


| | | |
|---|--|---------------------------------------|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|---------------------------------------|

PRACTICA EMPRESARIAL

CAROL SOFIA BAYONA PACHECO

DOCENTE

SHARON TATIANA BOHORQUEZ NIÑO

DIAGNÓSTICO, PLAN DE MEJORAMIENTO Y PLAN DE INTERVENCIÓN

**CALIDAD Y CUMPLIMIENTO EN LOS TIEMPOS DE ENTREGA DE LA
EMPRESA FULLDEKO J&M EN YOPAL CASANARE**

PRÁCTICA EMPRESARIAL

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDELLIN

2023-1




| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Tabla de contenido

| Contenido | |
|--|----|
| Lista de ilustraciones | 4 |
| Glosario | 6 |
| Introducción..... | 7 |
| 1. Título del proyecto | 8 |
| 2. Resumen del proyecto | 8 |
| 2.1 Palabras clave | 8 |
| 3. Planteamiento del problema | 9 |
| 3.1 Pregunta problematizadora | 9 |
| 4. Objetivos..... | 10 |
| 4.1 Objetivo general..... | 10 |
| 4.2 Objetivos específicos..... | 10 |
| 5. Delimitación | 11 |
| 5.1. Delimitación espacial..... | 11 |
| 5.1.1. Razón social | 15 |
| 5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa. | 16 |

| | | |
|---|---|--|
|  UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AÑEN JUNIO 21 DE 1996 | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

| | |
|---|----|
| 5.1.3. Representante legal | 16 |
| 5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa | 16 |
| 5.1.5. Misión | 17 |
| 5.1.6. Visión | 17 |
| 5.1.7. Valores corporativos | 17 |
| 5.2. Delimitación temporal | 18 |
| 6. Alcance | 19 |
| 6.1 Diseño organizacional | 19 |
| 6.1.1 Alcance del producto 1..... | 19 |
| 6.2 Plan de Intervención | 20 |
| 6.2.1 Alcance del producto 2..... | 20 |
| 6.3 Plan de Mejora..... | 20 |
| 6.3.1 Alcance del producto 3..... | 20 |
| 7. Marco teórico..... | 20 |
| 7.1 Marco Conceptual..... | 20 |
| 7.2 Estado del arte..... | 21 |
| 8. Marco metodológico..... | 25 |
| 8.1 Enfoque de investigación..... | 25 |

| | | |
|--|---|--|
|  UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AEN JUNIO 21 DE 1996 | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|--|---|--|

| | |
|---|----|
| 8.2 Tipo de Estudio | 26 |
| 8.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos | 26 |
| 8.4 Resultados de la encuesta | 29 |
| 9. Resultados y/o conclusiones..... | 32 |
| 10. Bibliografía..... | 33 |

Lista de ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Localización Full Deko J&M. Fuente: Google maps..... | 11 |
| Ilustración 2: Localización Full Deko J&M. Fuente: Google maps..... | 12 |
| Ilustración 3: Oficina y Exhibición Full Deko J&M. | 13 |
| Ilustración 4: Exhibición Cortinas Full Deko J&M. | 13 |
| Ilustración 5: Fachada Full Deko J&M. | 14 |
| Ilustración 6: Puesto de trabajo Full Deko J&M. | 15 |
| Ilustración 7: Antigua roma | |
| Ilustración 8: Basílica de Magencio | 22 |
| Ilustración 9: Ante cámara y cámara de Josefina emperatriz francesa, primera esposa de Napoleón Bonaparte..... | 23 |
| Ilustración 10: Palacio de Riofrio..... | 24 |
| Ilustración 11 Encuesta de satisfacción..... | 27 |


| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Ilustración 12: Encuesta de satisfacción.....28

Ilustración 13: Encuesta de satisfacción.....28

Ilustración 14: Porcentaje pregunta 1- Encuesta de satisfacción.....29


Ilustración 15: Porcentaje pregunta 2 - Encuesta de satisfacción.....29

Ilustración 16: Porcentaje pregunta 3 - Encuesta de satisfacción.....30

Ilustración 17: Porcentaje pregunta 1 - Encuesta de satisfacción 2.....30

Ilustración 18: Porcentaje pregunta 2: - Encuesta de satisfacción 231

Ilustración 19: Porcentaje pregunta 3 - Encuesta de satisfacción 2.....31

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Glosario


Cortina: Tela que por lo común cuelga de puertas y ventanas como adorno o para aislar la luz y de miradas ajenas (RAE, S.F)

Distribución: Para la American Marketing Asociación, la distribución (según la definición de marketing) es la comercialización y transporte de productos a los consumidores (Terms, Dictionary of Marketing Terms, 2007)

Materia Prima: Materia que una industria o fabricación necesita para transformarla en un producto (RAE, S.F)

Empresarial: Perteneciente o relativo a las empresas o a los empresarios. (RAE, S.F)


Producto: Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa (Terms, Dictionary of Marketing Terms, 2007)

| | | |
|---|---|--------------------------------------|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--------------------------------------|

Introducción

El siguiente formato entregable de prácticas se realizó en la empresa **FULL DEKO** para darle una solución viable a los fallos en tiempos de entrega de los productos, especialmente en el área de las cortinas.

Basamos lo anterior en el estudio que se realizó en el momento que se dio ingreso al proceso de práctica profesional y se pudo identificar que la empresa tiene un problema en los tiempos de entrega, ya que la materia prima que usan para dichos productos mencionados anteriormente son traídos desde el eje cafetero, Pereira Risaralda para ser más exactos, y ya que las vías de acceso con las que cuenta el departamento de Casanare no son muy buenas, se presenta retrasos en la entrega del material en bodega.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

1. Título del proyecto


Calidad y cumplimiento en los tiempos de entrega de la empresa full Deko en Yopal
Casanare

2. Resumen del proyecto

Durante los últimos tres meses del año lectivo (Mayo, junio y julio) se realizó una investigación más a fondo de la empresa FULL DEKO J&M para poder hallar fallos y falencias que se tienen, que impiden el crecimiento y expansión empresarial de la organización, basado en la investigación realizada, se buscaron soluciones tales como la búsqueda de proveedores en el mismo departamento de Casanare o cerca de él, teniendo en cuenta que una de las falencias evidenciadas fue el retraso en los tiempos de entrega en: Entrega e instalación de cortinas y persianas para interiores y exteriores, siendo así más pronta, efectiva y exitosa la entrega de nuestros productos generándoles un mayor grado de satisfacción a la clientela de FULL DEKO J&M lo cual nos lleva a un mejor posicionamiento empresarial y así mismo a su crecimiento empresarial.

2.1 Palabras clave

Cumplimiento, Encuesta, Entrega, cortinas, tiempos de entrega.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|


3. Planteamiento del problema

La empresa privada **FULL DEKO J&M** quien se registra ante la cámara de comercio de Casanare el día 07 de septiembre del año 2017, comienza sus labores en la venta, distribución e instalación de cortinas, mantenimientos y acabados para el hogar y oficina; pese a ser una empresa destacada no solo a nivel departamental, sino municipal por sus productos y servicios de calidad, se ha visto afectada por el incumplimiento en los tiempos de entrega de su producto estrella, como lo es, las cortinas.

Con base a lo anterior buscamos posibles soluciones a la problemática que enfrenta la empresa y se decidió entrar en diálogos con las transportadoras para poder lograr una mayor eficiencia a la hora de entregar la mercancía en bodega y, así mismo, la empresa **FULL DEKO J&M** pueda tener un mayor cumplimiento con sus clientes y en un tiempo determinado poder crear su propia fabrica en la ciudad, evitando continuar con dicho problema

3.1 Pregunta problematizadora

¿Cómo se podrían mejorar los tiempos de entrega en la empresa **FULL DEKO J&M**?

| | | |
|---|--|--|
|  | <p style="text-align: center;">FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|--|

4. Objetivos

4.1 Objetivo general


Identificar las causales que intervienen en los tiempos de entrega para mejorar los procesos en la empresa FULL DEKO J&M

4.2 Objetivos específicos

Determinar cuáles son las causales que intervienen en el proceso de entrega de las cortinas en la empresa Full Deko J&M

Diseñar un plan de acción que mejore los tiempos de entrega y permita cubrir adecuadamente las necesidades del cliente.

Establecer relaciones laborales con proveedores que se encuentren ubicados en zonas cercanas al departamento de Casanare.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

5. Delimitación

5.1. Delimitación espacial

La empresa **FULL DEKO J&M** se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Yopal Casanare en la Carrera 25 N° 10-25, quien cuenta con una entrada única tanto para el personal que labora en la empresa y para clientes visitantes

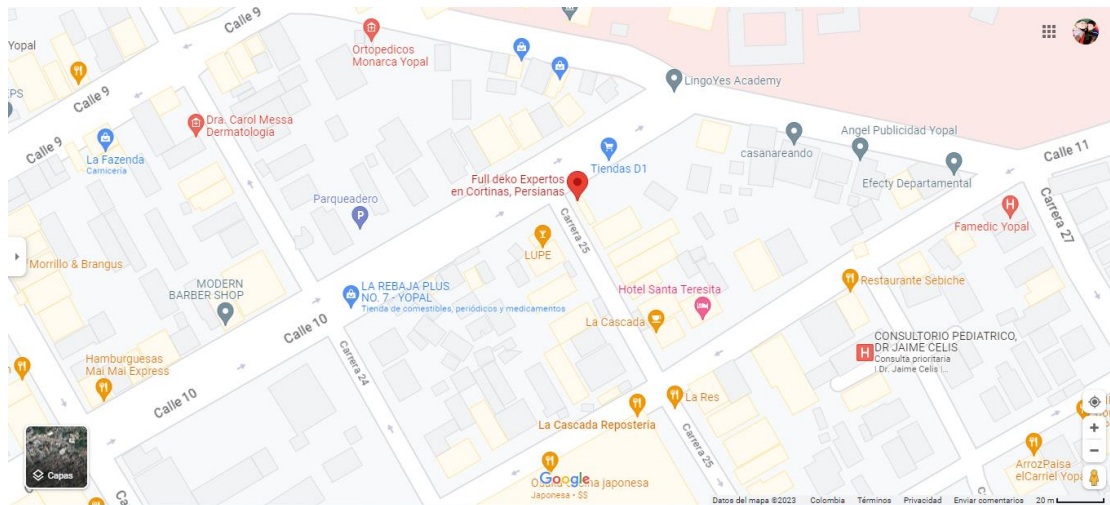


Ilustración 1: Localización Full Deko J&M. Fuente: Google maps



Ilustración 2: Localización Full Deko J&M. Fuente: Google maps



Ilustración 3: Oficina y Exhibición Full Deko J&M.



Ilustración 4: Exhibición Cortinas Full Deko J&M.




Ilustración 5: Fachada Full Deko J&M.



Ilustración 6: Puesto de trabajo Full Deko J&M.

5.1.1. Razón social

La empresa quien legalmente actúa ante la cámara de comercio de Casanare se registra con el nombre de Full *Deko J & M* con Nit: 42132414-5

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa.

Descripción de la actividad económica: comercio de maquinaria y equipo, publicidad, comercio de papelería, terminación y acabado de obras.

Actividad principal: G4659 - comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.

Actividad secundaria: M7310 - publicidad

Otras actividades: G4761 - comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados


Otras actividades: f4330 - terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil

5.1.3. Representante legal

Nancy Stella Zuluaga Ballesteros con identificación N° 42132414 quien actúa como representante legal de la empresa **FULL DEKO J&M** con Nit: 42132414-5

5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa

FULL DEKO J&M nace como un almacén de persianas y cortinas en el año 2017. Con el pasar de los años, el trabajo incansable de nuestros colaboradores, la confianza de nuestros clientes y nuestro constante interés en el desarrollo de nuestros productos y soluciones para el cubrimiento y decoración de ventanas nos hemos convertido en una marca orgullosamente casanareña, reconocida y querida por nuestros clientes.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Somos una empresa privada de carácter comercial que se dedica desde el año 2017 a la producción, comercialización, cubrimiento, decoración de ventanas y la protección solar llegando así a incursionar en los últimos años con una línea de productos tales como: películas de control solar, carpintería, mobiliario institucional, hospitalario y escolar. Nuestra empresa de cortinas, así como nuestra oficina está ubicada en el casco urbano en la ciudad de Yopal en el departamento de Casanare, disponemos de una única Sede comercial, actualmente.

5.1.5. Misión


La misión fundamental de **FULL DEKO** es mejorar el ambiente de tu espacio, brindando asesoría personalizada y productos diversos en decoración para tu hogar y oficina.

5.1.6. Visión

Para el 2028 **FULL DEKO** se posicionará como la mejor empresa regional en la decoración de interiores y acabados para el hogar, especialmente en el cubrimiento de ventanas, ofreciendo productos y servicios de alta calidad en diseño y decoración, orientados a la satisfacción de nuestros clientes y así otorgarles una mejor calidad de vida

5.1.7. Valores corporativos

- Honestidad
- Puntualidad
- Trabajo en equipo
- Respeto

| | | |
|---|--|--|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|--|


- Integridad

- Calidad

- Tolerancia

5.2. Delimitación temporal

| ACTIVIDAD ADES | MAYO 2023 | | | | JUNIO 2023 | | | | JULIO 2023 | | | |
|---|-----------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| Análisis | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| previo y recopilación de información | | | | | | | | | | | | |
| Identificación de problemática y desarrollo teórico | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y socialización de | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|--|---|--|
|  UNIREMINGTON® CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AÑEN JUNIO 21 DE 1996 | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|--|---|--|

| | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| material a empleados. | | | | | | | | | | | | |
| Recolección de datos. | | | | | | | | | | | | |
| Análisis de resultados y conclusiones | | | | | | | | | | | | |


6. Alcance

6.1 Diseño organizacional

Determinar cuales son las causales que intervienen en el proceso de entrega de las cortinas en la empresa ***FULL DEKO J&M***

6.1.1 Alcance del producto 1

Con fundamento en la encuesta realizada, se determinaron los puntos en los que los clientes presentan mayor inconformidad en relación a la entrega del producto de cortinas y persianas de la empresa ***FULL DEKO J&M***

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

6.2 Plan de Intervención

Diseñar un plan de acción que mejore los tiempos de entrega y permita cubrir adecuadamente las necesidades del cliente.

6.2.1 Alcance del producto 2

En esta etapa se entrará en la búsqueda de nuevos proveedores de materia prima para la elaboración de cortinas que se encuentren ubicados lo mas cerca al departamento de Casanare

6.3 Plan de Mejora

Establecer relaciones laborales con proveedores que se encuentren ubicados en zonas cercanas al departamento de Casanare.

6.3.1 Alcance del producto 3


Con el propósito de verificar que el proyecto dio un buen resultado, se realizaran encuestas nuevamente a los clientes y se hará una tabla comparativa para observar el progreso que se obtuvo con los cambios implementados

7. Marco teórico

7.1 Marco Conceptual

Administración de empresas: Es un método y práctica organizacional basado en la gestión de sociedades mercantiles con el objetivo de llevarlas a su mayor optimización posible.

(GALAN, 2019)

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|


Cortina: La palabra cortina, etimológicamente, proviene del latín “cortina”, y significa «velo». Las cortinas son, por lo tanto, aquellas cosas que impiden ver, sentir o escuchar otras cosas o situaciones, ocultándolas total o parcialmente. (Fingermann, 2010)

Administración de negocios internacionales: La Administración de Negocios Internacionales se centra en las disciplinas empresariales clave dentro de un contexto internacional, ya sean los fundamentos de finanzas, el marketing, las cadenas de suministro, los recursos humanos y las operaciones. Además, se aplican técnicas, conceptos y procesos administrativos basados en el entorno global actual y en algunas necesidades emergentes. Si estudias esta carrera, desarrollarás una amplia gama de aptitudes transferibles, desde la investigación y planificación hasta la presentación de informes. (Peru, Universidad Autonoma del Peru , S.F)

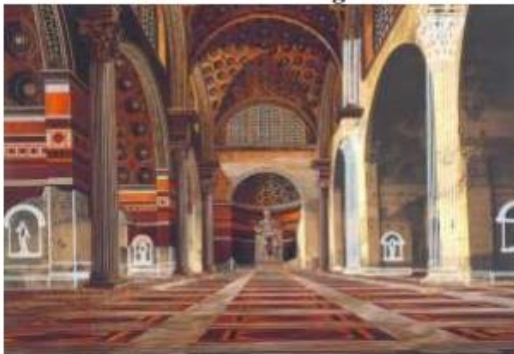
Cliente: Es el comprador potencial o real de los productos o servicios" (Association, 2009)

7.2 Estado del arte

Origen – historia (línea de tiempo) La necesidad de proteger, decorar, separar y controlar los ambientes nace en la antigua Grecia, entre el 1200 a.C y el 146 a. C, con el teatro griego el cual era entendido como un telón, que decoraba o contextualizaba el acto. Desde otra perspectiva, las cortinas también se usaban para cubrir y dividir diferentes áreas y objetos del templo de

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Salomón. por otro lado, el paganismo antiguo, cubría sus imágenes con una cortina, lo que le permitía proteger y mantener la intimidad de la imagen. (ALVAREZ, 2016)



Tomada de Ven al mundo Clásico

Ilustración 7: Antigua roma




Tomada de bloespot

Ilustración 8: Basílica de Magencio

En la antigua Roma, alrededor de 753 A.C, el uso de las cortinas fue uno de los puntos que el rey Atalo II destacó, con el fin de decorar los espacios. Razón por la cual se empezaron a usar con fines domésticos. Se cubrían paredes y ventanas para proteger y decorar los espacios. Los materiales más usados eran la seda, el terciopelo y el damasco. (ALVAREZ, 2016)

Durante el renacimiento, las cortinas eran parte de los adornos reales, permitían repartir las zonas interiores de los castillos. Además, se usaban para decorar las paredes de los salones sociales más importantes y los corredores, donde iban de techo a piso. También se popularizan los diseños vegetales y animales de caza en las cortinas y figuras geométricas típicas de oriente, estas se comercializaban en los viajes de la nobleza.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Paralelamente surge la necesidad de cubrir las pequeñas ventanas de los castillos en época de invierno donde se pretendía proteger el espacio y las personas del frío. Los materiales más comunes eran el terciopelo, el damasco. (ALVAREZ, 2016)



Ilustración 9: Ante cámara y cámara de Josefina emperatriz francesa, primera esposa de Napoleón Bonaparte

Con la llegada del barroco, donde los movimientos artísticos tuvieron gran bagaje, empezaron a hacer cortinas de seda, El tamaño de las ventanas comunes aumento, en algunos casos iban de techo a piso. Así pues, el espacio estaba determinado por la combinación de las cortinas con muebles tapizados. El cortinaje se determina como una base fundamental para lo que hoy se llamaría el diseño de interiores. Así pues, los drapeados (telas con ciertos dobleces que determinan una caída en especial) cobraron gran importancia.

La llegada de Napoleón al poder genera un gran impulsó para el área del tejido. Con el fin de reducir el chisme en los pasillos de los castillos aparece el tejido relleno, donde los muros, puertas y ventanas eran adornadas con telas drapeadas, guateadas y pintadas. Por otro lado, la

cama de la realeza era cubierta por pesados doseles, cortinas en cada uno de sus lados, con el fin de proteger a las personas del frío, pero también con el fin de dar un ambiente, un espacio de mayor intimidad a quienes pertenecía la cama. (ALVAREZ, 2016)




Tomada del periódico ABC

Ilustración 10: Palacio de Riofrio

Ahora bien, es muy importante destacar características de la segunda mitad del siglo XVII, donde confeccionaban diseños muy elaborados y pesados ya que se confeccionaba con mucha tela, aspecto que iría cambiando con el tiempo a modelos más sencillos que tuvieran en cuenta el tamaño del cuarto, mayor iluminación y la relación con los tonos de las paredes y el espacio, ya que el contraste del espacio y las cortinas era uno de los principios más importantes del diseño interior.

La herencia de la importancia de decorar y apropiarse de los espacios viene desde el nacimiento del producto, a partir de las épocas se han conocido diferentes tendencias que

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

combinan materiales, mecanismos y estilos. A partir, de las cuales hoy en día se da la posibilidad de personalización de acuerdo con el gusto y el espacio que de cada quien desea construir para el desarrollo de su propio hogar. (ALVAREZ, 2016)


8. Marco metodológico

8.1 Enfoque de investigación

Para este proyecto se busca realizar un diagnóstico que permita determinar las fortalezas y las debilidades de forma interna y externa de la empresa. Una vez determinadas las principales causas del planteamiento del problema se procede a desarrollar estrategias para implementar un nuevo modelo comercial que permita ser más efectivos y eficientes a la hora de la entrega de los productos

La primera etapa es un análisis que permita detectar los problemas a nivel interno de la organización que puedan estar evitando el aumento de las ventas, con el objetivo de buscar soluciones que nos permitan fidelizar nuevos clientes.

Para la etapa diagnostico se utilizan los resultados arrojados por el análisis con el fin de construir de la matriz que nos permita reconocer las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, en la creación de objetivos, estrategias y directrices para el óptimo funcionamiento de la empresa para obtener mayores ventas.

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|


8.2 Tipo de Estudio

El método de investigación utilizado para este proyecto es la metodología cuantitativa o concluyente que permitirá la toma de una muestra de mayor tamaño obteniendo información a gran escala.

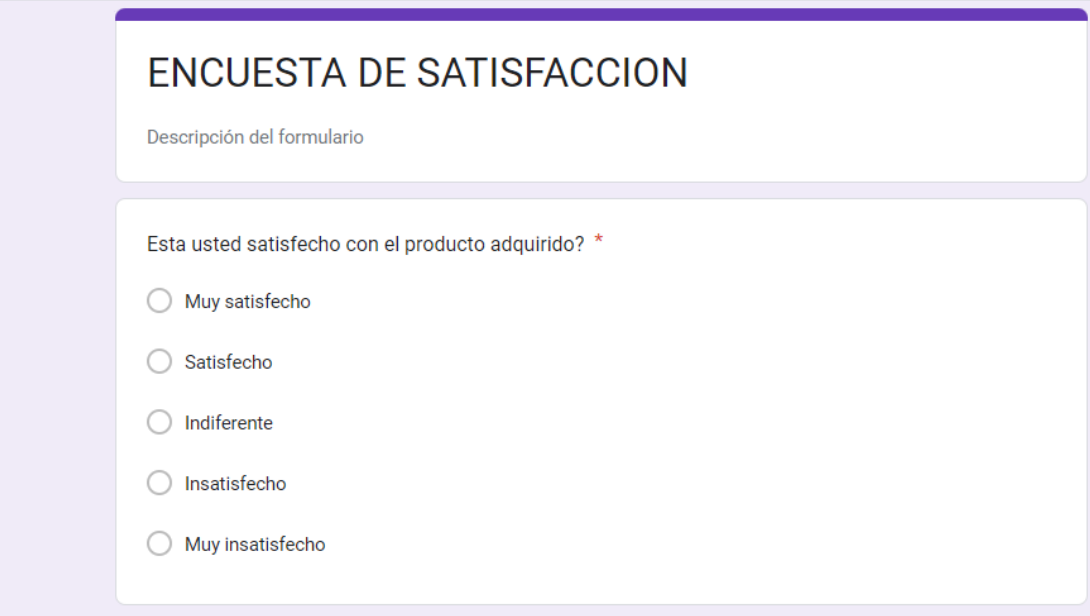
La metodología cuantitativa busca por medio de la recolección de datos y el análisis de estos, responder hipótesis con que se construya una teoría, en el caso del presente proyecto es utilizada como herramienta que permite la medición del manejo de los clientes de FULL DEKO J&M, generando las variables que permitan la delimitación de los objetivos y estrategias.

8.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos que se implemento fue una encuesta, para ello se utilizó la aplicación de Google forms, en las que se realizara un cuestionario directo, cerrado, libre de preguntas sugestivas, que abordará de forma concreta tres preguntas relacionadas con la experiencia de compra de los clientes desde la atención al cliente recibida por los colaboradores, hasta la satisfacción con el producto adquirido; la encuesta se aplicara de forma digital y se enlazara con los correos de cada cliente que la diligencie para soportar en la base de datos que se

| | | |
|---|---|--------------------------------------|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--------------------------------------|

incluirá en los anexos.




ENCUESTA DE SATISFACCION

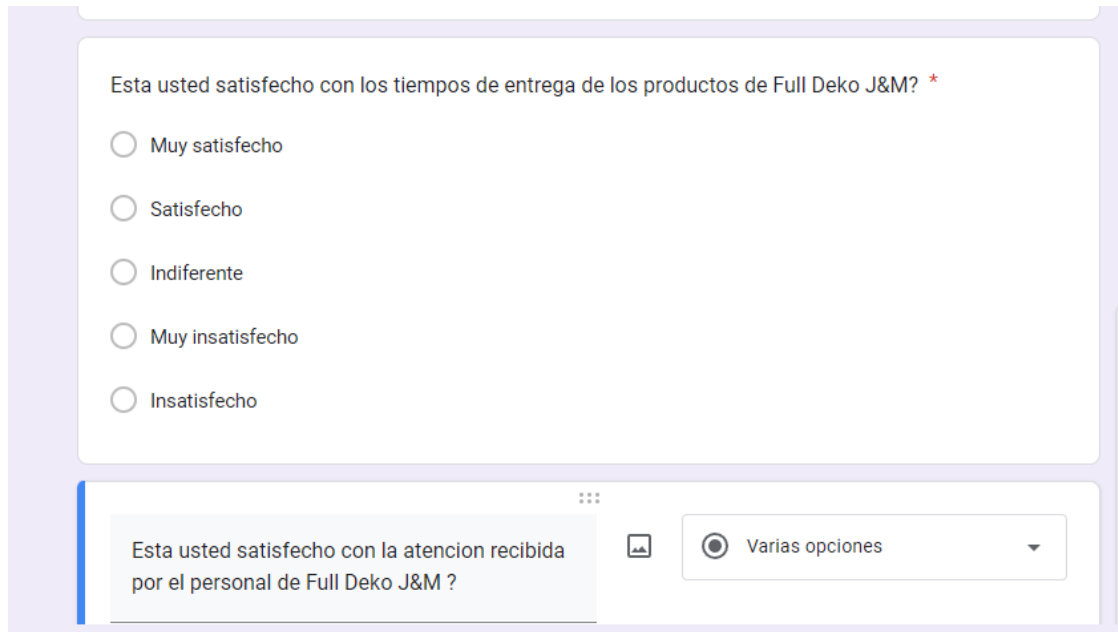
Descripción del formulario

Esta usted satisfecho con el producto adquirido? *

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Indiferente
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

Ilustración 11 Encuesta de satisfacción

| | | |
|---|--|--|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|--|



Esta usted satisfecho con los tiempos de entrega de los productos de Full Deko J&M? *

Muy satisfecho

Satisfecho

Indiferente

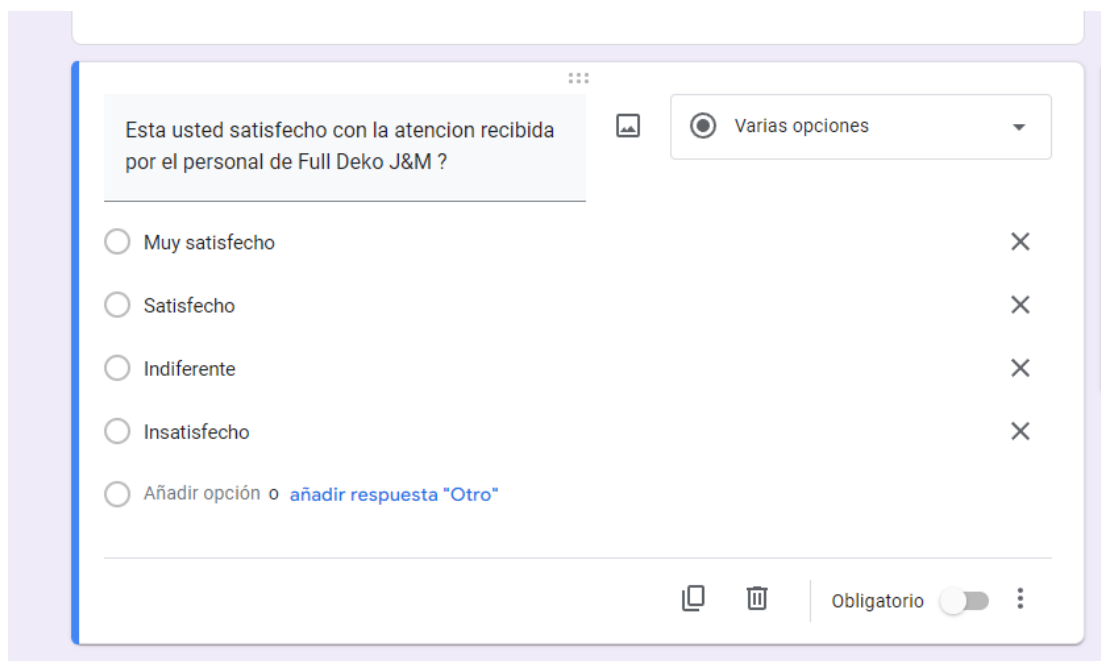
Muy insatisfecho

Insatisfecho

Esta usted satisfecho con la atencion recibida por el personal de Full Deko J&M ?

Varias opciones

Ilustración 12: Encuesta de satisfacción



Esta usted satisfecho con la atencion recibida por el personal de Full Deko J&M ?

Varias opciones

Muy satisfecho

Satisfecho


Indiferente

Insatisfecho

Añadir opción o añadir respuesta "Otro"

Obligatorio

Ilustración 13 Encuesta de satisfacción

| | | |
|---|--|--|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|--|

8.4 Resultados de la encuesta

Teniendo en cuenta que la encuesta fue realizada a 10 personas consumidoras de los productos de cortinas en la empresa Full Deko J&M los resultados de satisfacción o insatisfacción quedan tabulados de la siguiente forma

Esta usted satisfecho con el producto adquirido?
10 respuestas

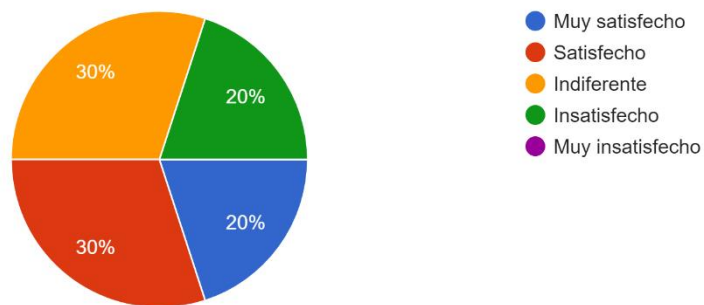


Ilustración 14: Porcentaje pregunta 1- Encuesta de satisfacción

Esta usted satisfecho con los tiempos de entrega de los productos de Full Deko J&M?
10 respuestas

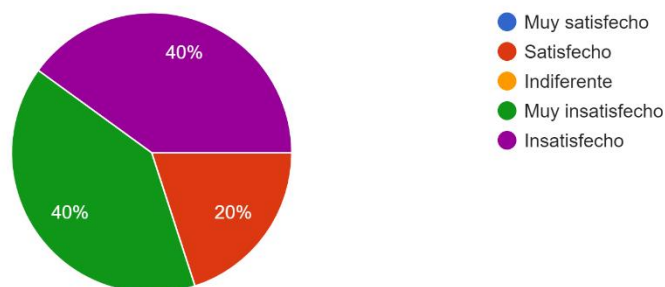



Ilustración 15: Porcentaje pregunta 2 - Encuesta de satisfacción

| | | |
|---|--|--|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|--|--|

Esta usted satisfecho con la atención recibida por el personal de Full Deko J&M ?
10 respuestas

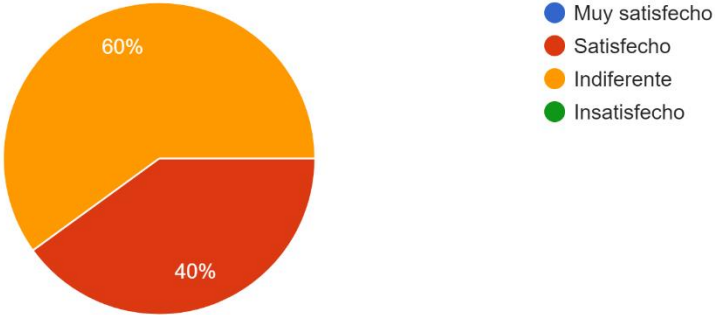


Ilustración 16: Porcentaje pregunta 3 -Encuesta de satisfacción

Basado en los resultados obtenidos, se decidió emprender la búsqueda de un nuevo proveedor mas cerca al departamento de Casanare y hacer una nueva encuesta de satisfacción con las mismas preguntas realizadas en la primera y los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Esta usted satisfecho con el producto adquirido?
10 respuestas

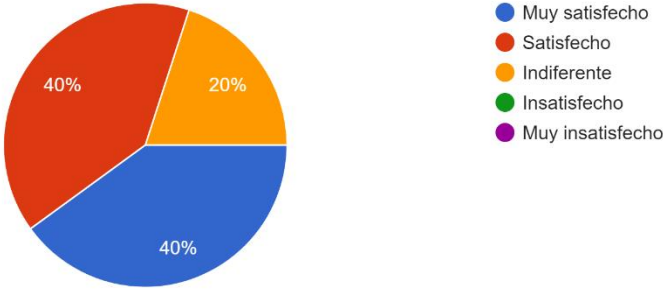


Ilustración 17: Porcentaje pregunta 1 -Encuesta de satisfacción 2

Esta usted satisfecho con los tiempos de entrega de los productos de Full Deko J&m?

10 respuestas

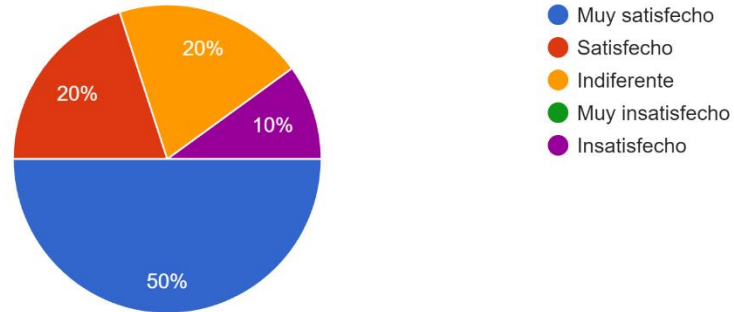


Ilustración 18: Porcentaje pregunta 2: - Encuesta de satisfacción 2

Esta usted satisfecho con la atención recibida por el personal de Full Deko J&M ?

10 respuestas

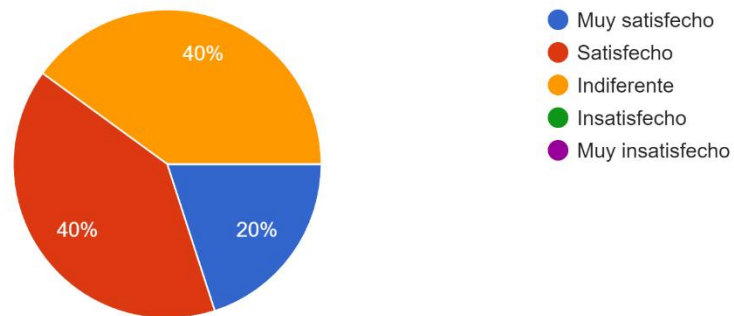




Ilustración 19: Porcentaje pregunta 3 - Encuesta de satisfacción 2

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Con estos resultados es posible determinar que el rango de mejora que se logró con el cambio de proveedores cercanos al departamento fue de casi un 100%, con un de satisfacción en los tiempos de entrega.

9. Resultados y/o conclusiones

Con base al estudio realizado durante los últimos tres meses (Mayo, junio y julio) se pudo observar la falta de compromiso en la empresa **FULL DEKO J&M**, en cuanto a los tiempos de entrega de los productos, en este caso las cortinas, desde un comienzo se hizo un planteamiento de alternativas para darle una pronta solución a la problemática la cual fue iniciar la búsqueda de nuevos proveedores cercanos, el resultado de esta acción se estima que sirva para aumentar la satisfacción del cliente y así, estos mismos lleven a un mejor posicionamiento empresarial la compañía, en el último mes se realizó una prueba haciendo un pedido a una empresa en el municipio del meta llamada FLEXALUM y se pudo evidenciar que hubo una reducción en los tiempos de espera para la entrega del material, llevando así a cabo el ensamble e instalación de las cortinas de una formas más rápida y eficiente para el cliente final, por consiguiente la empresa **FULL DEKO J&M** ha decidido continuar teniendo relaciones laborales con la empresa FLEXALUM para el suministro de insumos y-o materia prima para la fabricación de las cortinas.

| | | |
|---|---|--|
|  <p>UNIREMINGTON CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</p> | <p align="center">FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p> | <p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p> |
|---|---|--|

10. Bibliografía

Alvarez. (2016). Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/38083/Valentina%20Arango%20Valencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ALVAREZ. (2016). Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/38083/Valentina%20Arango%20Valencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Association, A. M. (22 de Julio de 2009). *Marketingpower.com*. Obtenido de

http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C

Fingermann. (16 de Diciembre de 2010). *DeConceptos.com*. Obtenido de

<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/cortina>


Fingermann, H. (16 de Diciembre de 2010). <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/cortina>.

GALAN, J. S. (16 de Diciembre de 2019). *ECONOMIPEDIA* . Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/administracion-de-empresas.html>

Peru, U. A. (S.F). *Universidad Autonoma del Peru* . Obtenido de

<https://www.autonoma.pe/comunidad/blogs/que-es-administracion-negocios-internacionales/#:~:text=%C2%BFEn%20qu%C3%A9%20consiste%20la%20Administraci%C3%B3n,recursos%20humanos%20y%20las%20operaciones.>

| | | |
|---|---|--|
|  | FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES | CÓDIGO: VERSIÓN: 01 |
|---|---|--|

Peru, U. A. (S.F). *Universidad Autonoma del Peru* . Obtenido de

<https://www.autonoma.pe/comunidad/blogs/que-es-administracion-negocios-internacionales/#:~:text=%C2%BFEn%20qu%C3%A9%20consiste%20la%20Administraci%C3%B3n,recursos%20humanos%20y%20las%20operaciones.>

RAE. (S.F).

Terms, D. o. (abril del 2007.).

Terms, D. o. (2007). *Dictionary of Marketing Terms*.

Thompson. (2009).

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU . (S.F.).

Xinergia web, i. (2020).