible al éxito y desarrollo de la empresa. Su trabajo directo en la resolución de problemas reales proporcionará beneficios mutuos

En el aspecto metodológico, la investigación realizada ha sido fundamental para desarrollar un nuevo instrumento destinado a la recolección y análisis de datos. Este instrumento ha sido diseñado específicamente para abordar las necesidades y

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 18 de 57	

objetivos de la investigación, permitiendo una recopilación de datos más precisa y detallada.

La creación de este nuevo instrumento se basa en un riguroso proceso de diseño y validación, que ha involucrado la revisión exhaustiva de la literatura existente, la consulta con expertos en el campo y la realización de pruebas piloto. El resultado es un instrumento sólido y confiable, adaptado a las particularidades del estudio y capaz de proporcionar datos relevantes y significativos para el análisis.

Este nuevo instrumento representa una contribución significativa al campo de estudio, ya que ofrece una herramienta efectiva para la recolección y análisis de datos en futuras investigaciones. Su diseño cuidadoso y su validación rigurosa garantizan su fiabilidad y validez, lo que permitirá a los investigadores obtener resultados precisos y confiables para avanzar en el conocimiento en el área.

En el aspecto social, los resultados de esta investigación tendrán un impacto significativo en múltiples niveles. En primer lugar, la empresa "El Bombazo de la Chancla" se beneficiará directamente al obtener información valiosa sobre la experiencia del cliente y áreas de mejora dentro de su operación. Esto permitirá a la empresa ajustar sus estrategias y procesos para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de sus clientes, lo que a su vez podría conducir a una mayor satisfacción del cliente y lealtad a la marca. Además, los empleados de la empresa también se verán beneficiados al tener la oportunidad de participar en el proceso de mejora continua y contribuir al éxito general de la organización. Esto puede llevar a un aumento en la moral y la motivación en el lugar de trabajo, así como a un ambiente laboral más positivo y colaborativo.

A nivel comunitario, los resultados de la investigación pueden tener un impacto positivo al mejorar la experiencia de compra de los clientes locales y promover un ambiente comercial más próspero en la zona. Un mejor servicio al cliente y una mayor satisfacción pueden atraer a más clientes a la empresa, lo que podría tener efectos positivos en la economía local y en el bienestar general de la comunidad.

En resumen, los resultados de esta investigación beneficiarán a múltiples partes interesadas, incluida la empresa, sus empleados, los clientes y la comunidad en general, al mejorar la experiencia del cliente y promover el éxito a largo plazo de la empresa "El Bombazo de la Chancla".

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 19 de 57	

2.5. OBJETIVOS

2.5.1. Objetivo general

Evaluar la experiencia del cliente al comprar los productos del bombazo de la chancla en Aguachica cesar

2.5.2. Objetivos específicos

- analizar el nivel de satisfacción de los clientes al realizar compras en el establecimiento el bombazo de la chancla en Aguachica cesar
- identificar áreas de mejora en la experiencia del comprador y desarrollar estrategias efectivas para optimizarlas en el bombazo de la chancla
- Organizar estrategias efectivas para mejorar Mediante la recopilación de datos obtenidos sobre la satisfacción del cliente en el bombazo de la chancla.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 20 de 57	

2.6. PLAN DE ACTIVIDADES

Meses	Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Semanas	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Inicio de prácticas																
aspectos básicos de la empresa																
Asignación del asesor																
Tareas asignadas por el asesor																
Entrega del primer informe																
Designación área de trabajo																
Área específica de la practica																
Realización del segundo capitulo																
Entrega del segundo informe																
Desarrollo de objetivos específicos																
Análisis de tex de preguntas para el informe de nivel de satisfacción																
Desarrollo de graficas de análisis sobre el tex de preguntas																
Análisis de los informes realizados																
Entrega de informe final																

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 21 de 57	

CAPITULO 3

3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA

Para evaluar la experiencia del cliente al comprar los productos del Bombazo de la Chancla, se llevó a cabo un test de preguntas detalladas en el que los clientes respondieron de manera precisa. Este proceso incluyó los siguientes pasos:

1. **Diseño del Test de Preguntas:** Se desarrollaron preguntas enfocadas en medir la satisfacción del cliente en aspectos clave como calidad del producto, atención recibida, tiempo de respuesta y facilidad de compra.
2. **Aplicación del Test:** El test fue administrado a los clientes que visitaban la tienda, asegurando una muestra representativa de diferentes perfiles de compradores. Se recogieron datos de manera sistemática para asegurar la fiabilidad de los resultados.
3. **Recopilación de Datos:** Los resultados del test se recopilaron y se almacenaron en una base de datos para su posterior análisis. Se aseguraron de mantener la confidencialidad de la información personal de los clientes
4. **Análisis de Datos:** Utilizando herramientas estadísticas, se analizaron los datos recogidos para identificar tendencias, fortalezas y áreas de mejora en la experiencia del cliente. Este análisis incluyó la comparación de diferentes variables para entender mejor las necesidades y expectativas de los clientes.
5. **Interpretación de Resultados:** Los resultados del análisis se interpretaron para identificar los aspectos más valorados por los clientes y aquellos que necesitan mejoras. Se identificaron patrones y se elaboraron informes detallados que reflejan el estado actual de la satisfacción del cliente.
6. **Propuesta de Medidas:** Con base en los resultados obtenidos, se desarrollaron estrategias específicas para mejorar la experiencia del cliente. Estas medidas incluyen mejoras en el servicio al cliente, ajustes en la oferta de productos y optimización de los procesos de compra.
- 7.

En resumen, la realización del test de preguntas y el análisis de los datos permitieron obtener información valiosa para la empresa. Este proceso no solo ayudó a entender mejor las expectativas y necesidades de los clientes, sino que también proporcionó una base sólida para tomar decisiones informadas que beneficiarán el crecimiento y la satisfacción del cliente en el Bombazo de la Chancla

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 22 de 57	

Dentro de los parámetros realizados se tomaron los siguientes pasos los cuales fueron muy importante para poder llevar acabo todo lo planificado dentro del trabajo. Este es el análisis detallado realizado para realizar las preguntas apropiadas y que los clientes pudieran responder sin sentirse incomodos preguntas muy concretas llevadas al contexto que se necesitaban.

Test de preguntas para medir el nivel de satisfacción que tienen los compradores que van al bombazo de la chancla

Primero tenemos que saber que cuando la realidad supera la expectativa del cliente creamos: un cliente satisfecho

Cuando la realidad es inferior o igual a la expectativa creamos: un cliente insatisfecho

Hay que tener en cuenta que aspectos medir

Servicio que ha prestado
Calidad de producto
Servicio postventa
Nivel general de satisfacción

El cuestionario debe ser corto claro y fácil de contestar anónimo

Debemos elegir

Elegir si hacerlo a una muestra representativa de los clientes si estos son muchos
Si hacerlo a todos los clientes porque así nos interesa

Debemos valorar si el cuestionario debe ser

Telefónico, en papel, en dispositivos electrónicos, on line, o por email

Análisis de los resultados

Analizaremos el porqué de esos resultados identificando poder ser al cliente o el servicio o el producto que se le ofreció
Identificaremos al cliente exigente y comunicativo y a él le haremos la encuesta ya que su opinión nos puede dar una información muy valiosa
el servicio o el producto que se le ofreció

preguntas a realizar a los clientes

1. ¿Qué tan satisfecho estás con tu experiencia de compra en "El Bombazo de la Chancla" en términos de calidad del producto y servicio recibido?

Muy satisfecho

satisfecho

No satisfecho

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 23 de 57	

2. ¿Cómo calificarías la atención que recibiste por parte del personal de "El Bombazo de la Chancla" en cuanto a su conocimiento sobre los productos y su disposición para ayudarte?

Muy satisfecho
satisfecho
insatisfecho

3.1. Desarrollo objetivo específico 1

- analizar el nivel de satisfacción de los compradores al realizar compras en el establecimiento

analizar el nivel de satisfacción de los clientes de El Bombazo de la Chancla. Para alcanzar este objetivo, se diseñó y aplicó una encuesta detallada que se realizó a los clientes que visitaban la tienda. La encuesta fue fundamental para recopilar datos precisos y obtener una comprensión profunda de la experiencia del cliente al interactuar con los productos y servicios de la empresa

1. **Diseño de la Encuesta:** Se elaboró un cuestionario que abarcaba varios aspectos clave de la experiencia del cliente, incluyendo la calidad del producto, la atención recibida, el tiempo de espera y la facilidad del proceso de compra. Las preguntas fueron formuladas de manera clara y concisa para facilitar la respuesta por parte de los clientes y garantizar la obtención de información relevante.
2. **Implementación de la Encuesta:** La encuesta se administró de manera presencial a los clientes en el momento de su compra. Esta metodología permitió captar las impresiones y opiniones de los clientes en tiempo real, asegurando una mayor precisión en las respuestas. Se incluyeron tanto preguntas de elección múltiple como preguntas abiertas para obtener una visión más completa de la satisfacción del cliente.
3. **Recopilación y Análisis de Datos:** Los datos recopilados a través de las encuestas fueron sistemáticamente organizados y analizados. Utilizando herramientas como Excel que se usó para medir los datos y estadísticas, se identificaron patrones y tendencias que revelaron el nivel de satisfacción general de los clientes. Este análisis permitió identificar tanto los aspectos que los clientes valoran positivamente como las áreas que requieren mejoras.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 24 de 57	

¿Qué tan satisfecho estás con tu experiencia de compra en “El Bombazo de la Chancla” en términos de calidad del producto?

Muy satisfecho

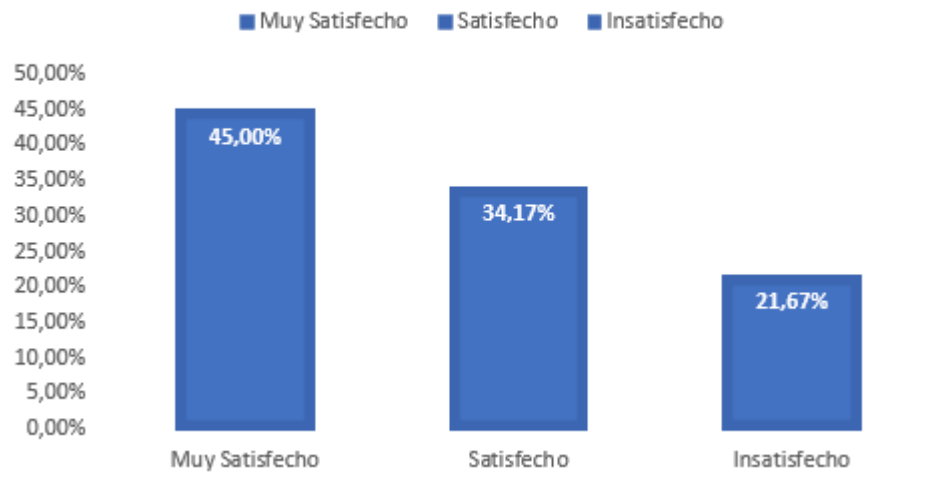
satisfecho

No satisfecho

En las siguientes Graficas se muestra en porcentajes de los datos realizados a 126 personas en las que participaron hombres y mujeres, clientes del bombazo de la chancla arrojando los siguientes datos

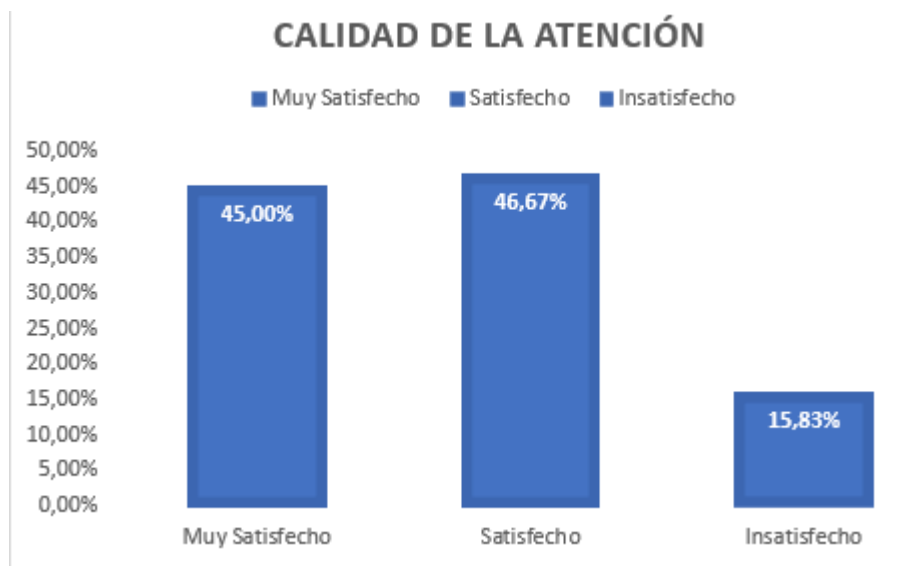
El gráfico de muestra la distribución de la satisfacción de los clientes en relación con la calidad de la atención en la empresa El Bombazo de la Chancla. Según los datos presentados, el 45% de los clientes se sienten "Muy Satisfechos" con la atención recibida, lo cual indica un alto nivel de satisfacción. Un 34% de los clientes se consideran "Satisfechos", lo que representa la mayoría relativa y sugiere que la atención es adecuada, pero podría haber áreas de mejora. Finalmente, el 21% de los clientes se sienten "Insatisfechos", señalando que hay un segmento significativo que percibe deficiencias en el servicio. Estos resultados son cruciales para la empresa, ya que resaltan tanto los aspectos positivos como los puntos que necesitan atención para mejorar la experiencia del cliente.

CALIDAD DEL PRODUCTO



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 25 de 57	

¿Cómo calificarías la atención que recibiste por parte del personal de "El Bombazo de la Chancla" en cuanto a su conocimiento sobre los productos y su disposición para ayudarte?



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 26 de 57	

El gráfico ilustra la distribución de la calidad de la experiencia sobre atención y conocimiento d los productos del cliente en la empresa El Bombazo de la Chancla. De acuerdo con los datos presentados, el 45% de los clientes se sienten "Muy Satisfechos" con su experiencia general, lo que indica un alto nivel de satisfacción y sugiere que la mayoría de los clientes están contentos con los servicios y productos ofrecidos. Un 46% de los clientes se consideran "Satisfechos", lo que representa un segmento considerable que tiene una percepción positiva, aunque con margen para mejorar. Por otro lado, el 15% de los clientes se sienten "Insatisfechos", destacando un área crítica que requiere atención para mejorar la experiencia del cliente. Estos resultados son esenciales para identificar fortalezas y debilidades en el servicio, permitiendo a la empresa implementar estrategias efectivas para aumentar la satisfacción y fidelización del cliente.

4. Resultados y Conclusiones: El análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta proporcionó una visión clara del nivel de satisfacción de los clientes. Los resultados mostraron qué aspectos de la experiencia de compra eran más valorados y cuáles necesitaban ajustes. Esta información es crucial para la empresa, ya que permite tomar decisiones informadas para mejorar la calidad del servicio y aumentar la satisfacción del cliente.

5. Beneficios del Análisis: El análisis del nivel de satisfacción no solo ayuda a entender mejor las expectativas y necesidades de los clientes, sino que también proporciona una base sólida para implementar estrategias de mejora continua. Con esta información, El Bombazo de la Chancla puede optimizar sus procesos, mejorar la atención al cliente y ajustar su oferta de productos para satisfacer mejor a sus clientes.

En resumen, al analizar el nivel de satisfacción a través de esta encuesta, la empresa obtiene una herramienta valiosa para medir y mejorar continuamente la experiencia del cliente. Esto no solo incrementa la lealtad del cliente, sino que también fortalece la posición competitiva de El Bombazo de la Chancla en el mercado.

3.2. Desarrollo objetivo específico 2

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 27 de 57	

Para identificar áreas de mejora en la experiencia del comprador y desarrollar estrategias efectivas para optimizarlas en "El Bombazo de la Chancla", se realizó una encuesta a los clientes sobre la calidad de la atención recibida. Los resultados del gráfico circular son los siguientes:

Muy Satisfecho: 45%

Satisfecho: 34%

Insatisfecho: 21%

Análisis:

Áreas de Mejora:

21% de Insatisfechos: Aunque la mayoría de los clientes están satisfechos o muy satisfechos, el 21% de los clientes no lo está. Esto indica que hay un área significativa que necesita atención para mejorar la experiencia del cliente.

42% de Muy Satisfechos y 43% de Satisfechos: Aunque estos porcentajes son positivos, siempre hay espacio para mejorar y convertir a los clientes satisfechos en muy satisfechos.

Estrategias de Mejora:

Capacitación del Personal: Incrementar la capacitación en atención al cliente para asegurar que cada interacción sea excepcional.

Feedback Continuo: Implementar un sistema de retroalimentación regular para identificar problemas específicos que los clientes insatisfechos puedan estar enfrentando.

Mejora de Procesos: Revisar y optimizar los procesos internos de atención al cliente para reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia.

Incentivos al Personal: Crear programas de incentivos para motivar al personal a alcanzar y mantener altos estándares de atención al cliente.

Implementación:

Encuestas y Feedback: Continuar realizando encuestas periódicas para monitorear la satisfacción del cliente y ajustar las estrategias según sea necesario.

Capacitación Regular: Organizar talleres y sesiones de capacitación continua para el personal.

Análisis de Datos: Utilizar los datos recolectados para identificar tendencias y áreas problemáticas específicas, permitiendo una respuesta más rápida y efectiva.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 28 de 57	

En conclusión, al abordar las áreas de mejora identificadas y desarrollar estrategias efectivas basadas en los datos recolectados, "El Bombazo de la Chancla" puede mejorar significativamente la experiencia del cliente y, por ende, aumentar la satisfacción y lealtad de sus compradores.

Para identificar áreas de mejora en la calidad del producto y desarrollar estrategias efectivas para optimizarlas en "El Bombazo de la Chancla", se realizó una encuesta a los clientes sobre su percepción de la calidad del producto. Los resultados del gráfico circular son los siguientes:

Muy Satisfecho: 42%
Satisfecho: 43%
Insatisfecho: 15%
Análisis:

Áreas de Mejora:

15% de Insatisfechos: Aunque una mayoría significativa de clientes está muy satisfecha o satisfecha, un 15% de clientes no está satisfecho con la calidad del producto. Este grupo representa un área clave para mejorar.

43% de Satisfechos y 42% de Muy Satisfechos: Estos porcentajes indican una percepción positiva de la calidad del producto, pero hay margen para mejorar y convertir a los clientes satisfechos en muy satisfechos.

Estrategias de Mejora:

3.3. Desarrollo objetivo específico 3

Control de Calidad Estricto: Implementar procesos de control de calidad más rigurosos para asegurar que todos los productos cumplan con altos estándares antes de llegar al cliente.

Retroalimentación de Clientes: Establecer un sistema para recolectar y analizar la retroalimentación de los clientes sobre la calidad del producto, permitiendo identificar y resolver problemas específicos.

Innovación de Productos: Evaluar y actualizar el catálogo de productos regularmente para incluir nuevos productos que cumplan con las expectativas cambiantes de los clientes.

Capacitación del Personal: Asegurar que el personal esté bien capacitado para manejar productos con cuidado y comunicar correctamente las características y beneficios de los productos a los clientes.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 29 de 57	

Implementación:

Encuestas y Feedback: Continuar realizando encuestas periódicas para monitorear la percepción de la calidad del producto y ajustar las estrategias según sea necesario.

Mejora Continua: Implementar un ciclo de mejora continúa basado en la retroalimentación de los clientes y los resultados de las encuestas.

Análisis de Datos: Utilizar los datos recolectados para identificar tendencias y áreas problemáticas específicas, permitiendo una respuesta más rápida y efectiva

En conclusión, al abordar las áreas de mejora identificadas y desarrollar estrategias efectivas basadas en los datos recolectados, "El Bombazo de la Chancla" puede mejorar significativamente la percepción de la calidad del producto. Esto no solo aumentará la satisfacción del cliente, sino que también fortalecerá la lealtad y mejorará el rendimiento general de la empresa.

3.4. CONCLUSIONES

En resumen, el trabajo realizado en "El Bombazo de la Chancla" ha permitido identificar y evaluar de manera efectiva la experiencia del cliente y su nivel de satisfacción con los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Los resultados de las encuestas indican que una mayoría significativa de los clientes están satisfechos, lo que refleja un desempeño positivo en la atención y calidad del producto. Sin embargo, la existencia de un porcentaje de clientes insatisfechos señala áreas clave para la mejora continua. La implementación de estrategias basadas en los datos recopilados, tales como la mejora del control de calidad y la actualización del catálogo de productos, será esencial para elevar el nivel de satisfacción del cliente y asegurar un crecimiento sostenible. De este modo, "El Bombazo de la Chancla" podrá fortalecer su posición en el mercado y consolidar relaciones de confianza duraderas con sus clientes.

3.5. RECOMENDACIONES

3.5.1. Recomendación objetivo específico 1

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 30 de 57	

Para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes que realizan compras en "El Bombazo de la Chancla" en Aguachica, Cesar, se recomienda implementar un sistema de retroalimentación continua donde los clientes puedan expresar sus opiniones y sugerencias de manera sencilla y rápida. Esto puede incluir encuestas poscompra, buzones de sugerencias y un canal de atención al cliente en redes sociales. Además, es vital analizar periódicamente los datos recopilados para identificar tendencias y áreas de mejora. Invertir en capacitación continua para el personal de atención al cliente y mejorar la variedad y calidad.

3.5.2. Recomendaciones objetivo específico 2

Para identificar áreas de mejora en la experiencia del comprador y desarrollar estrategias efectivas en "El Bombazo de la Chancla," se recomienda realizar un análisis detallado de los puntos de contacto del cliente con la empresa, desde la navegación en la tienda hasta el servicio post-venta. Implementar herramientas como mapas de experiencia del cliente y encuestas de satisfacción en cada etapa del proceso de compra puede proporcionar información valiosa sobre las áreas que requieren atención. Con base en estos datos, se deben desarrollar e implementar estrategias específicas, como la capacitación del personal en atención al cliente, la optimización del sitio web para facilitar la navegación y el proceso de compra, y la mejora del servicio de atención al cliente para resolver rápidamente cualquier inconveniente. Estas acciones ayudarán a crear una experiencia de compra más fluida y satisfactoria, fomentando la lealtad y la repetición de compras por parte de los clientes.

3.5.3. Recomendaciones objetivo específico 3

Para organizar estrategias efectivas que mejoren la satisfacción del cliente en "El Bombazo de la Chancla," es fundamental utilizar los datos obtenidos de las encuestas de satisfacción y otros puntos de recopilación de feedback. Se recomienda establecer un sistema continuo de monitoreo y análisis de estos datos para identificar tendencias y áreas que necesitan mejoras. Basado en esta información, desarrollar un plan de acción que incluya la capacitación del personal en habilidades de servicio al cliente, la implementación de un programa de lealtad para recompensar a los clientes frecuentes, y la optimización del proceso de atención y resolución de quejas. Además, establecer canales de comunicación claros y accesibles para que los clientes puedan expresar sus opiniones y sugerencias de manera sencilla. Al integrar estas estrategias y mantener una

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11
			VERSION: 1
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 31 de 57	

revisión periódica de los resultados, se logrará una mejora continua en la satisfacción del cliente y se fortalecerá la relación de confianza con los consumidores.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 32 de 57	

ANEXOS

Anexo 1: Fotografía con un cliente realizando la encuesta



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1 PÁG.: 33 de 57	

La imagen muestra la escena dentro del establecimiento "El Bombazo de la Chancla", donde se llevó a cabo la encuesta de satisfacción del cliente. En la foto, el encuestador está interactuando con una cliente, tomando nota de sus respuestas mientras ella realiza sus compras. Esta actividad forma parte del practicante que recopiló datos directamente de los clientes, con el objetivo de evaluar su experiencia de compra y obtener información valiosa que ayudará a identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas para optimizar la satisfacción del cliente.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11 VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 34 de 57	

Anexo 2: Foto con el administrador de la empresa



En esta foto se está compartiendo con un compañero de área de trabajo el test de preguntas realizados a los clientes.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	VERSION: 1	
		PÁG.: 35 de 57	

Anexo 3: Vista parcial del frente de la empresa



almacén 'El Bombazo de la Chancla' en Aguachica, Cesar,

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSION: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 36 de 57	

Bibliografía

Herrera Rodríguez, O. (2021). IMPACTO DEL E-COMMERCE, EN LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PYMES EN COLOMBIA. Colombia.