



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga
Departamento de Ciencias Económico Administrativas

PROYECTO DE TITULACIÓN

[MARKETING DIGITAL]

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTA:

YAXHÁ SIBILLÉ LÓPEZ MARTÍNEZ

ASESOR:

M.P.P. CYNTHIA ALEJANDRA RODRÍGUEZ ESPARZA

Junio



2. Agradecimientos.

Quiero comenzar agradeciendo a mis padres, que siempre han estado ahí, que nunca me han dejado darme por vencida y que sé que me van a seguir apoyando en todo lo que venga, los amo y gracias a ustedes es que estoy culminando mis estudios.

A mis hijos Santiago y Gael porque gracias a ustedes todos los días me levanto con motivación para hacer las cosas, porque ustedes diario me dan el soporte que necesito para seguir, son los niños más hermosos e inteligentes que conozco y quiero que estén tan orgullosos de mí como yo lo estoy de ustedes. Los amo, mis niños todo esto es por y para ustedes.

Al tecnológico que es mi alma máter, al profesor Ambriz y a mis profesores por compartir siempre el conocimiento de la mejor manera con nosotros, por todo lo que nos enseñaron muchísimas gracias, a mis amigos por el apoyo siempre, porque entre todos los semestres no fueron tan pesados, gracias por cada risa y cada momento.

A Unitex y al L.A.E. Enrique López Pérez Maldonado por la oportunidad de desenvolverme en mi primera experiencia como casi profesionista, a mis compañeros de residencias, cada día era una aventura diferente en la empresa, pero estoy muy agradecida de haberla pasado a su lado.

A la maestra Fátima del Rocío, muchas gracias por el apoyo en este tiempo, por su orientación y por todo lo que me ayudó a resolver.

3. Resumen.

Mi experiencia en Unitex fue en el área de ventas, más específicamente en el Marketing Digital, siendo una gran oportunidad en estos momentos en que las ventas por internet han tomado mucha más fuerza de la que ya tenían, es una gran oportunidad para que las empresas crezcan y que los comerciantes no se queden sin trabajar además de que a las personas también les es más cómodo hacer las compras desde su casa así evitando exponerse a riesgos innecesarios, lo importante es siempre tomar la ventaja y ofrecerle a las personas lo que buscan, siempre va a haber un comprador para lo que sea que tu vendas solo es cuestión de estudiar el mercado potencial al que queremos llegar para así lograr nuestros objetivos.

En conjunto con la venta por internet siempre es bueno conocer más allá de solo lo que es la venta, por lo que también estuve involucrada en los demás departamentos que abarca el área de ventas como lo son las ventas físicas, el almacén e incluso la producción.

Índice

1. Portada	1
2. Agradecimientos.....	1
3. Resumen.....	3
4. Índice.....	4
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	6
5.- Introducción.....	6
6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.....	10
7. Problemas a resolver, priorizándolos.....	16
8. Justificación.....	17
9. Objetivos (General y Específicos).....	18
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO	19
10. Marco Teórico.....	19
CAPÍTULO 4: DESARROLLO.....	25
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.....	25
Cronograma de actividades	27
Generar directorio de maestras de tejido de toda la república mexicana, mínimo dos por ciudad capital	27
Traducir e imitar videos en DVD de tutoriales	27
Crear plan de promociones para la segunda mitad del año.....	27
Actualización de productos, colores y precios de página propia, Mercado Libre, Amazon, Facebook e Instagram	27
Crear plan de contenido para redes sociales.....	27
Generar estrategias de venta electrónica para vender más por internet.....	28
Hacer llegar las promociones puntualmente cada jueves a las 10 am a los clientes de mayoreo y de menudeo, así como a los miembros de la Red de Tejedores Mexicanos.....	28
Actualizar la base de datos de clientes estatales.....	28
Logística de las entregas estatales.....	28
Elaboración y actualización de PSCs de procedimientos relacionados con el cliente y marketing digital (Anexo 4).....	28
Tabla 1 “Cronograma actividades por realizar”	28
CAPÍTULO 5: RESULTADOS.....	29

12. Resultados	29
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES	37
13. Conclusiones del Proyecto	37
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS	38
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.	38
CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN.....	39
15. Fuentes de información.....	39
CAPÍTULO 9: ANEXOS.....	40
17. Anexos	40

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- Introducción

En el siguiente reporte se hablará acerca de lo que se estuvo trabajando en el proyecto de Marketing Digital en la empresa Unión Textil Internacional, el proyecto abarcaba el área de ventas electrónicas por lo que, estuve a cargo de las diferentes páginas y medios por los cuales se venden los Estambres Italia.

Una de las ventajas de estar en la planta de la empresa es que conocí los diferentes estambres, calibres, procesos y nombres de cada uno de ellos, por lo cual cuando un cliente requería información sobre los estambres yo ya tenía una idea de cuál era el mejor para lo que se buscaba, o para lo que requería dependiendo del grueso que necesitara. Los nombres también son muy importantes al momento de estar en el área de ventas, ya que las personas que compran directamente a Unitex conocen los estambres con diferente nombre, un ejemplo el estambre Brisa es conocido así entre los clientes más grandes de la empresa y en las ventas más pequeñas los clientes lo conocen como Firenze, entre las variedades de estambre, encontramos el estambre matizado, el cual también es conocido como Fiesta Mexicana por ejemplo arcángel matizado o bien, arcángel fiesta mexicana, parece que son cosas muy pequeñas y con poca relevancia entre las ventas, pero a la hora de tratar con los clientes es importante para así saber qué es lo que están buscando y no decirles que no se cuenta con esa variedad de estambre.

Las compras por internet tomaron fuerza ahora que las personas no pueden salir a conseguirlo físicamente, una gran terapia para las personas es el tejido, pero, la mayoría de las personas que tejen suelen ser personas de edad avanzada, lo cual los hace más vulnerables a la situación actual, por lo que el internet se volvió un buen aliado para la compra de estambres, no solo es una gran herramienta dentro del estado, también en el resto de la República Mexicana, lo cual nos ayuda a posicionarnos más arriba entre los estambres favoritos.

La mayoría de las personas que tejen fuera de los tejidos tradicionales se dedican a la fabricación de amigurumis, los cuales son muñecos de tejido, pueden ser desde

animalitos hasta objetos que no imaginamos que podían verse tan bien siendo muñecos de estambre, por lo que quienes compraban los estambres para los amigurumis la mayoría de las veces hacían compras bastante grandes de estambre Bari principalmente (también conocido como arcángel, el nombre Bari es propio de Estambres Italia).

Además de conocerlos estambres para dar las recomendaciones, es importante también conocer cuáles son los calibres de agujas con los que se debe de tejer, ya que algunas veces las personas que compraban eran principiantes y no sabían con qué número de agujas se podía hacer el tejido, por lo que siempre es importante saber las especificaciones de estos y así poder recomendar a los clientes cual es el mejor acompañamiento para la compra que están efectuando.

Para las ventas por internet también es muy importante conocer el almacén y cuál es la logística que hay tanto en los envíos como dentro del almacén, trabajé a la par con el gerente de ventas y aprendí mucho sobre el manejo del almacén, la producción y las entregas. Los pedidos más grandes que son de los clientes principales siempre son vendidos en cono, en el almacén que hay en planta se tiene lleno de estambre en conado, está organizado por pedido y por cliente, infortunadamente ahorita la producción no está cumpliendo con lo que debería de cumplir, la rotación de personal es un factor importante en la producción, así como la maquinaria que necesita estar en mejores condiciones, por lo cual no se está cumpliendo con lo que se debería de vender y se tiene que poner ciertas prioridades a la hora de surtir los pedidos, eso nos afecta también a los que vendemos por internet, ya que si se termina algún color del catálogo esto puede llegar a retrasarnos en las ventas, por lo mismo es de gran importancia siempre estar en comunicación con el cliente para que así podamos tomar decisiones en conjunto con ellos si es que se tiene algún pequeño inconveniente como el anteriormente mencionado. Algunas veces podemos optar por ofrecer productos que tenemos en almacén como ofertas, productos que son bajas rotaciones ya que estos por lo general son muchos los que tenemos en stock y están ahí simplemente estacionados, no tenemos alguna rotación que nos produzca un bien, lo cual algunas veces nos salva de situaciones en las que nos hace falta algún producto, en lo que se vuelve a bolear el material que nos hace falta y vuelve al stock.

Lo más importante siempre es tener comunicación entre vendedor – cliente, principalmente cuando son compras en línea, ya que si son efectuadas físicamente tenemos al cliente ahí para que decida por otras opciones en caso de que no contemos con el producto que es de su interés podemos cambiarlo por algún otro, pero si la compra es a través de internet, es difícil mostrar en tiempo real lo que se tiene y lo que no cuando el comprador no puede verlo, así que lo que tenemos que hacer es mantenernos en constante comunicación a través de medios como WhatsApp para así poder llevar una buena compra, muchas veces también el envío es algo que preocupa a los compradores, por lo que teniendo también la confianza para comunicarse con nosotros sentían más seguridad a la hora de realizar la compra.

Otro punto clave en este proyecto fue la comunicación con quien estaba encargada de vender el estambre al público en la tienda física, ya que al yo estar en la planta no tenía acceso a la información en tiempo real más que a través del sistema, pero muchas de las veces el internet o la intranet fallaban y no podíamos acceder al sistema, al tener el apoyo de mi compañera quien me decía si estaban en stock y si había suficientes piezas para surtir los pedidos.

Cuando yo entré no se contaba con ningún Procedimiento que te dijera como hacer las cosas, como deben de llevarse a cabo las ventas y cuál es la función que cumple cada uno de los encargados en este proceso, entonces me fue asignada la elaboración del PSC, para esto primero tuve que aprender a hacer las cosas por mi cuenta, ya que no hubo nadie que me explicara cómo se llevaba a cabo el proceso, me apoyaba con el Director General, el Gerente de Ventas y la encargada de Ventas, pero fue un proceso un poco complicado de entender, ya que por más que parece algo sencillo requiere su tiempo para poder tomar el hilo y hacer las cosas de manera fluida, ya que las ventas primero tienen que marcarse como salida de la tienda, pero a la vez tiene que reportarse a crédito y cobranza cada movimiento que se hace para que los números que se tienen cuadren y no haya problemas a la hora de hacer los balances mensuales.

En sí el proyecto abarcó mucho más allá del Marketing Digital, ya que también logré aprender distintas cosas acerca del manejo del almacén, la logística de los pedidos y las

entregas, conocí el proceso por el cual pasa el hilo y no solo eso, sino que también tuve la oportunidad de aprender mucho con el gerente de Ventas quien siempre que trabajaba conmigo se aseguraba de explicarme detalladamente como es que se hacían las cosas, cuáles eran los procesos, los propósitos de hacerlo y los resultados que se esperaban obtener, me llevo un gran aprendizaje de todo esto, ya que incluso conocí los estambres porque muchas veces me quedé a cargo de la tienda y ahí tuve la oportunidad de estar conocer cada uno de ellos, incluso los que no se fabrican más en la planta, me gustó mucho estar en el área de ventas, sobre todo porque las materias que estuve llevando en este semestre fueron acerca de logística y mercadotecnia electrónica, por lo cual ya tenía una ayuda enorme a la hora de hacer mis tareas y viceversa, muchas veces cuando me encontraba trabajando con el Gerente de Ventas muchas de las cosas que me explicaba ya las había visto en teoría en las materias que estaba llevando y en ese momento tenía la oportunidad de apreciar cómo es que se llevan en la práctica.

6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.



Unión Textil Internacional S.A. de C.V. es una empresa de giro textil fundada en 1976 dedicada principalmente a la elaboración, preparación y acabado de fibras blandas. Con sede en Aguascalientes se dedica a exportar diferentes tipos de hilos y estambres por toda la república mexicana y al extranjero. Sus principales productos son estambres de tipo Cristal, Firenze, Bari, Ángel, Angora, Bicofil, Petra, entre otros que son llamados fantasías. Unión Textil Internacional S.A. de C.V. se compone de cuatro gerencias y una dirección general, las cuales son:

- Dirección general: Dirige la empresa hacia su misión por medio del cumplimiento cabal de su visión, administrando los recursos económicos, materiales y humanos eficazmente. Atendiendo las necesidades del personal y requerimientos de calidad en los clientes.
- Gerencia de producción: Administrar el área de producción asegurando la calidad de los productos manufacturados de acuerdo a las especificaciones del cliente.
- Gerencia contralora: Administrar los departamentos de contabilidad, costos, finanzas, fiscal y desarrollo de personal de acuerdo a los objetivos de la empresa optimizando, vigilando, impulsando y manteniendo los recursos de las áreas de cargo.
- Gerencia de aseguramiento de calidad: Asegurar la calidad de productos y servicios por medio de los controles establecidos que monitorean el proceso de fabricación para identificar y rastrear el producto en donde se requiera.

Misión: “Proporcionar bienestar en el mercado de la mercería, tejido, bordado y del vestir, ofreciendo calidad en textura, colorido y diseño con un espíritu de servicio.”

Visión: “En el 2021 ser reconocidos como la mejor marca en el mercado nacional, siendo un motivo de orgullo para nuestros clientes, colaboradores, socios y sociedad en general.”

Principales clientes:

Sus principales clientes están englobados dentro de 5 estados de la República Mexicana, en el Estado de Tlaxcala: Roberto Uribe Álvarez, en la CDMX: Sergio Said, Omar Said y Laura Angélica Sánchez, en Querétaro: Mónica Saldaña, en Hidalgo: Mercedes Olvera y en el Estado de México: Enrique Huerta.

Todos estos clientes aportan un aproximado de 1 millón de pesos semanales a Unión Textil Internacional.

UNITEX cuenta con 17 pasos en su proceso de producción, los cuales son:

Recibo de materia prima: Se recibe la fibra en presentación de pacas, cada paca tiene 10 bobinas, aquí se hace una inspección al producto que llega.

Preparaciones: Consta de tres máquinas 1er paso, 2º paso y 3er paso, aquí la función es paralelizar las fibras en base a estirar, dar un peso deseado, a conveniencia para que pueda seguir procesándose en el siguiente proceso, frotador y o mechera.

Frotador: El objetivo para esta máquina es estirar la fibra para darle un peso deseado y se pueda procesar este material en el área de continuas, aquí como su nombre lo dice, frota (falsa torsión) el material para darle una consistencia y sea manejable, al producto que sale de esta máquina se le da el nombre de pabilo.

Mechera: Hace la misma función que el frotador, únicamente que aquí hace una diferencia el producto que sale (pabilo). este si tiene una torsión efectiva.

Continuas: En estas máquinas se alimenta el material salido del frotador y en base a estirar el pabilo y dando una torsión, obtenemos ya un hilo.

Desalojo: Una vez que salió el material de las continuas se pasa a vaciar el hilo de las canillas y se pasa a conos, además en esta área se purga el hilo, para eliminar algún problema que este tuviera.

Reunido: En esta área el objetivo es juntar a dos, tres o más cabos del material, según las características que deba de llevar.

Torzales: Una vez que salió del reunido el material, pasa a torzales en donde el objetivo es dar torsión.

Madejeras: El material que proviene de torzales lo pasamos a hacer madejas.

Vaporizado: Vaporizar el material para obtener un hilo esponjado

Teñido y o estampado: Después de vaporizar el hilo pasa a esta área en donde se le da el color al material según tono requerido.

Centrifugado: Después que salió el material de las máquinas de teñido, pasamos a centrifugar el material para eliminar el exceso de agua.

Secador: Una vez que fue centrifugado el material, pasamos a secarlo.

Enconado final: Después del secado del material se pasa de madeja a conos en esta área.

Perchado: El material que por su característica deba pasar a esta área, lo que se hace aquí es percharlo, afelparlo, sacarle pelo y la presentación final aquí es en forma de queso.

Empaque final: Objetivo, empacar el material que proviene del área de enconado final y o perchas.

Pesado de empaque final: Pesar todo el material que haya sido empacado como producto terminado

Almacén de producto terminado: Recibe y almacena el producto terminado que fue pesado. Final del proceso de fabricación.

Boleo: El producto cuando se encuentra en almacén, algunos de los conos se pasan a bolear, boleo son las máquinas que hacen las madejas, se manejan diferentes presentaciones dependiendo de los hilos, la madeja más común es de 100 gramos, aunque también hay estambres que se bolean en 40 y 10 gramos generalmente esto sucede con estambres como el cristal y son vendidas a mercaderías grandes que hacen sus cajitas con diferentes colores de estambre pero en cantidades pequeñas para que así la gente pueda tener variedad sin tener que comprar una madeja de 100 gramos, de la cual probablemente no use ni siquiera el 10%.

Estambres Italia: Unitex maneja la venta de estambre no solo por mayoreo a los clientes que fueron anteriormente mencionados, en la calle San José #323 San Cayetano,

Aguascalientes está ubicado el almacén de producto boleado, le llaman módulo 1 y ahí, además de ser un almacén, se encuentran las oficinas de crédito y cobranza y la tienda física en la que los clientes de menudeo pueden ir a comprar hasta de 1 sola madeja o la cantidad que se requiera, la tienda es muy buscada por diversos clientes de todas las edades, desde jóvenes tejedores, madres que van a comprar estambre para que sus hijos tejan hasta señoras de la tercera edad, la mayoría de los clientes siempre tienen buenas referencias de los estambres, los recomiendan mucho debido a que son de precios accesibles y tienen una muy buena calidad.



Imagen 1 “Maquinaria”



Imagen 2 “Materia prima”



Imagen 3 “Almacén de producto terminado”



Imagen 4 “Boleo”



Imagen 5 “Módulo 1, almacén producto madeja y cono”

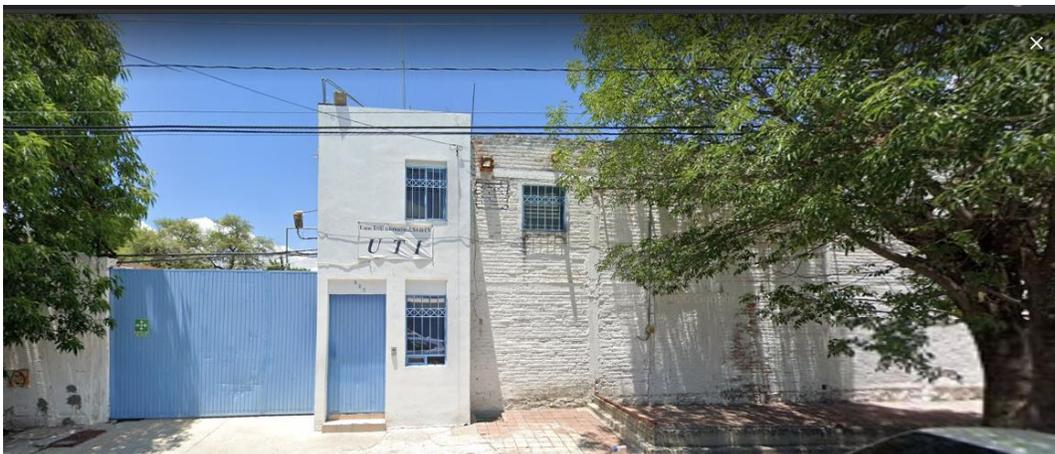


Imagen 6 “Módulo 1, tienda Estambres Italia”



UNITEX

ORGANIGRAMA DE UNITEX

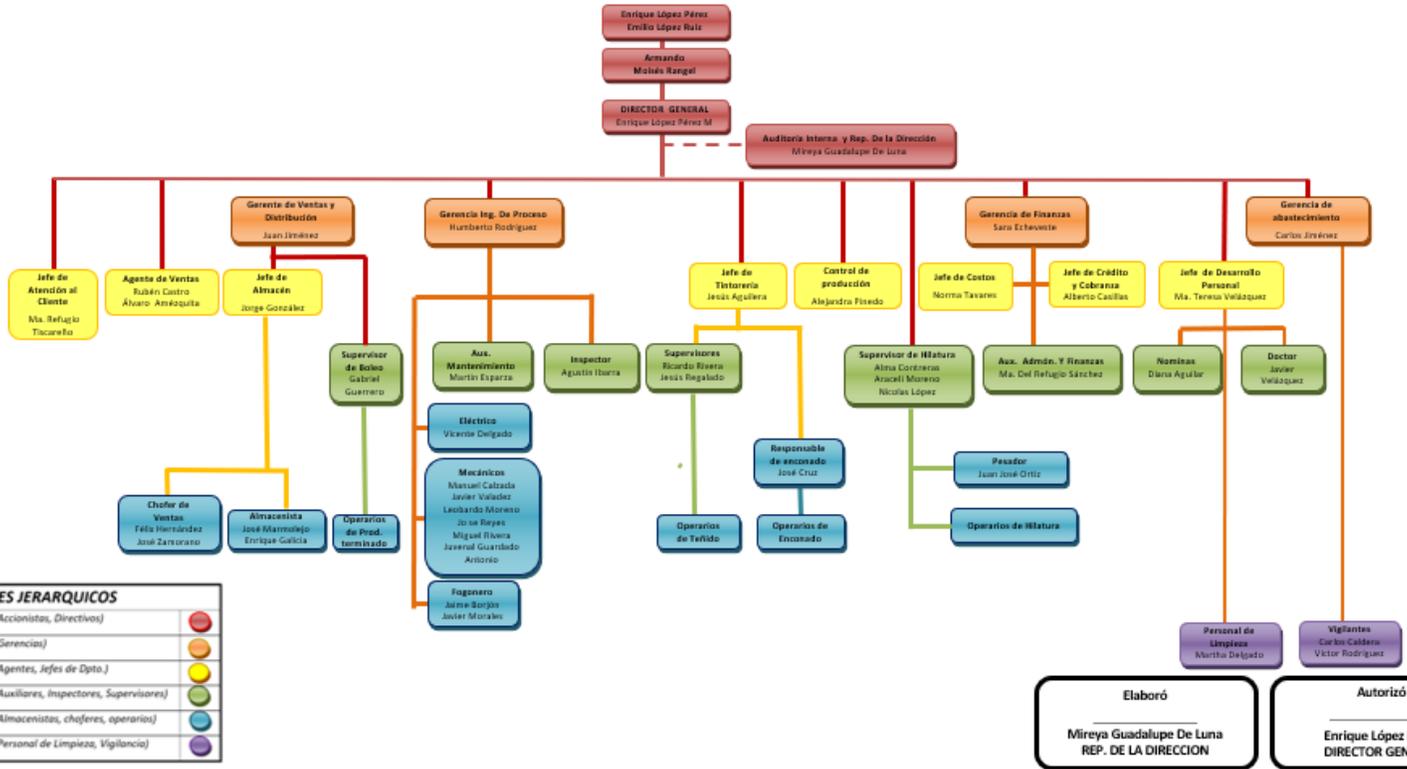
A04-PSC-5.1-01

REVISIÓN: A

FECHA DE REVISIÓN: 01/OCT/20

RESPONSABLE: REP. DE LA DIRECCION

HOJA: DE:



NIVELES JERARQUICOS	
1° Nivel (Accionistas, Directivos)	Red
2° Nivel (Gerencias)	Naranja
3° Nivel (Agentes, Jefes de Dpto.)	Amarillo
4° Nivel (Auxiliares, Inspectores, Supervisores)	Verde
5° Nivel (Almacenistas, choferes, operarios)	Azul
6° Nivel (Personal de Limpieza, Vigilancia)	Púrpura

Elaboró: Mireya Guadalupe De Luna, REP. DE LA DIRECCION
 Autorizó: Enrique López Pérez, DIRECTOR GENERAL

Imagen 7 "Organigrama UNITEX"

7. Problemas a resolver, priorizándolos.

No se contaba con un responsable de las actividades de marketing digital que, además generara un programa con fechas bien elaborado, ya que, solo se contaba con algunas actividades establecidas al aire sin alguien que las llevara a cabo y debido a que las ventas por internet han incrementado mucho con la reciente contingencia, se requería el apoyo de alguien que se enfocara en atender esas ventas y a la vez elevarlas por diferentes medios de internet.

Desde que en marzo comenzó a tomar fuerza el asunto de la pandemia, se limitó mucho el consumo de estambre, lo cual llevó a la empresa a recurrir a la venta electrónica, todo esto en un principio sin tener alguien a cargo que supiera acerca de las ventas electrónicas y además de esto, los encargados de ventas tienen mucho trabajo con los clientes habituales de la tienda, por lo que no podían darse el tiempo de estar atendiendo además a los clientes potenciales que llegaban a la empresa, a la vez que, no contaban con las bases claras para manejar las redes sociales y las páginas de ventas.

Las redes sociales tienen un gran impacto en la actualidad, por lo que, teniendo la publicidad adecuada se llega al público objetivo y así se obtiene un resultado positivo en el que, las personas desde la comodidad de su casa y sin necesidad de exponerse por salir pueden realizar las compras del estambre que necesiten con la confianza y seguridad de que les llegará en tiempo y forma. De esta manera gana la empresa y también el cliente, ya que no se tiene el producto parado en stock y el dinero sigue circulando, lo cual mantiene la rentabilidad de la empresa.

El tejido es una actividad relajante para muchas personas sin importar la edad, ya que incluso los niños pueden comenzar a tejer pulseras con la mano como pasatiempo, entonces la compra del estambre no disminuye, el problema es que no puede estarse exponiendo la gente solo para hacer una compra y ahí es donde se explotan los recursos que son proporcionados a través del internet y las ventas siguen en circulación.

8. Justificación

La empresa, al igual que todas las compañías en todo el mundo se vio afectada económicamente con la pandemia, ya se contaba con servicio de ventas por internet, pero no era tan constante, ya que las personas prefieren ir a comprar los estambres a la tienda para ver la calidad, el color, el grosor, a veces porque al estar ahí recuerdan prendas que tienen incompletas o que les gustaría recrear y de una vez hacen compra de todo el estambre necesario.

La empresa comenzó a buscar maneras en las que se pudieran seguir comercializando los estambres sin arriesgarse ni arriesgar a los clientes, por lo que se optó por concentrar las ventas en redes sociales y páginas de compra venta, esto trayendo el beneficio principal de que el dinero y el material se encontraran en circulación y así poder seguir comprando insumos para la producción de más estambre.

La habilidad para las ventas sobre todo ventas electrónicas son el principal conocimiento que llevaré de este proyecto, las maneras que existen de vender por internet, las campañas de publicidad y como se manejan estas mismas para alcanzar nuestros objetivos.

Mi puesto en la empresa es en el área de ventas, más específicamente en el marketing digital. Las ventas de la empresa redujeron mucho con la pandemia debido a que con el confinamiento muchas de los clientes cerraron y las ventas bajaron, con las ventas por internet podemos recuperar poco a poco la posición dentro del mercado.

Las personas buscan mucho los estambres para tener algo que hacer en el encierro, debido a que la mayoría de las personas que tejen son personas de la tercera edad, es riesgoso que salgan y por lo mismo implementamos más las ventas a través de Facebook, Marketplace, Mercado Libre, WhatsApp Business los pedidos se han vuelto completamente variados, van desde los \$200.00 a los \$9,000.00 pesos pero todo eso se maneja a través de redes sociales y después de concretar la venta el pedido es enviado a su destino.

9. Objetivos (General y Específicos)

General: Ser la compañía de venta de estambre número uno en México, posicionarse en un 70% de las mercerías, estambrerías y tiendas de manualidades del país a nivel estatal y nacional a través del Marketing Digital.

Específicos:

1. Seguir con las ventas al público de una manera que sea viable para todos sin poner en riesgo la salud de los clientes y de los trabajadores.
2. Aprovechar las herramientas tecnológicas que se tienen a la mano y obtener un beneficio tanto para la empresa como para los clientes.
3. Abrir un mercado más grande por medio del internet, ya que así podemos llegar a una audiencia nueva que esté interesada en productos que nosotros vendemos pero que anteriormente no tenían conocimiento de Estambres Italia.
4. A través de las redes sociales se obtienen recomendaciones y calificaciones buenas, por lo que entre más personas recomienden los estambres más confiabilidad se tendrá y, por lo mismo llegan más consumidores.
5. Clientes objetivos en Aguascalientes que encuentren la mercancía en internet al ver que la tienda se encuentra dentro de su mismo estado tienen la oportunidad de ir a la tienda y aumentar el consumo que se iba a tener por medio de internet.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

10. Marco Teórico.

La mercadotecnia engloba todas las estrategias creativas y comerciales que se llevan a cabo con el fin de conectar con el consumidor y así aumentar las ventas. “La mercadotecnia electrónica es el conjunto de estrategias utilizadas por las empresas para aumentar la visibilidad y la fuerza de sus marcas en los medios y canales electrónicos, principalmente los digitales.”

Gracias al comercio electrónico, cualquier empresa tener mayor flexibilidad en sus operaciones internas para así dar un mejor servicio a los clientes. La mayoría de las empresas consideran que el comercio electrónico es una herramienta complementaria a su negocio mayormente de carácter tradicional, complemento del que día a día se debe de ir aprendiendo.

Dentro del marketing existen tres estrategias:

Marketing Indiferenciado: Un único mensaje y una única presentación de producto. No exige segmentación.

Marketing Diferenciado: Exige un mensaje (plan) y producto adaptado a cada segmento de mercado, pero con un producto orientado a todo el mercado.

Marketing Concentrado o Enfocado: Producto y mensaje únicamente orientado a uno o varios segmentos de mercado, sin buscar la comercialización global.

Los tiempos en los que vivimos, nos han hecho totalmente dependientes del internet, por lo que debemos de aprender a aprovechar todas y cada una de las herramientas que este nos proporciona, muchas veces tenemos la creencia errónea de que el internet nos quita tiempo y si, es verdad que la mayoría del tiempo libre que tenemos lo utilizamos en redes sociales, pero si sabemos sacar provecho de estas situaciones podemos generar ingresos por medio de estas mismas.

Por más que nos parezca una idea muy extraña, se puede comercializar prácticamente de todo en las páginas de internet, existen vendedores y compradores para todo tipo de cosas que sean necesarias o incluso sin serlo.

Facebook nos da una oportunidad muy grande de comercializar a través de él, ya que existe el apartado Marketplace, en el cual nosotros podemos vender lo que sea desde la comodidad de nuestra casa y sin necesidad de invertir en la publicidad, es cuestión de aprender cual es la necesidad que estamos cubriendo y ver por dónde nos podemos acercar al mercado objetivo o bien, si queremos expandirnos y probar suerte en otro tipo de compradores.

Las páginas de internet al igual son una gran herramienta, ya que cualquiera puede crear una página y ahí subir sus productos, el verdadero reto es darse a conocer, por lo cual siempre debemos de tener en cuenta que necesitamos alguna estrategia, buscar cual es la que nos resulta mejor, ya que en el mundo de las ventas y el marketing principalmente tenemos que actuar a través del error y prueba y ver cuál de todas las opciones de venta que tenemos es la que funciona para nosotros, claro que muchas veces se requiere hacer una pequeña inversión, o también puede ser un monto más grande todo depende de la cantidad de personas que queremos atraer a nuestro mercado.

En cuanto a las estrategias de marketing digital, ciertamente no son pocas, pero dado a que nuestro proyecto era acerca de venta de estambres por internet, las que se acomodaron mejor a las necesidades que teníamos que cubrir fueron las siguientes:

Primero tenemos que conocer a nuestros clientes de internet, en el ramo en el que se manejan los estambres encontramos mayormente a gente mayor o bien, a personas que debido a la contingencia recurrieron al tejido, no son expertos en la navegación del internet y más bien lo que buscaban era una manera de conseguirlo por lo que pueden ser catalogados como *internautas rutinarios*, “únicamente la mitad han realizado compras en la red, y sólo un 6% han efectuado cinco o más compras.”

La tienda física está ubicada en el fraccionamiento San Cayetano, bien conocido por ser un fraccionamiento mayormente habitado por maestros, de los cuales muchos ya están jubilados y son personas de edad avanzada a las cuales les gusta tejer, esto a la hora de segmentar el mercado nos da una gran ventaja ya que, por lo menos en el primer kilómetro a la redonda podemos encontrar muchos clientes potenciales o incluso clientes que ya nos han comprado en diversas ocasiones. Claro, que no es nuestro principal

objetivo, pero cubre ya una pequeña parte de nuestro mercado y entre las personas que se encuentran ahí podemos descubrir maestros de tejido que nos ayuden más fácilmente a llegar a diversos clientes nuevos o, incluso con nuestras redes sociales teniéndolos a ellos como pauta de que nuestros estambres son de buena calidad, llevando ya la recomendación de alguien que les es conocido, de confianza y que además conoce bien los hilos.

La ventaja más grande que nos ofrece el internet, es que podemos hacer uso de las recomendaciones de nuestros clientes para que ellos nos ayuden atrayendo a diferentes personas, puede ser que clientes de aquí tengan familia que también tiene gusto por el tejido en algún otro estado, de ahí obtener información de donde compran sus estambres y así dar con diferentes mercerías que probablemente no se encuentran en el catálogo de clientes que se tiene.

Si nosotros ofrecemos a los clientes una buena comunicación a través de las redes sociales o páginas de internet, es muy probable que también tengamos su confianza, por lo cual sería más fácil que nos proporcionen algunos otros clientes potenciales.

A través de la página de Facebook pudimos conocer que la mayoría de las personas consideran el tejido como un tipo de antidepresivo, principalmente ahora que es difícil que salgan de su casa y volviendo al tema de que la mayoría de los tejedores son personas en situación vulnerable en este momento, la publicidad fue un poco acompañada de frases motivacionales, dándonos cuenta que esas siempre eran las publicaciones que tenían mayor número de interacciones, varios de estos las compartieron, lo cual nos ayudó a crecer en las redes sociales.

La página web y la página de Facebook cuentan con los estambres por color y precio, lo cual nos hace más sencillo que los usuarios comprendan el rango de precios que manejamos con cada uno de la variedad de estambres, aunque obviamente el envío eleva un poco el precio de cada uno de estos, pero siendo precios accesibles e información fácil de comprender.

En este proyecto la técnica que mejor nos funcionó es el marketing diferenciado, ya que nosotros tenemos clientes de mayoreo y de menudeo, por lo que un solo mensaje no nos servía para todos los clientes, entonces los mensajes siempre eran diferentes para cada uno de estos. La primera intención cuando empezamos a desarrollar el directorio de tejedores dentro de la República Mexicana fue llegar a nuevos clientes, por lo que también fue necesario crear un mensaje que fuera específico para esos a los que queríamos llegar buscando atraer su atención de una manera distinta a la que lo hacemos habitualmente a nuestros clientes.

Dentro de todo este proceso, muchas veces las personas no sentían la confianza de proporcionar los datos que se les pedían, ya que tenían miedo de que estos fueran proporcionados a terceros, por lo que se llegó al acuerdo de crear un pequeño acuerdo de confidencialidad para que así ellos tuvieran la certeza de que no se repartirían los datos a nadie más, sino que eran solamente para la base de datos en la que se guardaban todos los nombres, correos, números telefónicos, todo esto con el previo consentimiento de los miembros de la red de tejedores.

Cuando tocamos este punto es muy importante recalcar que en México se tiene una legislación que proporciona la seguridad suficiente para que la práctica del comercio electrónico pueda ser llevada a cabo, en la legislación mexicana que rige las operaciones de compraventa no se establece algún impedimento para que los mensajes electrónicos surtan efectos jurídicos como la aceptación y la oferta para que un contrato pueda ser perfeccionado por ese medio.

Las acciones realizadas tienen que estar bajo la legislatura de la Ley Federal de protección al Consumidor, cuando una oferta se tenía que hacer llegar a los consumidores, o bien, al concretar una venta aplica el artículo 7 Bis "El proveedor deberá informar de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor. Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito." Toda venta realizada ya lleva el costo del IVA, así como también se

hace la cotización del envío cuando era a otro estado, o bien dentro de mismo Aguascalientes se informó el costo desglosado del producto y del envío (el precio de cada envío es dependiendo del volumen de la compra y la distancia a la cual se tiene que enviar usando FedEx como paquetería.

Respecto a la privacidad de cada cliente o miembro de la Red de Tejedores Mexicanos, el artículo 18 Bis “- Queda prohibido a los proveedores y a las empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios y a sus clientes, utilizar la información relativa a los consumidores con fines diferentes a los mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los consumidores que expresamente les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el artículo anterior. Los proveedores que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de consumidores cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.”

Todo esto se pensó para así tener el respaldo no solo con los clientes, sino porque ya se han presentado problemas de diferente índole en el pasado, un ejemplo es que no se contaba con contratos, la mayoría de los clientes eran clientes de confianza y con la palabra era más que suficiente porque ya los conocían y sabían su manera de trabajar, pero hace poco se suscitó un problema con un cliente, ya que no quería pagar y no había algún papel donde el tuviera ciertos días hábiles para presentar el pago de estos, entonces se me dio la tarea de crear un contrato (Anexo 1), donde se estipulara la fecha en la que se tenía que pagar y cuál es el costo de los productos, ya que, se manejan diferentes precios con los clientes, nunca se tiene el mismo precio cuando son clientes más grandes, para clientes de mayoreo por internet se tiene una sola lista y esa es la que se le da a cualquiera que ingrese a la base de datos como cliente de mayoreo, una de las diferencias entre los grandes clientes y los que yo estuve atendiendo es que los clientes grandes regularmente le dan a la empresa \$1'000,000.00 por semana, mientras que los clientes que yo manejaba eran clientes pequeños de menos de \$10,000.00 entonces no había contrato alguno ya que para que la mercancía fuera enviada primero debía de ser cubierto el pago completo, envío y producto para así no arriesgarnos a que sucediera una situación parecida, quizás en menor escala pero igual son problemas que

es mejor evitar pudiendo tener contratos o acuerdos donde los clientes y nosotros como proveedores estuviéramos de acuerdo en las acciones que estamos estableciendo ambas partes y evitar algún mal entendido.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO

11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

Se va a generar un grupo de tejedores influencers y maestras de tejido de toda la República Mexicana llamado Red de Tejedores Mexicanos, buscando que sean mínimo dos personas por ciudad capital. A los miembros del grupo se les darán precios especiales, ofertas exclusivas; todo esto nos va a ayudar a tener presencia en 2 tiendas por ciudad, que poco a poco van a ir en aumento gracias a la publicidad que se va a hacer por medio de los mismos miembros del grupo, esperando cerrar el proyecto con un 70% de presencia en toda la República Mexicana.

El proyecto se busca replicar en Estados Unidos, ya que, en California se cuenta con una tienda propia de la empresa en la que se comercializa el estambre de marca propia. Por lo cual, teniendo los 2 miembros por ciudad capital en México, se va a abrir otro grupo, pero con tejedores americanos que estén interesados en trabajar con nosotros de la misma manera.

Por la contingencia se suspendieron las clases de tejido presenciales, se tienen unos DVD de como tejer las prendas que habitualmente se enseñan en las clases, los videos son antiguos, por lo que, se volverán a grabar en manera de tutorial junto con una transcripción, ya que, los clientes siguen preguntando y pidiendo que se reanuden las clases de tejido.

Una manera muy buena para vender por internet es utilizar las herramientas que tenemos a la mano, por lo que también me haré cargo de las redes sociales de la empresa, así como las cuentas de mercado libre; medio por el cual las ventas han resultado exitosas.

La logística de la repartición de los estambres que se venden a nivel estatal entre los clientes de mayoreo también es una de mis actividades, consiste en recolectar las direcciones de todos y así, hacer un plan para que las entregas sean eficaces dentro de

la misma zona sin tener que recorrer de un extremo a otro de la ciudad en la misma entrega, sino que se haga una buena gestión que genere ahorro de tiempo y de combustible.

La actualización de los PSCs relacionados con las ventas y los procedimientos relacionados con el cliente es muy importante, ya que hace algunos años que se actualizaron por última vez y ahora han ido cambiando los procedimientos de devoluciones, las rutas de venta, entre otros.

Se hará desde cero el PSC de Marketing Digital para que así los encargados de ventas sepan cómo se hacen las ventas electrónicas, como se manejan las promociones, las estrategias publicitarias y el trato con los clientes mediante las redes sociales y páginas como Mercado Libre, Amazon; así como la propia página de la empresa.

Se hará la actualización de la base de datos de los clientes, ya que hay algunos que ya quitaron sus mercerías o que cambiaron de domicilio y es importante saber antes de programar la logística de las entregas e incluirlos en las rutas.

La capacitación a los miembros de ventas es un factor muy importante, ya que la mayoría de ellos son personas que no están familiarizados con redes sociales, compra/venta en internet, ni con las herramientas digitales para hacer publicidad (carteles llamativos, diapositivas, publicaciones a través de las páginas de la empresa) y, al enseñarles cómo usar estos medios para generar clientes nuevos, ventas más exitosas y mayor reconocimiento en la República ellos también tendrán la manera de publicar la información de sus áreas sin necesidad de recurrir a terceros para lograrlo. Así como aprenderán una manera más rápida y eficaz de llegar a las personas.

Cronograma de actividades

Actividades por Quincena	Jul-1a	Jul-2a	Ago.-1a	Ago.-2a	Sep.-1a	Sep-2a	Oct-1a	Oct-2a	Nov-1a
Generar directorio de maestras de tejido de toda la república mexicana, mínimo dos por ciudad capital									
Traducir e imitar videos en DVD de tutoriales									
Crear plan de promociones para la segunda mitad del año									
Actualización de productos, colores y precios de página propia, Mercado Libre, Amazon, Facebook e Instagram									
Crear plan de contenido para redes sociales									

Generar estrategias de venta electrónica para vender más por internet									
Hacer llegar las promociones puntualmente cada jueves a las 10 am a los clientes de mayoreo y de menudeo, así como a los miembros de la Red de Tejedores Mexicanos.									
Actualizar la base de datos de clientes estatales.									
Logística de las entregas estatales.									
Elaboración y actualización de PSCs de procedimientos relacionados con el cliente y marketing digital (Anexo 4).									

Tabla 1 “Cronograma actividades por realizar”

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

12. Resultados

De acuerdo al objetivo; ser la compañía de venta de estambre número uno en México, posicionarse en un 70% de las mercerías, estambrerías y tiendas de manualidades del país a nivel estatal y nacional a través del Marketing Digital. Se posicionó más arriba en el internet, principalmente en sitios como Facebook Marketplace, fue el que mejores resultados de crecimiento nos dio, trayendo a nosotros tejedores experimentados y principiantes en el tejido, poniendo la confianza en Estambres Italia.

Objetivo Propuesto	Resultado Esperado
Realizar lista de tejedores influencers en la República Mexicana (al menos 1 tejedor por ciudad capital)	De las 113 ciudades que tiene México, conseguimos llegar a 85 personas, lo que se convierte en un 70.79% del total (Anexo 3) Pretendiendo que estos mismos tejedores ayuden a crecer poco a poco el número de miembros en la Red, así como abarcar un mayor número de ciudades de las que ya tenemos cubiertas en el mapa.
Traducir e imitar videos en DVD de tutoriales	Los DVD ya eran muy viejos por lo que no se pudo rescatar mucho material ni tampoco pudo reproducirse tal cual el video, por lo que se tomó la decisión de que cuando se pueda regresar a clases de tejido se van a grabar nuevos DVD. Este material también puede utilizarse para tutoriales en YouTube, los cuales

	<p>además de entretener y ayudar a nuestros tejedores, si logramos llegar a un número grande de espectadores incluso puede haber una remuneración monetaria por parte de YouTube.</p>
<p>Crear plan de promociones para la segunda mitad del año</p>	<p>Se crearon las promociones para el resto del año, tomando en cuenta los productos de baja rotación, así como las fechas conmemorativas en cada uno de los meses y semanas del año para así poder acoplarlo y crear ofertas que fueran congruentes con las fechas.</p> <p>Las ofertas fueron conforme las estaciones, por ejemplo en este tiempo la gente busca mucho estambre de calibre grueso para hacer tejido más calentito como son suéter, bufandas, gorros, guantes, cobijitas entre algunos otros, por lo cual es conveniente que en esta temporada se pongan en oferta estambres como el ángel y el arcángel, promocionando principalmente los que son de baja rotación para así también liberar nuestro stock de material que tenemos estancado y que nos traerá un beneficio no solo en el espacio para más colores, sino que el dinero que se pague por ellos es un buen ingreso a pesar de que estos se den a un precio un poco más bajo (Anexo 9)</p>

<p>Actualización de productos, colores y precios de página propia, Mercado Libre, Amazon, Facebook e Instagram</p>	<p>Se mantuvo actualizado cada producto, así como se agregaron los catálogos faltantes en WhatsApp Business.</p> <p>A veces en el stock se terminaban los colores que teníamos en las páginas, pero siempre se volvían a resurtir, por lo que en el tiempo que estuve a cargo de esta actividad, reactivé varios de los productos, pero nunca se dieron de baja ya que se volvían a tener en existencia, en WhatsApp Business se tenían solo unos cuantos catálogos por lo que, se tuvo que actualizar y agregar los que faltaban.</p>
<p>Crear plan de contenido para redes sociales</p>	<p>Se creó el plan de contenido para las redes sociales conforme a diferentes estrategias para llegar a los clientes potenciales y a los que ya son habituales. Mucho de lo que se busca que nos puede ayudar es que la gente comparta nuestro contenido para así llegar a más personas, por lo que el contenido debe de ser también entretenido o interesante para que la página crezca más (Anexo 10).</p>
<p>Generar estrategias de venta electrónica para vender más por internet</p>	<p>Conforme se iba avanzando en las ventas iban surgiendo diferentes ideas para aumentar las ventas electrónicas.</p> <p>Por ejemplo, conforme iba saliendo material que era de baja rotación había que generar alguna oferta o buscar la</p>

	<p>manera de que este no se quedara ahí estancado, algunos de estos estambres son las llamadas fantasías, por lo cual también optábamos por ofrecerlos, aunque la gente no mostrara tanto interés en ellos y se incluían junto con los hilos más buscados en algunas ofertas y precios especiales.</p>
<p>Hacer llegar las promociones puntualmente cada jueves a las 10 am a los clientes de mayoreo y de menudeo, así como a los miembros de la Red de Tejedores Mexicanos.</p>	<p>Cada semana el Director General me mandaba cuales eran los productos que se tenían que poner en oferta para los miembros de la red de Tejedores Mexicanos, así como para los demás clientes de mayoreo y menudeo.</p> <p>Haciendo yo una imagen en la que se diera a conocer la información para así ser publicada después y que las personas se enteraran de que es lo que estaba en oferta, muchas veces lo notaban hasta que estaban haciendo la compra y se les hacía mención, pero si había quienes estaban atentos a las publicaciones relacionadas con ofertas y de ser clientes de ofertas llegaron a subir de nivel y ser clientes de mayoreo.</p>
<p>Actualizar la base de datos de clientes estatales.</p>	<p>Se llamó a cada uno de los clientes existentes en la base de datos para así poder corroborar cuales son con los que la empresa sigue trabajando y cuáles son los</p>

	<p>que ya no están vendiendo hilo sea cual sea el motivo.</p> <p>Muchos de ellos no dejaron de vender definitivamente, sino que solo cerraron temporalmente y esos se quedaron en el sistema solamente como inactivos pero si se dio el caso en el que ya se había quitado la mercería y ya no estaban interesados en seguir trabajando con nosotros, no se borraron simplemente se dieron de baja pero ahí dejamos sus contactos, ya que en algún futuro pueden ser de ayuda proporcionando datos de tejedores importantes que estén interesados en adquirir nuestros productos o incluso maestros de tejido que puedan ser agregados a la red de tejedores mexicanos.</p>
<p>Logística de las entregas estatales</p>	<p>Se creó una lista de zonas dentro de Aguascalientes tomando en cuenta la dirección de cada uno de los clientes, se dividieron en 12 zonas las cuales fueron agrupadas por cercanía de su fraccionamiento y así poder tener una mejor organización al momento de hacer las entregas y no desviarse demasiado entre una zona y otra.</p> <p>Tome los códigos postales como referencia y fui buscando cuales eran las rutas más rápidas entre uno y otro, así fue</p>

	<p>como se definió cuáles son las rutas que es conveniente estén juntas y se haga la repartición en un solo día.</p> <p>Claro que aquí también es importante que a lo mejor no siempre van a estar comprando entonces esas rutas están sujetas a cambios conforme sean los pedidos que hay que surtir.</p> <p>También se actualizó la Identificación de Zonas de Venta de la República Mexicana (Anexo 2).</p>
<p>Seguir con las ventas al público de una manera que sea viable para todos sin poner en riesgo la salud de los clientes y de los trabajadores.</p>	<p>Las ventas por internet fueron el mejor medio para conseguirlo, muchas veces los clientes habituales de Estambres Italia nos hacían los pedidos por internet y ya solo pasaban a recogerlos o bien se le enviaban a su casa, para así evitar poner en riesgo la salud de los clientes, así como la de los empleados (Anexo 11).</p>
<p>Aprovechar las herramientas tecnológicas que se tienen a la mano y obtener un beneficio tanto para la empresa como para los clientes.</p>	<p>Haciendo uso de herramientas nuevas como lo fue Marketplace, llegamos a muchas personas nuevas, el rango principal era para que solo llegara a personas dentro de Aguascalientes al comenzar, pero como vimos que tuvo una respuesta muy buena, fue aumentado para Jalisco, Zacatecas, San Luis Potosí, entre estados colindantes también obtuvimos buena respuesta, ya que de</p>

	preguntar por una madeja terminamos vendiendo paquetes de estambre y haciendo el envío a estos estados (Anexo 13).
<p>Abrir un mercado más grande por medio del internet, ya que así podemos llegar a una audiencia nueva que esté interesada en productos que nosotros vendemos pero que anteriormente no tenían conocimiento de Estambres Italia.</p>	<p>Como el punto mencionado arriba, se comenzó a aumentar el rango de alcance conforme íbamos teniendo buena respuesta en las ventas, las personas quedaron tan satisfechas con la calidad de los estambres, que sin importar que se les cobrara el envío hacían su pedido con nosotros (Anexo 14).</p>
<p>A través de las redes sociales se obtienen recomendaciones y calificaciones buenas, por lo que entre más personas recomienden los estambres más confiabilidad se tendrá y, por lo mismo llegan más consumidores.</p>	<p>Muchas de las personas que compraban estambres después nos daban compartir o comentarios muy buenos así logrando que nuestra página tuviera recomendaciones sinceras y, en muchas de las fotos que se subían también se recibían muchos comentarios positivos de los estambres, lo cual siempre habla bien de un vendedor ante un cliente potencial.</p>
<p>Clientes objetivos en Aguascalientes que encuentren la mercancía en internet al ver que la tienda se encuentra dentro de su mismo estado tienen la oportunidad de ir a la tienda y aumentar el consumo que se iba a tener por medio de internet.</p>	<p>Sucedió principalmente en Marketplace, al ver la publicación nos preguntaban por el precio y donde se ubicaba, al saber la dirección, se quedaban sorprendidos ya que algunos incluso vivían en el mismo fraccionamiento, entonces ya acordaban pasar a la tienda y así lo hacían, iban después de conocernos gracias a una</p>

	publicación en Facebook.
--	--------------------------

Tabla 2: Resultados

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

13. Conclusiones del Proyecto

El proyecto atrajo clientes nuevos, así como personas que terminaron realmente interesadas en trabajar con nuestros estambres y poder distribuirlos en algunos otros estados, hubo personas que estaban interesadas incluso en re etiquetar los estambres y así venderlos de distinta manera, aunque sinceramente lo que se buscaba era el reconocimiento de la marca, por lo que esa fue una alternativa que aunque era interesante, no cumplía con el objetivo principal, a lo que quiero llegar con este comentario es que si se logró llegar a quienes nos tuvieran en sus estambrerías, no solo fueron compras minoritarias por internet.

Los clientes que estuvimos atendiendo durante el tiempo que duro mi estancia en la empresa, quedaron satisfechos en su mayoría con el trato y la atención que les estaba siendo dada, además de conseguir un beneficio monetario con las ventas, me sirvió mucho de experiencia, ya que comprendí como es que se debe de llegar a los clientes, aprendí mucho de todo lo que estuve haciendo.

Muchos de los consejos que me fueron dados para llegar a los clientes fueron dados por el Gerente de Ventas, quien tiene una amplia experiencia en lo que al trato a la persona influye con las compras que pueda efectuarnos.

A la par aprendí algunos tips de mercadotecnia con una persona que tiene mucha experiencia en ella, ha trabajado en asuntos de mercadotecnia por muchos años, así que sus consejos también ayudaron a que el proyecto fuera un poco más interesante, ya que la manera en la que se debe de identificar a los clientes para así poder trabajar con ellos fue de gran ayuda para así no agobiar a personas que no estaban interesadas con nuestro proyecto, pero de esas algunas nos pasaron datos de sus familiares o amigos que tienen gusto por el tejido y así pudimos llegar a las personas que si eran nuestro objetivo principal.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

Apliqué conocimientos de ventas.

Apliqué conocimientos de logística.

Apliqué conocimientos de cadena de suministros.

Manejé mejor comunicación con los clientes.

Apliqué conocimientos de PEPS para el manejo del almacén.

Adquirí habilidades de ventas a través de internet.

Adquirí habilidades de ventas en físico.

Aplique los conocimientos de Investigación de Operaciones para crear las rutas de entrega más cercanas.

Adquirí habilidades en software de ventas.

Adquirí conocimiento en el acomodo de un almacén.

Adquirí conocimiento en la ISO:9000.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

15. Fuentes de información

Estrade, J.. (2013). Social Media Mobile. En Marketing Digital(pp. 129-136). Madrid, España: Anaya Multimedia.

García, C.. (2013). El cliente social. Barcelona, España: Profit Editorial.

Maldonado, S.. (2015). Analítica Web. Madrid, España: ESIC Editorial.

Liberos, E., Núñez, Á., Bareño, R., García, R., Gutiérrez-Ulecia, C. & Pino, G.. (2014). El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. Madrid, España: ESIC Editorial.

Nicolás, M. & Grandío, M.. (2013). Estrategias de comunicación en redes sociales. Barcelona, España: gedisa editorial.

Prat, M.. (2016). Posicionamiento web: Estrategias de CEO. Barcelona, España: Ediciones ENI.

CAPÍTULO 9: ANEXOS

17. Anexos

Anexo 1 “Contrato para el cliente”



UNITEX
CONTRATO

R02 UT-7.2-01
REVISION
FECHA REVISION
RESPONSABLE: GTE. DE
VENTAS
RETENER POR: 1 año

CONTRATO # _____

Aguascalientes, Ags a de del

CONTRATO QUE CELEBRAN COMO VENDEDOR UNION TEXTIL SA CV CON DOMICILIO EN SAN JOSE #232, COL. SN CAYETANO, AGUASCALIENTES, AGS (UNITEX) Y COMO COMPRADOR _____

(CLIENTE).

1. EL PRESENTE CONTRATO ES POR TIEMPO INDEFINIDO Y PODRA SER TERMINADO POR CUALQUIERA DE LAS PARTES EN CUALQUIER MOMENTO.
2. EL CLIENTE SE COMPROMETE A PAGAR LOS PRODUCTOS COMPRADOS A UNITEX EN UN PLAZO DE _____ DIAS NATURALES A PARTIR DE LA RECEPCIÓN DE LA MERCANCÍA.
3. LOS PRECIOS QUE RIGEN EL PRESENTE CONTRATO SE ENCUENTRAN EN EL ANEXO A Y PODRAN SER MODIFICADOS EN CUALQUIER MOMENTO POR PARTE DE UNITEX, BASTANDO DAR AVISO AL CLIENTE DE LOS NUEVOS PRECIOS, MISMOS QUE ENTRARAN EN VIGOR A PARTIR DE ESE MOMENTO Y SE MODIFICARA EL ANEXO A DE ESTE CONTRATO.
4. UNITEX APLICARA UN DESCUENTO SOBRE LOS PRECIOS ESTABLECIDOS DEL ____%, SIEMPRE Y CUANDO EL CLIENTE PAGUE DENTRO DE LOS _____ DIAS NATURALES DE RECIBIDA LA MERCANCÍA Y NO TENGA NINGUNA FACTURA VENCIDA.
5. UNITEX RECIBIRA LAS DEVOLUCIONES DEL CLIENTE Y BONIFICARA A SU CUENTA LA DEVOLUCIÓN SIEMPRE Y CUANDO CUMPLA CON LAS POLÍTICAS DE DEVOLUCIONES (A07 UT-7 2.0) DE UNITEX.

UNITEX

CLIENTE

Anexo 2 “Identificación de zonas de venta dentro de la República Mexicana”



UNITEX

A04 UT-7.2-01
REVISION
FECHA REVISION
RESPONSABLE: GTE. DE VENTAS

IDENTIFICACIÓN DE ZONAS DE VENTA

LAS ZONAS DE VENTAS DE UNITEX SON LAS SIGUIENTES: NORTE, PACIFICO, CENTRO, MÉXICO Y SUR, Y SE DEFINEN COMO SIGUE:

NORTE: COMPRENDE LOS ESTADOS DE ZACATECAS, SAN LUIS POTOSÍ, DURANGO, COAHUILA, NUEVO LEON Y TAMAULIPAS.

PACIFICO: COMPRENDE LOS ESTADOS DE JALISCO, NAYARIT, COLIMA, SINALOA, SONORA, CHIHUAHUA, BAJA CALIFORNIA Y BAJA CALIFORNIA SUR. TAMBIEN SE INCLUYEN LAS SIGUIENTES CIUDADES Y POBLACIONES: LA PIEDAD, MICH., ZAMORA, MICH. Y JIQUILPAN MICH.

CENTRO: COMPRENDE LOS ESTADOS DE AGUASCALIENTES, GUANAJUATO, QUERETARO, MICHOACÁN (CON EXCEPCION DE LA PIEDAD, ZAMORA Y JIQUILPAN), HIDALGO Y TLAXCALA.

MÉXICO: COMPRENDE EL ESTADO DE MÉXICO Y EL DISTRITO FEDERAL EXCEPTO POR LAS CIUDADES, POBLACIONES Y CLIENTES DEL ANEXO 1.

SUR: COMPRENDE LOS ESTADOS DE PUEBLA, VERACRUZ, MORELOS, GUERRERO, OAXACA, CHIAPAS, TABASCO, CAMPECHE, YUCATÁN Y QUINTANA ROO.

ANEXO 1: LAS SIGUIENTES CIUDADES Y POBLACIONES: TENANCINGO, MEX., COATEPEC DE HARINAS, MEX, E IXTAPAN DE LA SAL, MEX. Y LOS SIGUIENTES CLIENTES: ARMANDO MENDOZA BARRIOS, ESTAMBRES KETZAL, MERCEDES VIVANCO, MIGUEL SÁNCHEZ, RAQUEL PORTILLO, MA TERESA GARCIA, GERARDO FLORES MONROY, JOSE ANTONIO ORTIZ JASSO, SEFERINO CARRADA, CONFECIONES ANDIANI Y ODETTE RUFEL.

ELABORO

REVISO

FECHA

Anexo 3 “Red de Tejedores Mexicanos, nombres como se encuentran en las redes”

Número	Nombre Persona	Ciudad
1	Argel Mel	CDMX
2	Ecogifts Madai	Aguascalientes
3	Marley Mendicoa//Karina Gonzalez	México
4	Ana regina Posada	México
5	Ericka Cadena	México
6	Cecilia	México
7	Falta Celular	México
8	MAFS	México
9	Gancho y Punto	Cozumel
10	Gaby Alanis de Castillo	Tampico
11	Faltan Datos	Mazatlán
12	Mis creaciones por PM	Hermosillo
13	Ebra	Playa Rosarito
14	Maya Reyes	Morelia
15	Creaciones Azuz	Xalapa
16	Mely Mendoza	México
17	Macra croch	México
18	Marisol Valencia	Ecatepec
19	Luz Cruz	México
20	Xochitl Reyes Grimaldo	México
21	Sofía	México
22	Alejandra Perrone Co	México
23	Charito Gomez Rosario	Saltillo
24	Faltan Datos	México
25	Linda Balvaneda	México
26	Lucía Maricela	Tuxtla Gutiérrez
27	Gabi cervantes	Grajales

28	Yazmín Ornelas Lopez/Itzi Bitzi Yazz	Xalapa
29	Leidy America Tziu Cupul	Valladolid
31	Pamela Flores	Tijuana
32	Cukaburra	México
33	Dpaz Dpaz	México
34	Azucena Galvez	México
35	Karina Leonor Gaspar Peña	Ensenada B.C.
36	Lessly Beltran Hernandez	Pachuca
37	Angélica Lorenzo	Estado de México
38	Susy Ramírez	Atizapán de Zaragoza
39	Leticia de Alba	San Luis Potosí
40	Clara Cruz Domínguez López	Altotonga Veracruz
41	Georgina Robledo Arellano	Concepcion del Oro Zacatecas
42	Cornelio Aquino	México
43	Georgina Pimentel Luna	Xalapa
44	Tere Godina	México
45	Laura Elena Serrano	Mexicali
46	Angélica Gastelum	Faltan datos
47	Ma. Del Carmen Acosta	Aguascalientes
48	Karla Estrella Pasos	Kansin
49	Frijoles Charros el gordo	Aguascalientes
50	Ricardo Zavaleta	Oaxaca de Juárez
51	Diana Lobe	México
52	Nadia Huerta Ruvalcaba	Tepic
53	Soledad Sandoval Dimas	México
54	Mercería Nancy	México
55	Sandra López Torres	México
56	Primores Tuxtla	México
57	Roxana Díaz	México
58	Mario de Jesús Campos Trejo	Tuxtla Gutiérrez
59	Eduardo Alejo	Los cabos

60	Iván Fabián	México
61	Aaroncho Michas	México
62	Papelería y Regalos La Maestra	México
63	Magnolia Aguilar Vidales	México
64	María de los Ángeles Ortuño Sánchez	México
65	chacharitas.club	México
66	Hombres Tejedores México	México
67	Mari Cruz	México
68	Rab Rab	México
69	Ana Avalos Tejido	México
70	Martín Santillán	México
71	Sara Ruiz Suárez	México
72	Benita Cometa Galicia Buendia	México
73	Joselyn Resendiz Encinas	México
74	Leico Mora	México
75	Tejiendo Sueños	México
76	Maria de los Angeles Ortuño Sanchez	México
77	De Lara Beatriz	México
78	Martin Santillan	México
79	Faudis Esther Araiza Fuentes	México
80	Rosa María Perez Diaz	México
81	Gabriela Feliz	México
82	Nila López	México
83	Pepe Roman	México
84	Moreno Miguel	México
85	Enrique López Pérez Maldonado	Aguascalientes

Anexo 4 “PSC Ventas por Internet y Telemarketing”

	UNITEX TÍTULO VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING	VENTAS	
		NUM. DE DOCUMENTO P-SC-7.2-02	REVISION A
PAGINAS 1	TIPO DE DOCUMENTO Procedimiento del Sistema de Calidad	NIVEL 2	

Notificación de propiedad:

La información contenida en este documento es propiedad de UNITEX Esta información no debe mostrarse, reproducirse o publicarse fuera de UNITEX sin previo permiso por escrito del Director General.

UNITEX
 Aguascalientes, Ags., México

1.0 CONTROL DEL DOCUMENTO

1.1 Documento final:

Area	Nombre/ iniciales	Firma	Fecha
Elaboró:	YAXHA SIBILLE LOPEZ MTZ.		
Revisó:			
Revisó:			
Liberó:			

1.2. Niveles de revisión

Fecha	No. de revisión	Cambios
05/10/20	---	Creación del documento

	UNITEX TÍTULO VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING	DEPARTAMENTO RESPONSABLE	
		Ventas	
PÁGINAS 2	TIPO DE DOCUMENTO Procedimiento del Sistema de Calidad	NUM. DE DOCUMENTO	REVISIÓN
		P 8C-7.2-02	A
		NIVEL	2

2.0 OBJETIVO

Posicionar la compañía como la número uno en México en 2 años, tener presencia de marca en cuando menos la mitad de las mercaderías del país, estambrierías y tiendas de manualidades del país.

3.0 ALCANCE

Aumentar las ventas mediante comercio electrónico 10% (5 toneladas por mes) sobre la venta mensual.

4.0 REFERENCIAS

- 4.1 UT-MC-4.2.2
- 4.2 PSC-7.2-01 Procesos Relacionados con el Cliente
- 4.3 PSC-8.1-02 Crédito y Cobranza

5.0 EQUIPOS, MATERIALES Y MEDIDAS DE SEGURIDAD

- 5.1 Registro y anexos indicados en el 10.0 de este procedimiento
- 5.2 Archivo
- 5.3 Computadora
- 5.4 Internet (Mercado Libre, Página propia Estambres Italia)
- 5.5 Redes sociales (Facebook Marketplace, Instagram, WhatsApp Business)
- 5.6 Caja registradora
- 5.7 Estambres y accesorios de tejido
- 5.8 Lista de precios

6.0 DEFINICIONES

6.1 **Marketing:** Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

6.2 **Marketing Digital:** También llamado mercadotecnia o mercado en línea, es una forma de marketing que utiliza los nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como internet, el móvil o el IoT.

6.3 **Telemarketing:** Servicio de venta o promoción de productos por teléfono.

6.4 **Redes Sociales:** Estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

6.5 **Mercado Libre:** Plataforma de comercio electrónico con operaciones en 18 países de América donde millones de usuarios compran y venden productos a través de Internet, en MercadoLibre venden productos pequeñas y medianas empresas, productores, fabricantes, importadores, emprendedores, minoristas, mayoristas, individuos particulares, concesionarios, entre otros.

6.6 **Página Web:** Documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, hipervínculos y muchas otras cosas,



UNITEX
TÍTULO
VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING

LICENCIAMIENTO RESPONSABLE		
Ventas		
NUM. DE DOCUMENTO		REVISION
P 8C-7.2-02		A
PAGINAS	TIPO DE DOCUMENTO	NIVEL
3	Procedimiento del Sistema de Calidad	2

adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web.

6.7 Facebook: Facebook es una compañía de origen estadounidense que ofrece servicios de redes sociales y medios sociales en línea.

6.8 Market Place: En esta plataforma, diferentes tiendas pueden anunciar sus productos, ofreciéndole de esa forma, un abanico de opciones al cliente.

6.9 IoT: El internet de las cosas es un concepto que se refiere a una interconexión digital de objetos cotidianos con internet.

6.10 WhatsApp IoT: Es una app gratuita para Android y Apple que permite a los pequeños y medianos negocios conectar de forma instantánea con sus clientes.

7.0 RESPONSABILIDADES

7.1 Director General.

- Revisar y aprobar documentación relacionada con el documento.

7.2 Jefe de Crédito y Cobranza.

- Manejo y arqueo de las cuentas donde se depositan las ventas electrónicas.

7.3 Encargado de la tienda.

- Checar las existencias de estambre que hay en tienda y almacén.
- Surtir los pedidos levantados por internet.
- Resurtido de la tienda con el objetivo de tener material suficiente para las ventas por internet.
- Entregar el pedido al chófer para que este entregue en la paquetería correspondiente en menos de 24 horas.

7.4 Encargado de comunicación y comercio digital.

- Revisar todos los días a las 8:00 am las distintas redes sociales de la empresa, así como la página propia y la cuenta de Mercado Libre.
- Contestar todos los mensajes que llegan a las distintas redes de la empresa en las que los clientes potenciales expresan sus dudas acerca de los productos y de los precios de estos.
- Tomar los pedidos que son realizados a través de Facebook, Marketplace, WhatsApp Business.
- Pasar el pedido al encargado de la tienda para que se haga el surtido.
- Hacer llegar a los clientes los catálogos electrónicos vía WhatsApp, y los catálogos físicos en caso de requerirlos.
- Hacer llegar a los clientes las ofertas semanales los jueves vía WhatsApp, separando los de menudeo de los de mayoreo.
- Actualizar los productos existentes y los colores en las páginas.
- Realizar las publicaciones relacionadas a tejido y venta de tejido cada en Facebook y en Instagram.
- Recolectar datos de tejedores, maestros de tejido y clientes actuales y potenciales para la "Red de Tejedores Mexicanos" cuando menos 1 por ciudad.
- Pasar la relación de las ventas en internet al Jefe de Crédito y Cobranza para que se haga la factura.

	UNITEX <small>TÍTULO</small> VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING	<small>LICENCIAMIENTO FUERZA RESPONSABLE</small>	
		<small>VENTAS</small>	<small>REVISIÓN</small>
		P 8C-7.2-02	A
<small>PÁGINAS</small>	4	<small>TIPO DE DOCUMENTO</small> Procedimiento del Sistema de Calidad	<small>NIVEL</small> 2

- Hacer la salida de la tienda de los productos que se venden y se envían a través de internet.

7.5 Auxiliar de facturación.

- Cotizar el precio del envío cuando es realizado por la página web, Facebook, Marketplace o WhatsApp Business.

7.6 Almacenista.

- Apoyar al encargado de la tienda proporcionándole los estambres que se vayan terminando en el stock, así como informar cuales son los que ya agotaron su existencia para darlos de baja y no seguir ofreciéndolos en la tienda física y en la digital.
- Hacer la entrada a tienda a los estambres que se vayan dando al encargado de la tienda.

8.0 ALINEAMIENTOS GENERALES

8.1 Ventas a través de la página propia de Estambres Italia: Estambres Italia cuenta con una página web (<https://www.estambresitalia.com/>) en la que se tienen los productos existentes en el stock de la tienda, junto con sus respectivos precios. Las personas que accedan a la página además de conocer los productos, pueden comprar por medio de esta plataforma. En la página web de Estambres Italia los clientes que la visitan pueden realizar su pedido, el pedido llega al correo de la página web; en el pedido aparece lo que se compró junto con el monto que fue cobrado, esta información se le pasa al encargado de la tienda que es quien surte el pedido; también se encuentran los datos del comprador, los cuáles son pasados al auxiliar de facturación para que haga la guía correspondiente. El almacenista se encarga de empaquetar los artículos que fueron vendidos, así como de pegarle la guía la cual es proporcionada por el encargado de la tienda, se hace la salida de la tienda como si hubiera sido una venta física, se llenan los datos del registro de ventas por internet (#registro). Cuando todo el proceso es terminado, se baja a vigilancia y ahí es recogido por el chofer o por la paquetería correspondiente (FedEx). Si la compra es dentro del estado (Aguascalientes) se da la opción de recogerlo en tienda, de ser así el paquete se queda preparado en la tienda para que el cliente pase por él.

8.2 Ventas a través de Mercado Libre: Cuando un cliente compra artículos a través de Mercado Libre, llega la notificación al perfil de Estambres Italia en la aplicación de Mercado o también, ingresando a través del navegador; se da la información del comprador junto con los datos de su compra, y los datos personales. Se pasan los datos al encargado de la tienda para que se haga el surtido del pedido y, se imprime la guía que es generada automáticamente por Mercado Libre, se hace la salida de la mercancía en la caja de la tienda, se llenan los datos del registro de ventas por internet (R02 PSC 7.2-02) y se lleva el pedido previamente preparado con el almacenista para que se haga el empaquetado y etiquetado. Cuando se termina el proceso se lleva el pedido a vigilancia y ahí es recogido por el chofer o por la paquetería correspondiente (DHL).

8.3 Ventas a través de Marketplace/Facebook: Cuando se realiza una venta a través de Facebook ya sea por la página de Estambres Italia



UNITEX

TÍTULO

VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING

LEOPOLDO RAMÓN FU. RESPONSABLE

Ventas

NOM. DE DOCUMENTO

REVISION

P 8C-7.2-02

A

PÁGINAS

TIPO DE DOCUMENTO

NIVEL

6

Procedimiento del Sistema de Calidad

2

(www.facebook.com/EstambresItaliaR) o por Marketplace, el pedido se toma por Messenger, se hace da el presupuesto al cliente de lo que fue pedido, así como el presupuesto del envío y se le da el número de cuenta (012010001461474100) al que se tiene que hacer el depósito. Una vez hecho el depósito y que tenemos el comprobante, se pasa el pedido al encargado de la tienda para que este proceda a hacer el surtido del pedido y se genera la guía si es un envío para otro estado, se hace la salida de la mercancía en la caja de la tienda y el llenado de datos del registro de ventas por internet (R02 PSC 7.2-02) se procede a llevar el producto a almacén para que el encargado haga el empaquetado y le pegue la guía. Una vez terminado el proceso, se lleva el pedido a vigilancia y ahí es recogido por el chofer o por la paquetería correspondiente (FedEx). Si la compra es dentro del estado (Aguascalientes) se da la opción de recogerlo en tienda, de ser así el paquete se queda preparado en la tienda para que el cliente pase por él.

8.4 Ventas a través de WhatsApp Business: La tienda tiene una cuenta de WhatsApp Business (449 205 3489), número que es proporcionado a los clientes para que puedan ver los catálogos digitales que tenemos en él, y puedan realizar pedidos a través de mensajes. Se toma el pedido del cliente y se le da su cotización junto con la cotización del envío, se proporciona el número de cuenta al que debe de hacerse el depósito (012010001461474100). Una vez realizado el pago y teniendo el comprobante, se pasa al encargado de la tienda para que este haga el surtido del pedido, se hace la guía y se hace la salida de la mercancía en la caja de la tienda y se llenan los datos del registro de ventas por internet (R02 PSC 7.2-02). Se lleva a almacén para que el almacenista haga el empaquetado y le pegue la guía. Una vez terminado el procedimiento se lleva el pedido a vigilancia y ahí es recogido por el chofer o por la paquetería correspondiente (FedEx) Si la compra es dentro del estado (Aguascalientes) se da la opción de recogerlo en tienda, de ser así el paquete se queda preparado en la tienda para que el cliente pase por él.

8.5 Retiro de dinero de Mercado Libre: Para revisar el status del dinero de lo que se ha vendido por Mercado Libre, se debe de ingresar a la página de Mercado Pago, en la que se ingresa con el usuario de Mercado libre (usuarios y contraseñas), en el menú se encuentra un apartado llamado mi dinero, ahí se consulta el saldo que se tiene y se puede retirar, la cuenta a la que se va el dinero una vez que se hace el retiro es la de Hilos y Estambres Italia 012010001461474100, una vez realizado el retiro, el dinero tarda en verse reflejado en un lapso de hasta 72 horas. Ya que el retiro fue hecho, se procede a hacer el registro en el Excel (R02 PSC 7.2-02) llenando todos los campos de este.

8.6 Relación de Ventas por Internet: Se lleva a cabo un registro de todas las ventas que se realizan a través de internet (R02 PSC 7.2-02) se llena con los datos del comprador (nombre, dirección, número telefónico), los datos de la compra, la cantidad que fue cobrada y la cantidad que se deposita a la cuenta de Hilos y Estambres Italia, ya que, en Mercado Libre la comisión que se cobra es alta y lo que deposita el cliente no es lo mismo que se ve reflejado en el dinero de Mercado Pago, también se pone el número de seguimiento, el numero de folio de la transferencia o pago y por cual medio fue hecho. Este documento es proporcionado también al jefe de Crédito y Cobranza y se hace la comparación de los datos que él tiene con los que se cuentan en el archivo.

8.7 Proyecto Red de Tejedores Mexicanos: Existe un grupo en Facebook llamado Red de Tejedores Mexicanos, el cual es administrado a través de la página de Facebook de Estambres Italia y del perfil personal al que pertenece la página: Italia López; este grupo tiene el fin de reunir a diversos profesores de tejido, influencers tejedores y tejedores en general, su propósito es tener al menos 2 personas que tejan (de



UNITEX
TÍTULO
VENTAS POR INTERNET Y TELEMARKETING

LICENCIADO RESPONSABLE	
Ventas	
NOM. DE DOCUMENTO	REVISION
P 8C-7.2-02	A
PAGINAS	NIVEL
8	2
TIPO DE DOCUMENTO Procedimiento del Sistema de Calidad	

preferencia maestros) por ciudad en el interior de la República Mexicana. Existe un registro (R01 PSC 7.2-02), que es un directorio de todos los miembros de este grupo; los datos se recolectan cuando ingresa un nuevo miembro al grupo (nombre, usuario en redes sociales, WhatsApp, correo electrónico, ciudad y estado en donde reside y los productos que utiliza con mayor regularidad).

9.0 CRITERIOS DE CALIDAD Y MANEJO DE SITUACIONES NO CONFORMES

9.1 El incumplimiento en lo dispuesto en este procedimiento amerita inmediatamente un programa de acciones correctivas, la capacitación a los usuarios de los documentos o datos y una auditoría más cerrada de los responsables que no estén cumpliendo las disposiciones establecidas.

10.0 ANEXOS Y REGISTROS

NUMERO	NOMBRE
R01 PSC 7.2-02	RED DE TEJEDORES MEXICANOS(WORK, SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD, PSC'S, PSC 7.2-02)
R02 PSC 7.2-02	VENTAS POR INTERNET(WORK, SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD, PSC'S, PSC 7.2-02)
A01 PSC 7.2-02	USUARIOS Y CONTRASENAS (WORK, SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD, PSC'S, PSC 7.2-02)
A02 PSC	Carta de presentación con la información básica de la compañía y productos que se manejan

Anexo 5 "Estambre Unicris"



Anexo 6 "Estambre Ángel"



Anexo 7 "Estambre Bicofil"



Anexo 8 "Estambre Firenze"

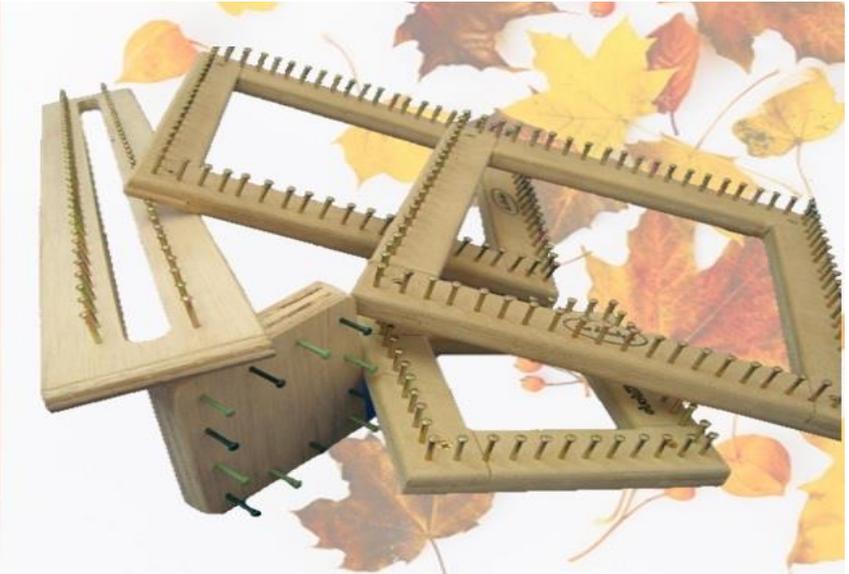


Anexo 9 "Oferta"


Tejiendo tus sueños.

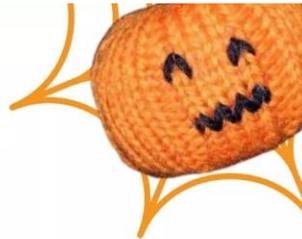
**De el jueves 10 al
jueves 17 de
Septiembre de
2020 aprovecha
nuestras ofertas en
todos los telares.**

www.estambresitalia.com



Anexo 10 "Publicidad por temporada"


Tejiendo tus sueños...



HALLOWEEN LLEGO A ESTAMBRES ITALIA

Pregunta por nuestras promociones del mes

San José #323 San Cayetano



Anexo 11 “surtido de pedidos por internet”



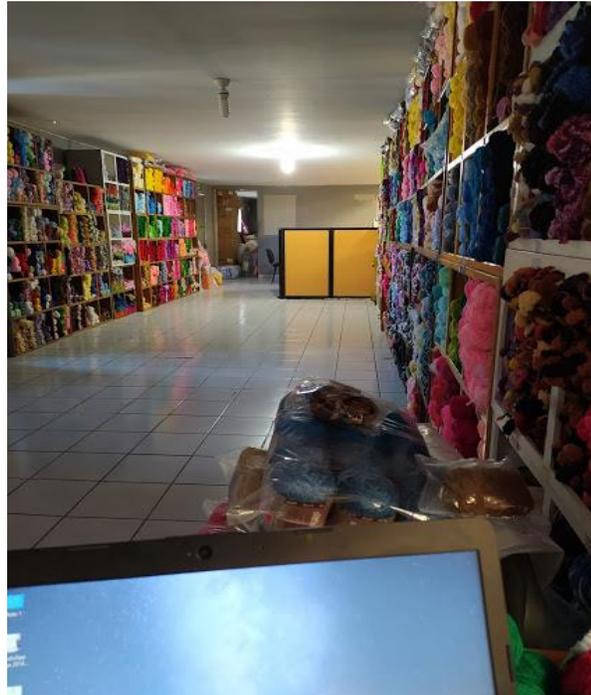
Anexo 12 “Peso métrico”



Anexo 13 “Pedido de Mercado Libre”



Anexo 14 “Pedidos listos para ser enviados”





AGUASCALIENTES AGS, 29 DE JUNIO DE 2020

ASUNTO: Carta de aceptación

MAT. Humberto Ambriz Delgadillo
Director del Instituto Tecnológico
De Pabellón de Arteaga.

Lic. Ma. Magdalena Cuevas Martínez
Jefa del departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

PRESENTE

Por este conducto, me permito informarle que el C. YAXHÁ SIBILLÉ LÓPEZ MARTÍNEZ con número de control A161050353, alumno de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial Mixta, fue aceptado para realizar su Residencia Profesional en el Proyecto MARKETING DIGITAL donde cubrirá un total de 500 horas, durante el periodo Agosto – Diciembre 2020.

Sin otro particular por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

Lic. María Teresa Velázquez Ponce de León

Jefe Recursos Humanos





AGUASCALIENTES AGS, 15 DE AGOSTO 2020

ASUNTO: Carta de aceptación

MATr. Humberto Ambriz Delgadillo
Director del Instituto Tecnológico
De Pabellón de Arteaga.

Lic. Ma. Magdalena Cuevas Martínez
Jefa del departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

PRESENTE

Por este conducto, me permito informarle que el C. **YAXHÁ SIBILLÉ LÓPEZ MARTÍNEZ** con número de control **A161050353**, alumno de la carrera de Ingeniería Industrial, fue aceptado para realizar su Residencia Profesional en el Proyecto **MARKETING DIGITAL**. Donde cubrirá un total de **500 HORAS**, durante el periodo **AGOSTO – DICIEMBRE 2020**.

Sin otro particular por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE



UNITEX
TEJIENDO TUS SUEÑOS

RECURSOS HUMANOS
UNIÓN TEXTIL INTERNACIONAL SA DE CV
Registro Patronal A0174061109
Manuel Kant 108, Col. San Cayetano, C.P. 20010
Aguascalientes, Ags. Tels. (449) 158-19-74 y 146-08-97

L.A.E Enrique López Pérez Maldonado

DIRECTOR GENERAL

TELS. 146 0896, 97, 98 Y 99 AGUASCALIENTES, AGS., MÉXICO
www.uniontextil.com.mx