

Proyecto: Reducción de la Pobreza y Mejoramiento del Ambiente: una Estrategia de Desarrollo Integral Sostenible.



Empresa: **MASTERPAC S.A. – BAYER DE COSTA RICA S.A.**  
País: Costa Rica

### Las empresas

#### MASTERPAC

Desde 1990, fecha de su fundación, MASTERPAC S.A. ha estado sirviendo a la industria alimentaria, farmacéutica, cosmética y química, llegando a convertirse en una industria de gran especialización en colores, sabores, fragancias y materias primas para este tipo de industria. Actualmente la empresa ofrece a sus clientes el desarrollo de productos específicos según sus necesidades.



#### BAYER

El Grupo Bayer es un grupo internacional fundado en 1863 en Alemania. Actualmente, es una de las mayores empresas de la industria químico-farmacéutica a nivel mundial. Bayer Costa Rica se fundó en 1978 y es la Sede Regional de la División Sanidad Animal.



#### RELACIÓN COMERCIAL

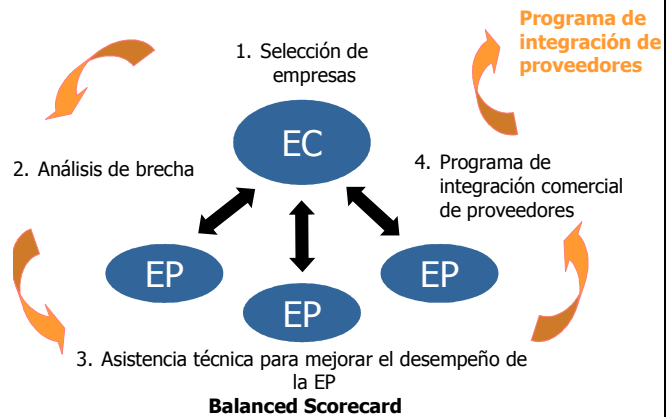
Masterpac vende a Bayer Costa Rica colorantes para suplementos vitamínicos y otros productos para animales. Como complemento a la venta de aditivos, MASTERPAC brinda servicio técnico en el desarrollo de productos nuevos, con el fin de determinar el correcto uso del colorante y definir las proporciones para la formulación.

#### Descripción del proyecto

El principal objetivo del proyecto es aumentar la competitividad de las cadenas productivas nacionales y regionales mediante el establecimiento de programas de integración comercial entre empresas de alto desempeño y sus proveedores.

El proceso inicia con la selección de la empresa proveedora meta. Luego, se identifican las variables clave de desempeño y se determina la brecha entre los requerimientos de la Empresa Cliente (EC) y lo que ofrece la Empresa Proveedora (EP). Con base en lo anterior se inicia la asistencia técnica a la EP para que mejore su estrategia y desempeño interno de acuerdo a los requerimientos de la EC.

Esta asistencia técnica se orienta con base en las perspectivas del Balanced ScoreCard, con un enfoque de mejorar la dimensión Cliente Externo, y por ende, la relación con la EC. Finalmente, con base en la asistencia técnica brindada a la EP, se identifican sus principales necesidades en términos de la relación con la EC y se brinda apoyo a la EC para que establezca las bases del Programa de Integración de Proveedores.



## Planificación Estratégica

Como parte de la asistencia técnica brindada a la EP, se llevó a cabo un proceso de planificación estratégica, utilizando como insumo de suma importancia la retroalimentación dada por Bayer.

### Resultados

#### Misión

*"Masterpac es una empresa dedicada a la investigación, manufactura y comercialización de materias primas, insumos, especialidades químicas y alimenticias, incorporando en cada producto creatividad, tecnología y calidad"*

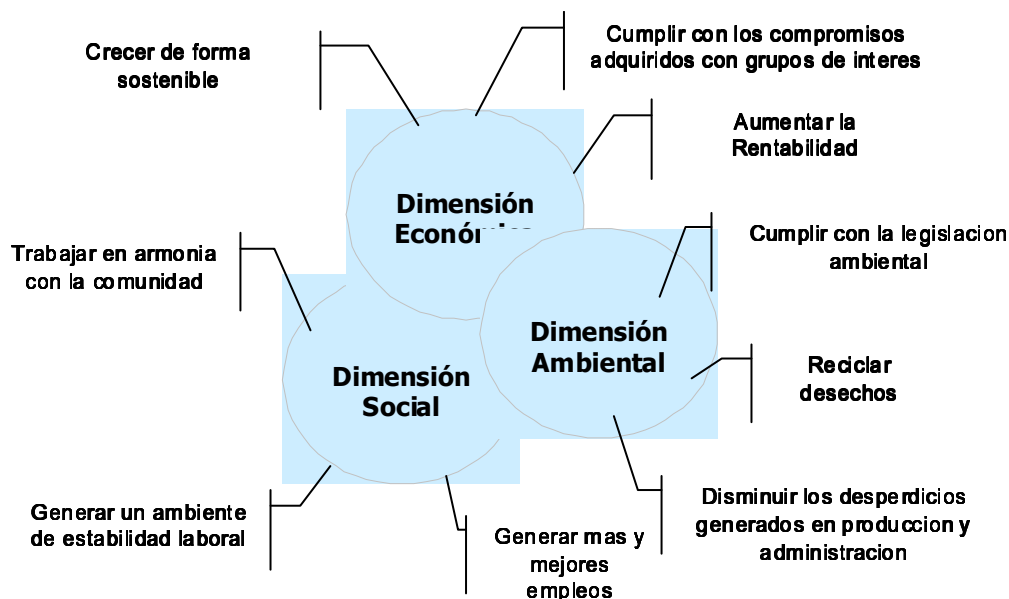
#### Visión

*"Posicionarse en el mercado de Centroamérica y el Caribe, creciendo de manera sostenible y satisfaciendo proactivamente las necesidades del cliente, a través de la excelencia en calidad, servicio, innovación y tecnología"*

#### Valores

*Amistad, Responsabilidad, Colaboración, Honestidad, Esfuerzo, Respeto.*

#### Política de sostenibilidad



#### Plan estratégico

- Esquema donde se explica la forma en que la empresa logrará sus resultados económicos, ambientales y sociales a través de la gestión en finanzas, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento.
- Definición de las áreas estratégicas o prioritarias que la empresa estableció para lograr sus metas, junto con los indicadores e iniciativas de mejora que permiten monitorear si se están cumpliendo las metas establecidas.
- Plantilla para dar seguimiento a los indicadores estratégicos.

### Proceso de ventas

De acuerdo con la retroalimentación dada por la empresa cliente BAYER, una deficiencia de MASTERPAC en su papel de proveedor es el seguimiento a la venta. Para solventar esta situación en la relación comercial con este y otros clientes se trabajó en el proceso de ventas.

#### Resultados

- Documentación del proceso de ventas, con la definición de actividades, responsables, documentos e indicadores de desempeño.
- Elaboración de los documentos machote relacionados con el proceso de ventas (ficha de cliente, guía de visita, formato de cotización, formato de ficha técnica, formato de orden de compra, certificado de análisis, encuesta de satisfacción)

#### Beneficios:

- Estandarización de la metodología, actividades y herramientas utilizadas en el proceso
- Mejora de la imagen de la empresa
- Establecimiento de mecanismos de documentación para el seguimiento a los clientes
- Apoyo y guía a los ejecutivos de ventas para asegurar una atención adecuada a sus clientes.

### Servicio al cliente

Se realizó un taller de capacitación y sesión de trabajo con la fuerza de ventas de Masterpac en la temática del servicio al cliente.

#### Resultados

- Capacitación a la fuerza de ventas respecto un modelo de Servicio al Cliente para su aplicación práctica.
- Construcción de una definición de Servicio al Cliente compartida por el equipo de ventas.
- Definición de reglas generales de conducta para llevar esta nueva definición a la práctica.

#### Beneficios:

- Involucramiento y compromiso de la fuerza de ventas con el servicio al cliente
- Reflexión de los ejecutivos acerca de la responsabilidad personal y de equipo, respecto a la calidad del servicio brindado

### Fortalecimiento de la relación comercial: Masterpac – Bayer

Como resultado del proyecto se destaca el proceso de mejora que se ha venido gestando a lo interno de MASTERPAC, cuyos resultados se han hecho visibles en el corto plazo. Asimismo, BAYER se ha beneficiado del proceso, mejorando sus prácticas para facilitar una mejor relación y servicio por parte de MASTERPAC.

El proyecto fue desarrollado bajo del Convenio de Cooperación conjunta PROCOMER – CEGESTI, en el marco el programa "*Reducción de la Pobreza y Mejoramiento del Ambiente: Una estrategia de Desarrollo Integral Sostenible*", ejecutado por CEGESTI y financiado por el Ministerio de Relaciones Exteriores del gobierno de los Países Bajos.

