



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA DE LOS PRODUCTOS DE LA
EMPRESA PALMAPLAST Y PROPONER MECANISMOS DE
COMUNICACIÓN AL CLIENTE.

FAJARDO BRITO MERCEDES PRISCILA
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA DE LOS PRODUCTOS
DE LA EMPRESA PALMAPLAST Y PROPONER MECANISMOS DE
COMUNICACIÓN AL CLIENTE.

FAJARDO BRITO MERCEDES PRISCILA
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA PALMAPLAST Y PROPONER MECANISMOS DE COMUNICACIÓN AL CLIENTE.

FAJARDO BRITO MERCEDES PRISCILA
INGENIERA EN MARKETING

MUÑOZ SUAREZ MANUEL ANTONIO

MACHALA, 10 DE MARZO DE 2020

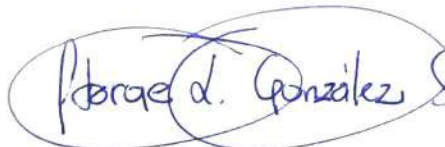
MACHALA
10 de marzo de 2020

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA PALMAPLAST Y PROPONER MECANISMOS DE COMUNICACIÓN AL CLIENTE, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



MUÑOZ SUAREZ MANUEL ANTONIO
0703176610
TUTOR - ESPECIALISTA 1



GONZALEZ SANCHEZ JORGE LUIS
0703333898
ESPECIALISTA 2



NOVILLO MALDONADO ERNESTO FELIPE
0703170498
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 10 de marzo de 2020 - 11:50

Caso PALMAPLAST

por Priscila Fajardo

Fecha de entrega: 17-feb-2020 10:16a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1258918528

Nombre del archivo: Caso_PALMAPLAST-M.Fajardo.docx (485.72K)

Total de palabras: 5314

Total de caracteres: 28616

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, FAJARDO BRITO MERCEDES PRISCILA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA PALMAPLAST Y PROPONER MECANISMOS DE COMUNICACIÓN AL CLIENTE., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

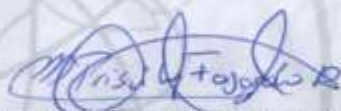
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 10 de marzo de 2020



FAJARDO BRITO MERCEDES PRISCILA
0750155574



RESUMEN

Este caso plantea como objetivo de implementar en sus procesos los medios de comunicación más idóneos para compartir información e interactuar con sus clientes, de la empresa Palmaplast, de la ciudad de Machala dedicada a la elaboración y comercialización de daipas, fundas plásticas naturales – banano, etiquetas y clises flexo digital de calidad. El objetivo del caso es indagar la parte interna en el departamento de producción y operario para analizar la calidad de sus productos y cada uno de los procesos a seguir para obtener el producto final, además en la parte externa se desea conocer la comunicación que mantiene los clientes de la empresa Palmaplast, en la ciudad de Machala. La temática indica en analizar la calidad intrínseca de los productos a base de polietileno y proponer mecanismos de comunicación al cliente. Para obtener información se realizó la técnica cualitativa, por medio del instrumento entrevista donde se elaboró un cuestionario, y se aplicó a expertos como al jefe de producción y operación, además se obtuvo información por parte de sus clientes. Los resultados obtenidos se determinó los siguientes aspectos se conoció su producto estrella, para analizar la calidad intrínseca de un producto específico, cumplen con todos los procesos para brindar productos de total calidad, existen inconformidades por parte de sus clientes en la comunicación. La empresa no utiliza medios, unos de los mecanismos de comunicación según la norma iso es la implementación de plataformas digitales que haga uso Palmaplast que garantice la eficacia de los procesos portal web y correos electrónicos, la relación entre el cliente y la empresa es considerado uno de los medios más positivos que garantizan el éxito organizacional.

PALABRAS CLAVES: Polietileno, Calidad intrínseca, Comunicación, Cliente, Medios sociales.

ABSTRACT:

This case aims to implement in its processes the most suitable means of communication to share information and interact with its customers, from the company Palmplast C. Ltda., from the city of Machala involved in the development and development of data, plastic covers natural - banana, labels and digital flexo quality clises. The theme indicates in analyzing the intrinsic quality of polyethylene-based products and proposing mechanisms for customer communication. Every company has a Quality Management System according to Iso 9001: 2015 additionally one of the requirements of the standard makes mention and requires providing adequate communication to its customers that allows them to have a competitive advantage. In order to obtain information, the qualitative technique was carried out, through the interview instrument where a questionnaire was prepared, and applied to experts such as the head of production and operation, in addition to obtaining information from their clients. The results obtained determined the following aspects its star product was known, to analyze the intrinsic quality of a specific product, which currently does not handle the ISO standard, but always try to be better have a wide range of customers and meet all the processes to provide products of total quality, there are disagreements on the part of their customers in the communication. The company does not use media, one of the communication mechanisms according to the iso standard is the implementation of digital platforms that Palmplast uses that guarantees the effectiveness of the web portal and email processes, the relationship between the clients and the company is considered one of the most positive means that guarantee organizational success, fairs and exhibitions are also held to publicize the properties of each product, have a customer-to-business contact.

KEY WORDS: Intrinsic quality, Customer communication, Customer profile, External communication, Social media.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN:	5
1.1	COORPORACIÓN PALMAR	7
1.2	PALMAPLAST CIA. LTDA.	7
2.	DESARROLLO	8
2.1	Polietileno	8
2.2	Calidad	8
2.3	Calidad intrínseca	8
2.4	Comunicación	9
2.5	Comunicación Externa	9
2.6	Clientes	9
2.7	Marketing Digital	10
2.8	Medios Sociales	10
3.	METODOLOGÍA	11
3.1	RESULTADOS	13
4.	ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA FUNDA DE POLIPACK	15
5.	PROPUESTA	16
5.1	Ferias y Exposiciones	17
5.2	Página Web:	17
5.3	Email Marketing	19
6.	CONCLUSIÓN	21
7.	RECOMENDACIÓN	21
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Tablas

Tabla 1 Modelo de Entrevista al Jefe de Producción	11
Tabla 2 Modelo de Entrevista al Cliente.	12

1. INTRODUCCIÓN:

La competencia en los mercados significa uno de los enfoques importantes que consideran las empresas, para obtener permanencia. Por lo habitual ocurre en las organizaciones industriales, a su vez son grandes empresas por el reconocimiento a nivel mundial debido a la trayectoria en el mercado. La empresa ha mantenido los estándares de calidad mediante, los procesos y actividades permitiendo describir en qué nivel se ubican ante su competencia.

PALMAPLAST CIA. LTDA es una empresa que se encarga de fabricar fundas plásticas, que ha logrado en el transcurso de los años tener un crecimiento en el mercado nacional, por caracterizarse en brindar productos de buena calidad a sus clientes. La empresa tiene dificultades externas, como es la comunicación ante sus clientes potenciales o nuevos, es necesario conocer todos los procesos que se llevan durante la fabricación de los productos, y analizar la calidad y propiedades de cada uno de sus productos, que se desea transmitir, para obtener una ventaja competitiva, hoy en día es importante estar al contacto y brindar información acerca de los productos mediante las plataformas digitales idóneas, que el cliente sienta confianza y seguridad.

El objetivo del caso es indagar la parte interna en el departamento de producción y operario para analizar la calidad de sus productos y cada uno de los procesos a seguir para obtener el producto final, además en la parte externa se desea conocer la comunicación que mantiene los clientes de la empresa Palmaplast, en la ciudad de Machala, por la técnica de entrevista se realizara el respectivo análisis para proponer mecanismos de comunicación correctos. Actualmente las empresas buscan hoy en día, posicionarse y competir en el mercado.

Por esta razón se implementará el medio de comunicación pertinente para informar e interactuar con sus clientes, tomando como referencia el sistema de gestión de calidad de la norma ISO 9001:2015 en su contenido (Delgado, Cabrea, & Perez, 2019). Comunicación manifiesta, que la empresa debe establecer comunicación externa e interna pertinentes en base al SGC.

Para mantener una comunicación con sus clientes debe contener:

- Facilitar información referente al producto o servicio.
- Se debe tratar los contratos, pedidos o consultas, además los cambios de un producto específico.
- Controlar o manipular la pertenencia del cliente
- Construir los requisitos concretos para las acciones de contingencia, cuando sea necesario.

Para el desarrollo del caso se aplica en método, cualitativo con la técnica de entrevista en la empresa PALMAPLAST de la ciudad de Machala aplicado a expertos, como al jefe de producción y operario, para conocer los procesos de calidad además a los clientes que adquieren sus productos se obtendrá información acerca de la relación que hay entre cliente y empresa, tiene como finalidad fidelizar a los clientes e interactuar mediante las propuestas planteadas en el caso.

1.1 COORPORACIÓN PALMAR

En 1995 en el Cantón el Guabo una de los sectores productores de banano del Ecuador, surge el Agrocomercio Palmar, la iniciativa del nombre es por el hombre soñador y visionario considerado un experto en la producción del banano por el Econ. Euclides Palacios, por su capacidad y temple empresarial al pasar de los años se dio la Cooperacion Palmar.

Palmaplast una de las bananeras sólidas y grandes del Ecuador, a pesar del poco tiempo han ganado reconocimientos de clientes importantes como nacionales e internacionales debido a la filosofía organizacional que los caracteriza.

1.2 PALMAPLAST CIA. LTDA.

La empresa PALMAPLAST CIA. LTDA está ubicada en la Avenida. 25 de junio Km 1.5, que pertenece a la corporación Palmar; que surge en 1998, con el proceso de fabricar fundas con una tecnología de punta, y brinda los respectivos controles de calidad con un estándar internacional , además brinda a sus clientes confianza con unos productos en excelente estado. Con un crecimiento en el mercado nacional e internacional.

Cuenta con una variedad de productos con diferentes perforaciones, espesores y tamaños:

- Fundas Naturales polietileno de baja y alta densidad
- Fundas Naturales a base de pigmento de baja y alta densidad
- Pañuelos de baja densidad.
- Fundas Tratadas con pigmento.
- Fundas Polipack de baja y alta densidad.
- Fundas Politubo de baja y alta densidad
- Fundas y daipas para el banano.

2. DESARROLLO

2.1 Polietileno

El polietileno es un polímero que es utilizado de manera continua para la fabricación de los envases, fundas, cubrir cables, recipientes además en las tuberías, etc. Es uno de los plásticos más habituales y usados por las diferentes personas del mundo, a que se diferencia por su precio muy económico. El polímero son las macromoléculas que se conforman por una alianza de las moléculas más pequeñas nombradas como monómeros. El polímero puede llegar a ser natural, como en el caso de su ADN, almidón, seda, nailon, etc. Durante su proceso de fabricación es permitido añadir al polietileno sus diversas sustancias químicas, para poder llegar a un excelente producto con calidad. Mientras uno de los más frecuentes es de añadir un tipo de coloración, a diferencia a la que normalmente tiene, que es translucido. El polietileno cuenta con códigos que les permite identificarse y nos muestra el polietileno de alta densidad con el número 2 y el polietileno de baja densidad con el número 4 (Vogt, Cielo, Streb, Casarin, Santos, & Cantarelli, 2015).

2.2 Calidad

La calidad es una meta que toda empresa se plantea para poder satisfacer las expectativas del cliente al adquirir un bien o servicio otorgando un valor agregado. Indican características y propiedades que satisfacen gustos, necesidades y preferencias, que permite cumplir las expectativas de los clientes (Bolaños & Edmundo, 2015).

Según algunos clientes prefieren ciertas características o propiedades, pero en ciertos casos hay ciertas características o propiedades que deben satisfacerse para que el producto o servicio sea considerado de total calidad.

(Benzaquen, 2018).

2.3 Calidad intrínseca

Es la calidad que conserva un producto o servicio como el tipo de material utilizado, su dimensión, peso, funcionalidad. Es susceptible a la valoración y medición, siendo manejada para poder certificar sus productos de forma individual, representados en los nombrados sellos de calidad. Está compuesta por todas las características planeadas por el fabricante y

agregadas al producto como: diseño, materiales, procesos de producción (Gonzales & Arciniegas, 2016).

2.4 Comunicación

La comunicación es una transferencia de ideas, conocimientos, información o emociones por medio de símbolos, que propicia entre una persona u otra y pueda entender lo que transmite. Las empresas no pueden dejar de comunicar tanto interno como externo. Si no hay una comunicación entre los empleados no se puede saber las actividades que realizan sus compañeros, además la gerencia no recibe información y el departamento de administración esta inhabilitada para plantear instrucciones (Pazmay, Pardo, & Ortiz, 2017).

Según (Guaña, Quinatoa, & Perez, 2017) comunicación es un mecanismo para opinar o expresarse de algún requerimiento de los clientes, hoy en día es indispensable, es un motivo importante para crear medios de comunicación masivos como el internet, que permite a los clientes en acceder a todo tipo de información e interactuar brindando como en realizar las actividades en menor tiempo.

2.5 Comunicación al Cliente

Se trata de informar todo sobre la organización, está relacionado con todos los mensajes expuestos desde la empresa hacia los clientes. Se define como gestiones informativas que la organización dirige a los agentes externos a la misma, desde el consumidor y proveedor, hasta el inversionista con el propósito de crear, mantener y fortalecer la relación entre la empresa y público diferentes. Tiene como objetivo en mejorar la imagen de la empra y está sujeta a las relaciones y recomendaciones de la organización con el grupo específico que son: clientes, accionistas, proveedor (Pinto, 2017).

2.6 Clientes

Las empresas dependen de clientes, por tal motivo debe cubrir sus necesidades presentes y futuras. Los clientes mediante un producto realizan un cambio y esperan un producto que logre cumplir y satisfacer sus expectativas o necesidades, a su vez solicitan de buenos

vendedores que tengan claro que deben realizar en su trabajo con capacidad y amabilidad que puedan solucionar cualquier problema con cualquier tipo de consumidores.

El cliente no solo busca o exige un precio económico y plazos de pago, lo que exigen es el nivel de atención que la empresa brinda, por parte de su personal con una atención personalizada, capacidad de solucionar dudas, devolución de un producto, asistencia técnica. (Moran, 2017)

2.7 Marketing Digital

Al aplicar marketing digital en las empresas, permite ganar clientes potenciales aún bajo precio y de manera inmediata, reducir el tiempo y crear una relación de comunicación efectiva con sus clientes actuales o nuevos. Para su usuario es una ventaja, que se ahorran tiempo, al elegir su producto que llega de manera segura a su destino. Por los medio digitales sus clientes están informados y conectados en cualquier tiempo pueden realizar consultas mediante una página web (Arredondo, Mora, & Valencia, 2018).

2.8 Medios Sociales

Son Redes virtuales y comunidades implementadas para intercambiar y compartir información como opiniones. Son plataformas y herramientas que las personas utilizan para poder interactuar, publicar entre si y compartir en línea información, además difundir opiniones, perfiles, videos, experiencias, y audios. Los medios sociales indican las diferentes plataformas, servicio de internet disponible y gratuito en la mayoría, los contenidos es generado por el propio usuario, para crear presencia, brindar información del personal, alertas, productos o servicios para lograr posicionarse (Garza, 2017).

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del caso de investigación se obtendrá información de Palmaplast en la Ciudad de Machala aplicado a diferentes departamentos y a clientes, para recopilar información se utiliza el método cualitativo, con la herramienta entrevista donde se elaboró un cuestionario, que va dirigido a expertos como el jefe de operación y producción Sr. Freddy Ángel donde nos detalla el control de calidad en sus procesos, certificación, productos estrella, clientes y las propiedades de sus productos.

Se aplica un cuestionario de 9 preguntas a los clientes a continuación al Ing. Julio Villacis que administra una finca en Barbones y la gerente de la Hacienda la Paz se enfoca en conocer la comunicación y proceso de compra que brinda Palmaplast a sus clientes.

Tabla 1 Modelo de Entrevista al Jefe de Producción

Preguntas
1. ¿En qué año se creó la empresa y como ha venido evolucionado durante los últimos años?
2. ¿Puede mencionar la gama de sus productos?
3. ¿Cuáles son los clientes potenciales que adquieren los plásticos?
4. ¿De acuerdo a su gama de productos cuál es su producto estrella?
5. ¿Nos podría mencionar sus clientes más frecuente en adquirir sus productos?
6. ¿Luego de conocer acerca de la empresa, porque elegir Palmaplast; y en qué se diferencia con su competencia?
7. ¿A qué mercado va dirigido los productos?
8. ¿Cómo es la comunicación que mantiene con sus clientes?
9. ¿Qué medios de comunicación utilizan para mantener contacto con sus clientes?
10. ¿cuándo la empresa adquiere nueva maquinaria de punta y aplica normas de calidad para mejorar sus procesos de fabricación, informan a sus clientes; y en que medio lo comunican?
11. Mantienen contacto permanente con sus clientes fidelizados e indica los pasos?

12. ¿Cuándo el cliente tienen una queja como lo soluciona empresa?
13. ¿La empresa lleva un control en los procesos para ofrecer productos de calidad?
14. ¿Cómo identifican los productos plásticos en mercado?
15. ¿Cuenta con certificación si- no y porque son importantes?
16. ¿El área de producción cuenta con estándares de seguridad y calidad?

Fuente: Preguntas de Encuestas.

Elaborado: Propia.

Tabla 2 Modelo de Entrevista al Cliente.

Preguntas
1. ¿Qué productos usted compra para su empresa?
2. ¿Qué atributos considera para comprar los productos plásticos?
3. ¿Frecuencia de compra de los productos?
4. ¿Considera que obtienen productos de calidad?
5. ¿Ha realizado compras mediante una plataforma digital?
6. ¿Indique el proceso que debe cumplir para comprar?
7. ¿Al adquirir compara recibe información el producto?
8. ¿Ha realizado compras mediante llamada telefónica y email?
9. ¿Le gustaría adquirir los productos mediante una página web y porque?

Fuente: Preguntas de Encuestas.

Elaborado: Propia.

3.1 RESULTADOS

Entrevista al Jefe de Producción - Análisis

De acuerdo a la entrevista realizada al jefe de producción y operación se pudo conocer la variedad de sus productos, por motivo que Palmaplast no cuenta con página web donde brinde información, acerca de sus productos y procesos, etc. Palmaplast cuenta con 3 líneas de producción que son fundas de exportación, etiquetas y laminación para cubrir las necesidades de los clientes, cuenta con una amplia cartera de clientes para el sector de supermercados, Haciendas- Fincas, farmacias, invernaderos, Panaderías, Hoteles, etc. Con un nivel alto de producción son tres productos estrellas, fundas al vacío, fundas Politubo, fundas Polipack sus productos se dirigen al mercado internación a la Corporación Palmar, Ceinconsa, (Rusia- EE.UU) nacional (Guayaquil,Cuenca,Rios,etc) garantizando a los clientes calidad y la puntualidad en los pedidos, además se cumple con los requerimientos que exige el cliente en la medida y cantidad de sus productos.

La empresa en el año 2004 aplico el sistema de gestión de calidad de la norma iso 9001:2004 fue de gran ayuda han mejorado en sus procesos se manejan por calidad continua por inconvenientes del Gerente no cuenta por ahora con ningún tipo de norma ISO, con los conocimientos del SGC anterior son mejores en sus procesos se manejan mediante ficha técnicas cuando empieza la producción hasta el producto terminado.

Manejan un protocolo del proceso de producción, cuando el cliente solicita el producto que desea, el jefe de producción realiza la planificación del producto realiza la formula , verifica la materia prima que se necesita solicitan , la materia prima al departamento de almacén , ingresa el jefe de operación para la fabricación coloca la numeración a las maquinas hasta el rango que le indique el jefe de producción, luego que el producto está terminado se utiliza una fórmula para ver el peso de la funda – flexo metro y Calibrador que el espesor de la funda este solicitado por el cliente. Realizan una ficha donde anotan sobre todo los materiales y los procesos que se llevaron para realizar el producto. Aplican el sistema de 24 horas cuando el cliente encuentra una anomalía en el producto, los jefes de

producción y operación se acercan al establecimiento retiran el producto y analizan que sucedió si fue falla de la empresa realizan el respectivo cambio.

Cada ficha de las medidas de sus productos, son archivadas si el cliente es frecuente se verifica, para poner en marcha la elaboración, no es necesario realizar un protocolo tan extenso, cuenta con agentes vendedores la empresa para que el cliente tenga una atención personalizada. Es necesario que la empresa sepa sobre los procesos que manejan para lograr tener una ventaja competitiva en el mercado, logrando diferenciarse sobre el control respectivo en la fabricación de sus productos sus políticas que manejan cuando el producto tiene una falla.

Cuentan con las respectivas normas de higiene antes del ingreso a la fábrica utilizan implementos necesarios como guantes, mascarillas, guantes, orejeras etc. La fábrica brinda seguridad en el caso de un incendio cuentan con el extintor con pequeños carteles, indican las instrucciones que pasos seguir.

Entrevista A Cliente

Análisis

Consideran que los productos que le brindan Palmaplast son de calidad, además mencionan que demuestran interés y están siempre dispuestos a cumplir con cualquier requerimiento que tienen por ejemplo anteriormente realizaba sus compras en una empresa "X", en el producto se encontró un defecto en la funda las letras no se podía visualizar, la empresa tomó el producto y realizó varios cambios dispuestos en cumplir con la necesidad.

Caso contrario nos indica la Gerente General de la Hacienda la Paz realizan sus compras de manera semanal para el uso respectivo de la elaboración de las cajas de banano, sus pedidos lo realiza mediante una llamada telefónica, la empresa como ya tienen en su portafolio el modelo de las fundas y siempre adquieren la misma imagen no es necesario acercarse, solo el personal de carga de la hacienda retira el producto con la factura de pedido.

Los clientes manifiestan que para conocer los productos es necesario acercarse a la empresa o por sus agentes vendedores quien indica las cualidades de cada producto, manifiestan que es necesario que utilicen medios de comunicación, para mantenerse al contacto y poder

visualizar los cambios que realizan en todos los procesos además para poder comprar sobre todo para interactuar por cualquier inquietud o quejas.

4. ANÁLISIS DE LA CALIDAD INTRÍNSECA FUNDA DE POLIPACK

Con la herramienta entrevista se determinó el producto estrella, de la empresa Palmplast la cual se podrá describir las características del producto específico donde el cliente conozca la calidad de producto que adquiere sobre todo brinda confianza y seguridad al utilizar este producto en la elaboración de las cajas de banano de exportación.

Fundas de Polipack

Este tipo de fundas está fabricado de polimerización del etileno y desarrollado por celdas muy cerradas que al interior contienen aire que proveen protección y acojinamiento, para que absorba y comprima los golpes, impidiendo el maltrato del producto. La estructura es ideal para el respectivo embalaje y empaque de sus productos ofreciendo protección para tener productos de calidad y que lleguen en buen estado.

Las fundas de Polipack se destacan en su uso como del sector de embalaje y empaque que son:

Propiedades del Polipack:

- Flexible
- Impermeable
- Capacidad en amortiguar golpes.
- Protege de cualquier impacto.
- Brinda resistencia a la humedad
- Liviano
- Duradero
- Económico
- Muy resistente ante químicos
- Colores: Transparente – Natural
- Disponible en varias densidades como alta y baja.



Esta funda de Polipack es translúcida sin pigmentación y sin impresiones de tonalidad, sujeta a la fruta dentro de la caja para exportar y contiene 4 perforaciones y encierra los clusters de cada uno. Utilizan los mercados que solicitan un periodo de almacenamiento y transporte para diferentes partes del país con un fin que el producto llegue en buen estado.

4.1 Clientes

De acuerdo a la entrevista se pudo conocer los clientes fijos que realizan, las compras de fundas de Polipack con frecuencia con propietarios de Haciendas y Fincas:

Fundas de Polipack	Fundas Naturales
<ul style="list-style-type: none"> - Hacienda la Paz - Hacienda la Victoria - Hacienda Bonita - Finca López - Finca Fierro - Hacienda Santa Clara. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rosimarket - Farmacia Comunitaria - Farmacia Disfor - Water fall - Escobar- Supermercado - Pio-Pio (Cuenca) - Almacenes Galarza

Fuente: Lista de Clientes

Elaborado: Propia.

De acuerdo a la base de los clientes más frecuentes, se ha planteado las siguientes propuestas con el objetivo de mantener informados e interactuar para poder fidelizar a su vez se aplicará a los diferentes clientes que cuenta la empresa.

5. PROPUESTA

PALMAPLAST tiene compromiso y responsabilidad de brindar una comunicación efectiva y fluida a las personas interesadas con el objetivo de aumentar una ventaja competitiva de la empresa y que garantice la satisfacción de los clientes. Por tal motivo el guía de los procesos debe asegurarse en comunicar a las personas interesadas, que pueda cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes.

Además la empresa se compromete en difundir y comunicar los procesos que manejan para la elaboración de los productos, además la gama de sus productos y una breve descripción con las características que se diferencia cada uno de los plásticos que ofrece Palmaplast. Para la empresa la comunicación con el cliente es una herramienta fundamental que nos permite conseguir al éxito empresarial y a su vez tener una ventaja competitiva.

5.1 Ferias y Exposiciones

Palmaplast debe planificar sus ferias y exposiciones en sus instalaciones teniendo en cuenta el público objetivo en este caso los que adquieren las fundas de Polipack son propietarios de Haciendas y Fincas que desempeñan con la elaboración de la caja de banano para exportación. La cual se indicará las propiedades o características del producto, que conozcan la calidad y sobre todo que las fundas no cuentan con químicos dañinos que causen daño a los productos de sus clientes.

- Se entregará una revista de la gama de productos y los procesos que utilizan además que protocolos se utilizan para adquirir sus productos.
- Se invitarán a propietarios de las haciendas, fincas entre otros.
- Se expone videos sobre el proceso de producción hasta obtener el producto final.
- Entrega de muestras de fundas de Poli pack.
- Contará con un equipo especializado para exponer temas relacionados de las propiedades del producto y se realizara una demostración de cómo es el uso de las fundas.

Medios Sociales

De acuerdo al respectivo análisis conocemos los clientes fijos de las fundas de polietileno planteamos los siguientes, medios también ayuda a impulsar la gama de productos brindando información e interactuar con sus clientes:

5.2 Página Web:

Decimos que la página web es la tarjeta de visita, donde los clientes puedan conocer la filosofía y los productos de forma virtual. También se plasmará la disposición en ayudar al cliente cuando desee realizar cambios del producto, como ventaja brindará asesoría en los diseños de los productos plásticos. Además, se atenderá al cliente para resolver cualquier

inquietud, con la facilidad de cotizar los precios por volumen de compra por medio de un chat online.

- Transmitir e informar la esencia de Palmoplast que los personalice ante la competencia. Al ingresar a la página brinda un tema musical muy suave.
- La información debe contener imágenes para causar motivación y visitas por parte del cliente.
- Subir videos sobre los procesos de la elaboración de los productos con el objetivo de brindar seguridad y confianza al cliente.
- Portafolio de los productos.
- Brindar información de cada departamento con el jefe de área y el número de extensión para poder hablar directamente con la persona que se desea.

La página web debe contener un diseño atractivo con colores representativos del logo de la empresa, además la página tendrá un acceso para sus clientes exclusivos, se basa en ingresar nombre y contraseña, la plataforma ofrecerá las siguientes herramientas que son:

- Bienvenida a la empresa (Historia, Misión, Visión, Políticas)
- Portafolio de Productos
- Certificaciones
- Contacto y novedades
- Asesoría y Diseño
- Chat online
- Información de cada departamento – contacto.
- Link de sus redes sociales.
- Fichas de quejas.
- Videos de cada uno de los procesos en la fabricación de sus productos.
- Estará dividido por las tres líneas de producción con sus productos.
- Se contará con un icono para realizar la compra vía online y cotización cada producto especificará sus características y propiedades.
- Se visualizará un buscador para realizar búsquedas concretas.

5.3 Facebook

Mediante la página de Facebook se visualizará mensajes informativos, con imágenes dando a conocer que brindamos productos de calidad y que los productos no causan daño al medio ambiente que nuestro objetivo es con el cuidado del medio ambiente que sienta confianza y seguridad.

Respectiva información de la empresa con los contactos, además se realizará trivias donde los clientes participen, se presentará fotografías de las certificaciones, capacitaciones, que recibe su personal. Cada paso será publicado para poder posicionarse en la mente del consumidor.

5.4 Email Marketing

Técnica del marketing digital que hace uso de, los correos electrónicos como un medio de comunicación de forma comercial, con el objetivo de enviar mensajes a sus clientes. Cabe recalcar que toda mensajería electrónica, enviada a sus clientes potenciales y actuales se considera el email marketing. (Viteri, Herrera, & Fernando, 2018).

Se relaciona con hacer uso de los datos de contacto de sus clientes, con el email marketing nos ayuda a establecer contacto y atención de los consumidores en el primer acercamiento, los mensajes deben estar diseñados al perfil del consumidor y los análisis de sus contenidos deben demostrar interés. Los mensajes deben insinuar al cliente interés que la empresa está dispuesta en ofrecer ayuda para la toma de decisiones con respecto a la compra, además debe captar la atención en minutos, ya que hoy en día estos correos son habitualmente borrados antes que el destinatario lo lea.

Conocemos los clientes de las tres líneas de producción que adquieren los productos, los mensajes serian diferentes, se puede enviar el portafolio digital, información acerca de los procesos que se basan y la adquisición de tecnología de punta. Mediante el mensaje anticipamos a nuestro cliente a realizar su pedido, se hará el respectivo seguimiento para saber si el producto ha llegado en buen estado.


- Se enviarán noticias, comunicados periódicamente a la lista de sus clientes que fue conformado durante los años, cada vez que sea necesario.

- Enviar información acerca de los productos y ofreciendo nuestro servicio de asesoría para las temporadas con el cambio del diseño de fundas.
- El mensaje que se enviara debe sugerir un interés de la empresa en ofrecer una guía y apoyo en las decisiones de compra.

El email será enviado los días lunes y miércoles a partir de las 12:00 se debe a que las personas que reciben el mensaje por lo normal son los empleados de Palmaplast del departamento del Gerente General o compras que se hallan en el puesto de trabajo. Los días mencionados y la hora son días muy activos, estando en el intermedio de la semana, el email tiene una ventaja de ser leído.

El tema del email dependerá de su actividad u objetivo de la empresa como por ejemplo la invitación de una capacitación que brindará la empresa en las instalaciones, lanzamiento de producto o mensajes cálidos de acuerdo a las temporadas como navidad o fin de año, etc.

El parte de asunto del email debe ser atractivo e interesante que motive al destinatario en abrir el contenido, es primordial ya que caso contrario corre riesgo de no ser leído. El diseño del email su mensaje deber detallado que su título sea comprendido y resuma lo que se desea comunicar, con textos bien claros e imágenes que ilustren. Al final del diseño debe ilustrarse los datos de contacto de la empresa, con los links de las redes sociales y pagina web de Palmaplast, con el objetivo de interactuar e informar a los clientes.



PalmaPlast
Tecnológicamente Innovadores

FUNDA DE POLIPACK

Las fundas de Polipack se destacan en su uso como del sector de embalaje y empaque que son:

- Flexible
- Impermeable
- Capacidad en amortiguar golpes.
- Protege de cualquier impacto.
- Brinda resistencia a la humedad
- Liviano
- Duradero
- Económico
- Muy resistente ante químicos
- Colores: Transparente – Natural

Av. 25 de Junio Km. 1.5 Corporación Palma
PBX: (593-7) 298 2795
Machala - Ecuador - www.palmaplast.com

Fuente: Modelo de Email Palmaplast.

Elaboración Propia

6. CONCLUSIÓN

Por medio del diagnóstico elaborado se obtuvo información para determinar y conocer los procesos de calidad que maneja la empresa PALMAPLAST CIA. LTDA, para poder realizar el análisis de un producto específico sobre sus propiedades y características que se diferencie ante la competencia, además se determinó como es la comunicación que mantiene el cliente y empresa, se concluyó que manejan todos los procesos y control de calidad, pero no se informa a sus clientes se considera que la calidad en los productos es una carta de presentación ante el consumidor.

Se determinó en la entrevista aplicada al área de producción que manejan cuidadosamente cada proceso y control de calidad de acuerdo a la norma ISO que aplicaban, actualmente se basan por un protocolo a seguir hasta la entrega final del producto con fichas que especifican códigos, para poder visualizar cada proceso que se desempeñó. Además se detecta falta de información al cliente sobre los productos y los procesos que cumple.

Como conclusión, es fundamental brindar información acerca de los procesos y propiedades de los productos mediante los medios de comunicación respectivos, la cual permite satisfacer a sus clientes y poder asesorar de forma personalizada.

7. RECOMENDACIÓN

Es necesario que la empresa se actualice con la norma ISO 9001:2015 que le ofrece en obtener una ventaja, que a su vez la empresa sea competitiva y mejorar cada uno de sus procesos de forma constante de acuerdo al sistema de gestión de calidad.

Mantener una conversación con el departamento de ventas y de Gerencia para implementar los medios sociales para crear lazos con un interés social, donde la empresa de a conocer cada paso que da en el mercado, que exista esa conectividad informando acerca, de los protocolos que manejan para poder adquirir uno de sus productos. Se sugiere que realice un excelente trabajo relacionado con la publicidad de la empresa y aproveche los diferentes medios de comunicación y popularizar más la empresa como marca.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arredondo, S., Mora, Y., & Valencia, M. (2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital. *EAN*, 176-186.
- Benzaquen, J. (2018). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Universidad & Empresa* , 20(35).
- Bolaños, L., & Edmundo, R. (2015). Gestion de la calidad en Peru : estudio de la norma iso 9001 sus beneficios y los principales cambios a la 9015. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54.
- Delgado, M., Cabrea, M., & Perez, G. (2019). Análisis para la Implementación del Sistema de Gestión de Calidad y del Sistema de Gestión Ambiental para el Laboratorio de Análisis Instrumental de la Escuela Politécnica Nacional. *Politecnica* , 42(2).
- Garza, V. (2017). LOS MEDIOS SOCIALES EN LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y EL AMBIENTE. *Medios Sociales, Ciencia y Ambiente*(61), 5-13.
- Gonzales, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Bogota : Ecoe .
- Guaña, E., Quinatoa, E., & Perez, M. (2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. *Ciencias Holguin*, 23(2), 1-17.
- Hernandez, H., Martinez, D., & Cardona, D. (2015). ENFOQUE BASADO EN PROCESOS COMO ESTRATEGIA DE DIRECCIÓN PARA LAS EMPRESAS DE TRANSFORMACIÓN. *Saber Ciencia y Libertad*, 11(1), 141-150.
- Medina, F., Lopez, A., & Ruiz, C. (2017). SISTEMA DE GESTIÓN ISO 9001-2015: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INGENIERÍA DE CALIDAD PARA SU IMPLEMENTACIÓN. *Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, 59-69.
- Moran, E. (2017). LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO ADMINISTRATIVO VINCULADO AL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN EL GRUPO SANTILLANA. *Espiraes Revista Multidisciplinaria de Invesitgación* (9), 8-24.

- Pazmay, S., Pardo, E., & Ortiz, A. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. *Facultad de Psicología*, 2704–2716.
- Pinto, A. (2017). LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA. *Didáctica y Comunicación*, 179-186.
- Viteri, F., Herrera, L., & Fernando, A. (2018). Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783.
- Vogt, F., Cielo, L., Streb, M., Casarin, V., Santos, A., & Cantarelli, G. (2015). Residuo de polietileno de peso molecular ultra alto como agregado fino en la producción de hormigón. *Espacios*, 36(16), 1.