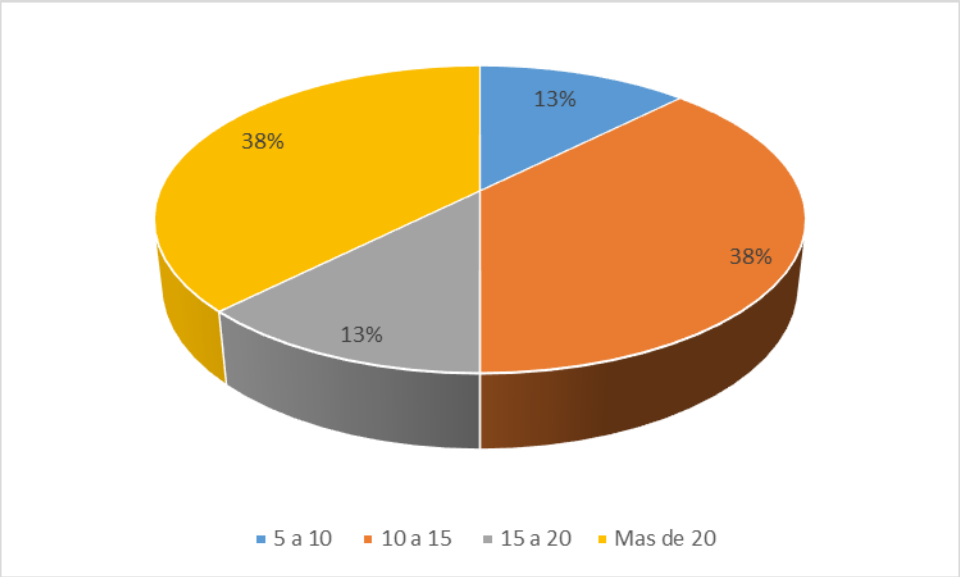
ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES

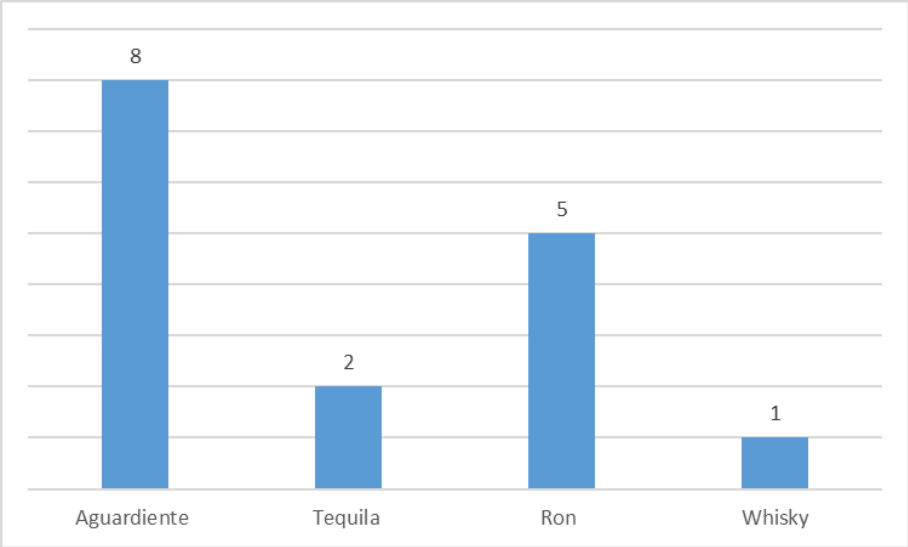
1. **¿Hace cuantos años distribuye los productos de la Industria licorera del Cauca?**



- El 38% de los distribuidores de la Industria Licorera del cauca llevan más de 20 años
- otro 38% de 10 a 15 años

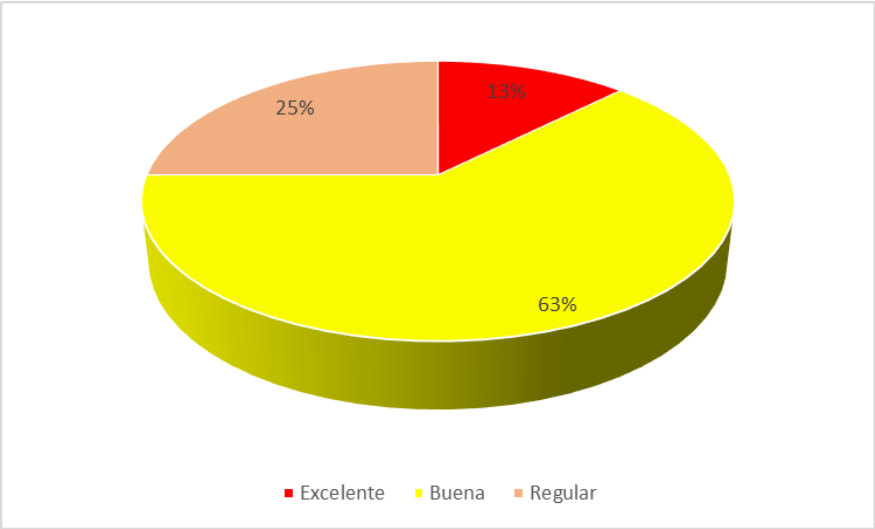
De lo anterior se concluye la fidelidad de los distribuidores a la marca permanece durante el tiempo y es una cualidad que debe cuidar la factoría.

2. **¿Cuál es el licor de mayor venta en su establecimiento?**



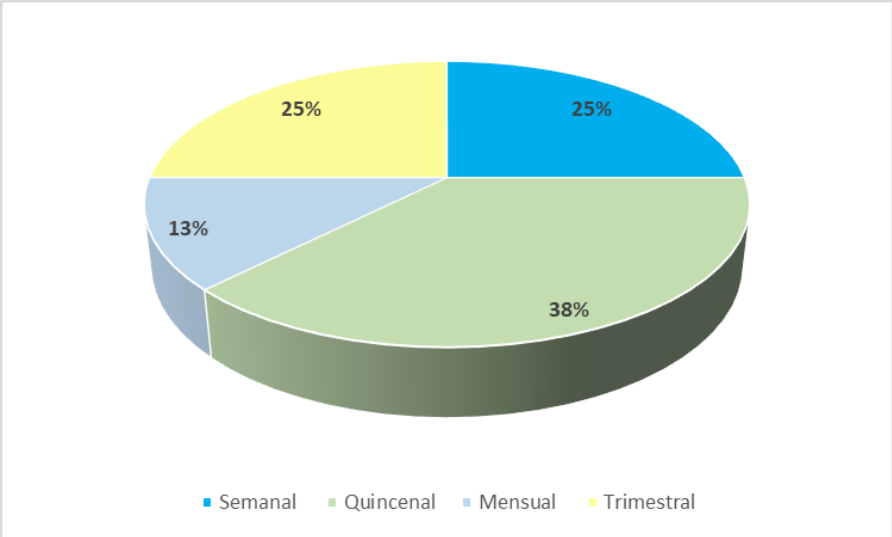
- El licor de mayor venta de los distribuidores es el aguardiente Caucano y en segundo lugar el Ron Caldas.

3. ¿Cómo ha sido la atención recibida por los funcionarios de la Industria licorera del Cauca?



- El 63% de los distribuidores respondieron que la atención recibida por los funcionarios en la empresa es buena, un 25% excelente y tan solo un 13% regular, ninguno la califica como mala.

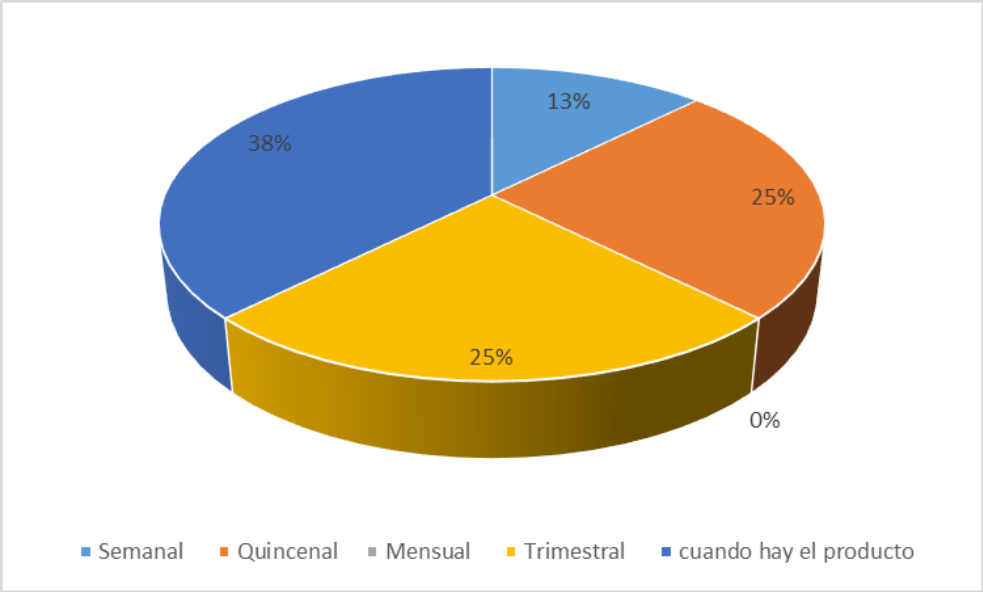
4. ¿Con que frecuencia lo visitan los funcionarios de la Industria licorera del Cauca?



- El mayor rango de periodicidad de visitas de los funcionarios de la ILC a los establecimientos de los distribuidores oscila entre semanal y quincenal con un 25% y 38% respectivamente.

Se le debe poner atención a este punto ya que para la zona Norte se tiene una mercaderista que debe realizar visitas semanales y la sede de la ILC queda en el centro del Cauca, facilitando a los funcionarios una mayor atención a este canal de distribución.

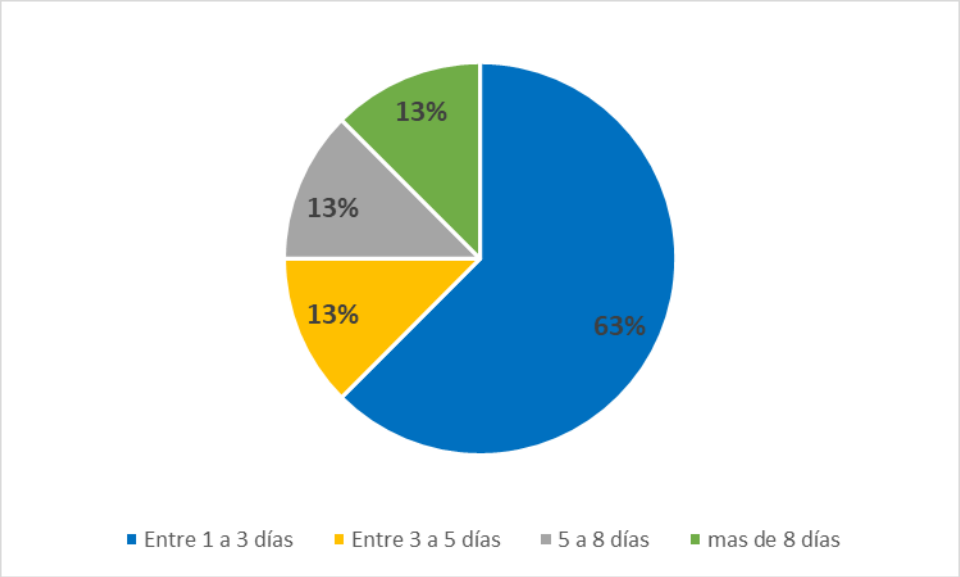
5. Con que frecuencia compra los productos de la Industria Licorera del Cauca



- El 38% de los distribuidores realizan sus pedidos semanal y quincenalmente debido a la falta de determinadas referencias que no se encuentran por los problemas conocidos de materia prima.

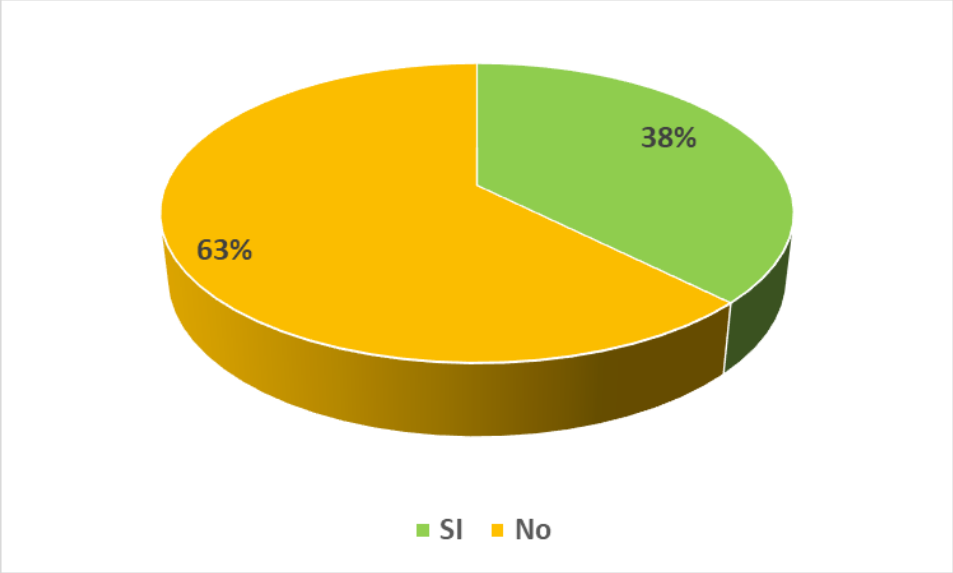
- Debido a la escases de envase de vidrio y al no contar con el producto requerido por los distribuidores varia mucho la frecuencia de pedidos y preocupa la situación de la respuesta del 38% que compran cuando hay disponibilidad del mismo.

6. Qué tiempo oscila entre su pedido y la entrega de los productos a su establecimiento



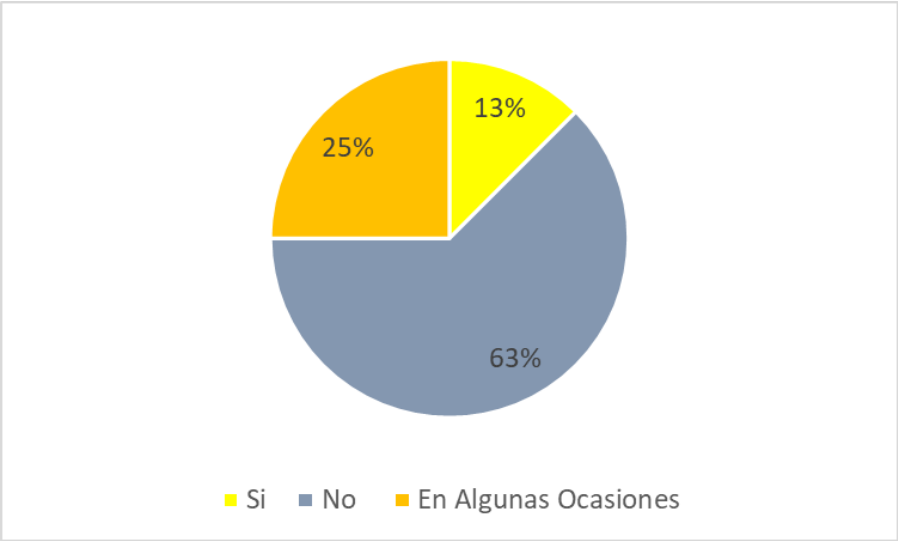
- Es de resaltar que en su mayoría los pedidos no tardan mas de una semana en llegar a su destino y el 63% oscila entre uno y tres días según informan los distribuidores.

7. Se ha sentido a gusto con la entrega de material Pop e incentivos



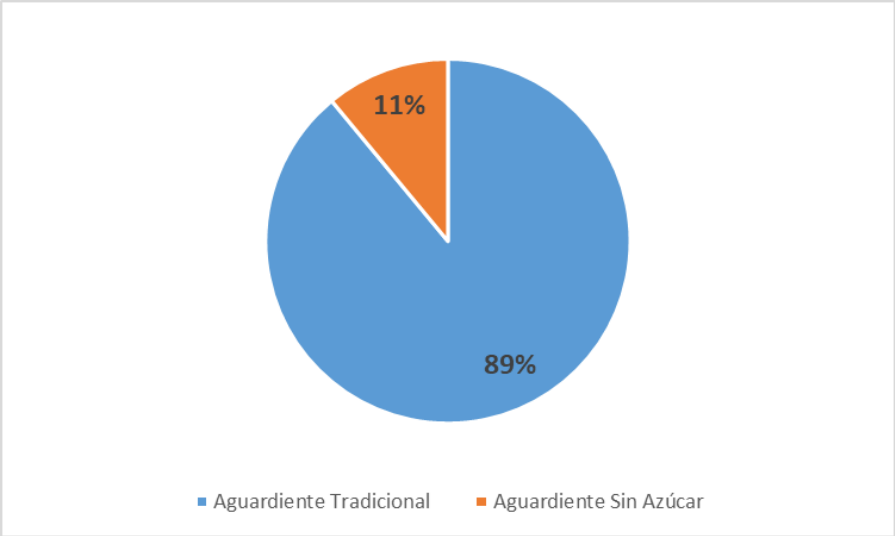
- El 63% de los distribuidores no se encuentra satisfecho con la política de incentivos y la entrega material POP, la cual debe ser revisada por la empresa para el siguiente año.

8. ¿La industria Licorera lo ha tenido en cuenta mediante el apoyo para eventos especiales como: Aniversario, festividades entre otros?

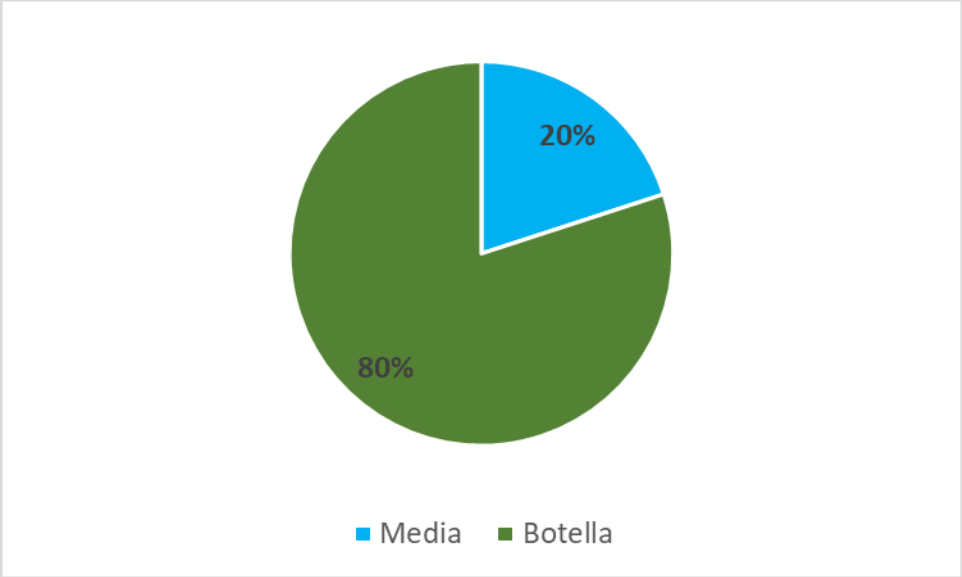


- Preocupa que los distribuidores manifiesten en un 63% que no se les tiene en cuenta para eventos, cuando en el formato de solicitud de patrocinios es requisito anexar certificación o factura de compra de los mismos o de su canal de distribución con el fin de que sean apoyados.

9. ¿De acuerdo a su percepción Cuál es el % de ventas entre aguardiente tradicional y sin azucar?

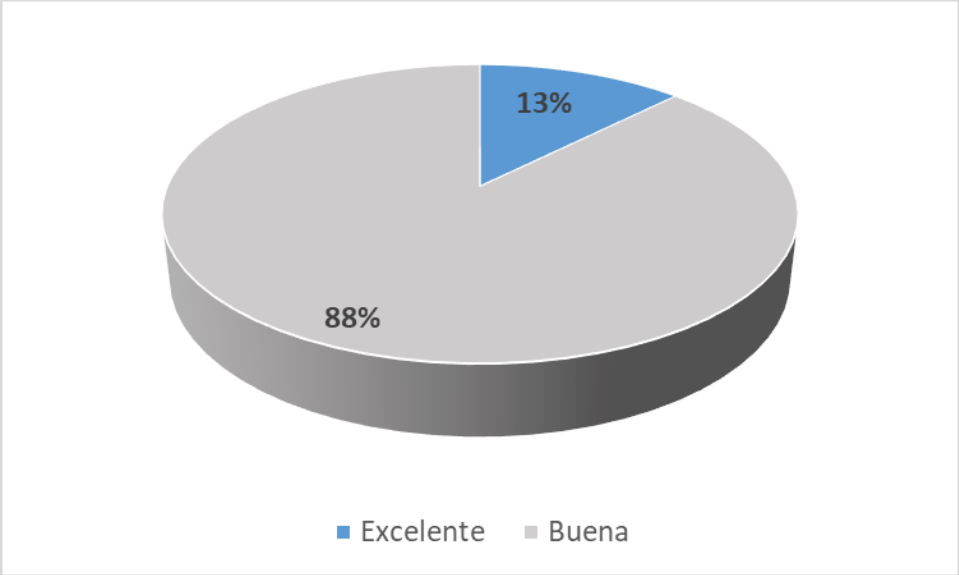


10. ¿Cuál es la presentación que más suelen comprar en su establecimiento?

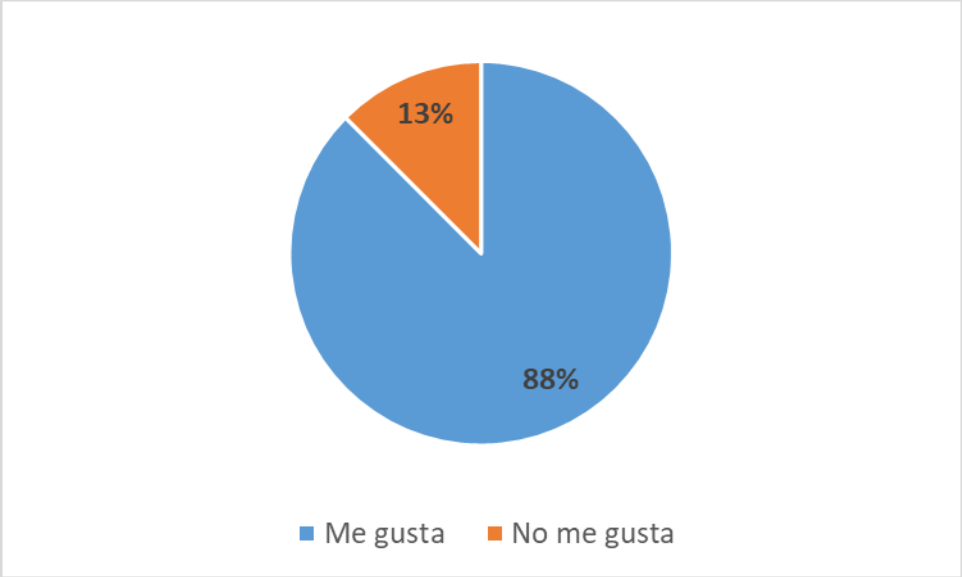


- Como se puede apreciar debido a que hace 9 meses no se produce el aguardiente en garrafa, los distribuidores perciben que ya esa presentación no existe en el mercado.

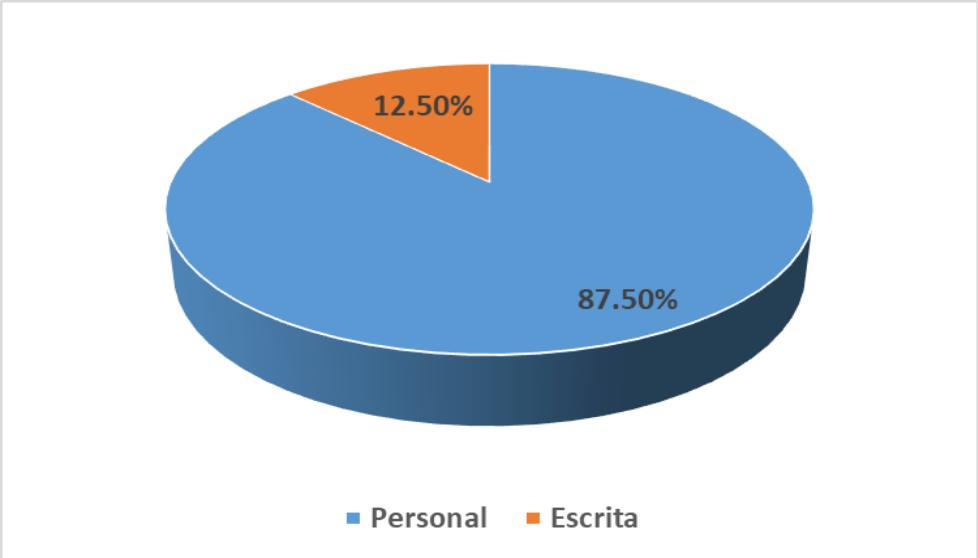
11. ¿Cuál es su percepción respecto a los productos de la ILC con respecto a la calidad y precio de los mismos?



12. ¿Que le parece la presentación de los productos de la Industria Licores del Cauca?

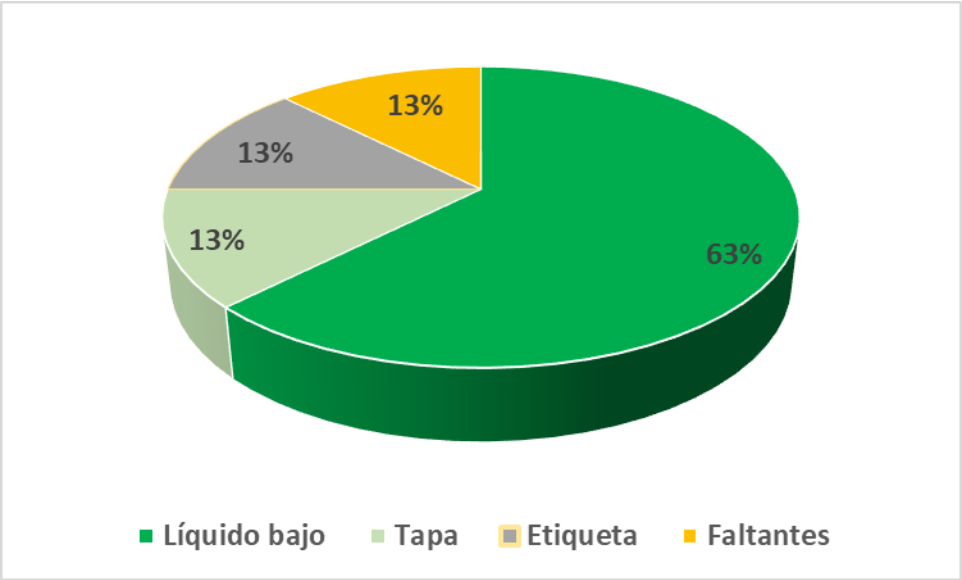


13. **¿A través de qué medio realiza un reclamo?**



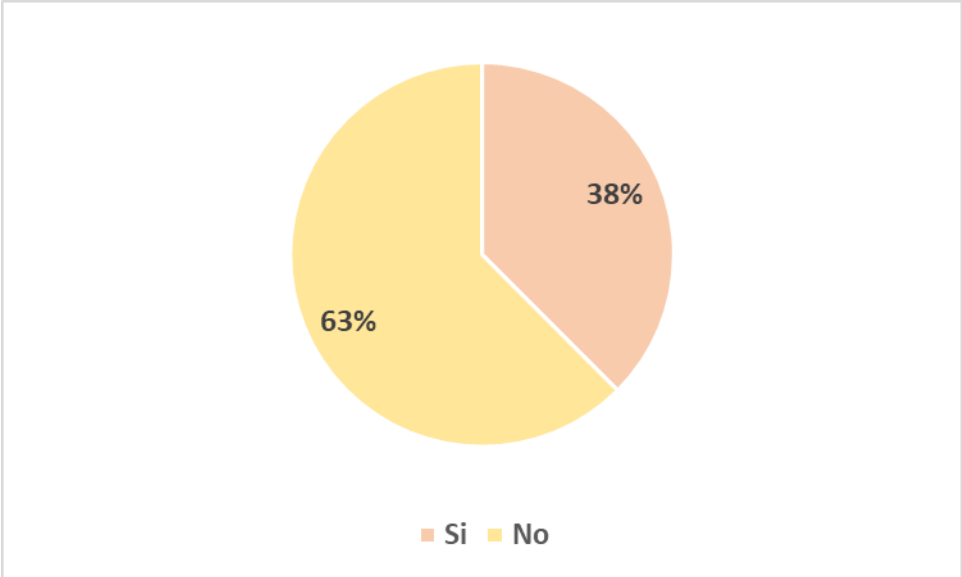
- Se debe prestar atención a los medios digitales con el fin de facilitar a los distribuidores las reclamaciones de producto, ya que ninguno hace uso de este canal.

14. ¿Cuáles son las quejas o reclamos más frecuentes que se presentan?



- La reclamación más frecuente se presenta por liquido bajo en el producto con un 63% y por tapa, etiqueta y faltantes en caja es igual en un 13%

15. ¿Se siente satisfecho con los tiempos de entrega de los reclamos realizados ante la Industria Licorera?



CONCLUSIONES

- Se debe mejorar la percepción de los clientes respecto a las vistas y la entrega material publicitario, si bien es cierto que como se mencionó anteriormente en la zona norte se tiene mercaderista y en el centro sur se hace a través de los funcionarios de la sede principal no se sienten respaldados en términos de atención y mercadeo.

- Tal y como se ve reflejado en las ventas de unos años hasta la fecha la preferencia de los consumidores se ve reflejada en el aguardiente tradicional versus el aguardiente sin azúcar con 88,50% y un 12,50% respectivamente.

- Se debe mejorar la satisfacción del cliente respecto a los tiempos de entrega que se han visto afectados por la falta de materia prima, especialmente la garrafa que no ha podido ser producida durante la presente vigencia y han hecho que se retrasen las entregas, generando descontento en los distribuidores.

- Las reclamaciones que de acuerdo a la percepción de los distribuidores se dan mayoritariamente por liquido bajo es debido a que en muchas ocasiones el envase no es uniforme, no obstante, por parte de producción se manifiesta que es la misma cantidad según su presentación la que se envasa.

- Pese a los problemas de desabastecimiento en algunas zonas por la falta de envase los distribuidores califican positivamente la atención por parte de los funcionarios de la empresa.

- Es importante recalcar que los clientes consideran el precio del producto versus la calidad del mismo como excelente en un 88% y como bueno en un 12%, situación que corrobora que se ha trabajado bien de la mano entre el área financiera y comercialización con el fin de no incrementar los precios, diferenciándolos de los sustitutos que incrementan por encima del IPC.

- Para la venta, una vez se produzca la garrafa de aguardiente Caucano es de suma importancia publicitar nuevamente el producto ya que los distribuidores y consumidores asimilan que esta presentación ha salido del mercado.

ANDRÉS FELIPE PATIÑO MONTILLA
Jefe División Comercialización
Industria Licorera del Cauca