



TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

**“AUMENTO DE INGRESOS: ESTRATEGIAS DE PROYECCIÓN DE VENTAS EN EL
SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN CON ENFOQUE EN IMPLEMENTACION DE
COMISIONES LABORALES”**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

ESTUDIANTE: ANA MARIA JIMENEZ RESTREPO
TUTOR: FEIBERT ALIRIO GUZMAN PEREZ
OPCIÓN DE TRABAJO DE GRADO VALIDACIÓN DE FUNCIONES
2024

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

Agradecimientos

Primero que todo quiero agradecerle a Dios por permitirme estar más cerca de una meta tan esperada como es graduarme.

Le agradezco a mi pareja, por estar cada día para mí, por impulsarme a estudiar, por enseñarme con mil experiencias distintas todo lo que puedo lograr, por dar cada paso conmigo, por secar mis lágrimas en aquellos momentos que he sentido que no puedo más, por estar para mí de manera incondicional, por enseñarme lo valiosa e inteligente que soy.

Agradezco que mi familia me haya apoyado en este proceso, por cada lágrima, por cada palabra de ánimo, por cada café servido a las dos de la mañana, por cada vez que me he quedado dormida luchando por un futuro y buscan mi tranquilidad y mi comodidad, por haberme enseñado a luchar sin rendirme, porque me han mostrado que, sin importar el cansancio, debo seguir de pie luchando.

A mis amigas y hermanas del alma, que me han dado sus palabras de aliento en los más duros momentos, me han motivado, me han sacado sonrisas, me han demostrado que los mejores amigos están en las buenas y en las no tan buenas.

Agradezco con el alma pertenecer a una empresa como la Estación Ferretera, un lugar que sin pensarlo se ha vuelto como mi casa, con la calidad y el amor de la mayoría de las personas que allí trabajan, que han comprendido mis días de cansancio, mis días de estrés, me han llevado palabras de aliento, incluso aquellos pequeños dulces que me suben el ánimo acompañado de un par de chistes que me hacen sonreír y distraer de aquellos momentos de angustia.

En memoria de...

*Agradezco y honro la memoria de **Tulia Cristina Mejía Molina**, una mujer que entregó cada día de su vida a su familia, a formar un hogar maravilloso, un esposo y unos hijos excepcionales, que se han levantado después de haberla perdido de una manera tan difícil de asimilar, aún dos meses después de su partida, y por siempre, ella está y estará en el corazón de todas las personas que la conocimos. Ella fue el pilar fundamental para que, la Estación Ferretera, superara la crisis que atravesaba, tomó su tiempo, su sabiduría y sus consejos para ayudar a salir a flote el legado familiar, por ella es que el equipo de trabajo y la empresa siguen de pie. Ella se marchó de este mundo dejando un gran vacío para su esposo Iván, para sus hijos Carolina y Sebastián, para sus nietos Alicia y Martín, y para todas las personas que pudimos conocer algo de su esencia; ella, con su amor, su carisma, sus sonrisas y sus buenos momentos, vive y vivirá cada día en cada uno de los corazones que la recuerdan como el ser humano tan maravilloso que fue, es inevitable derramar lágrimas al recordar todo lo que ha pasado en torno a su partida, pero dejó como legado el amor, la lucha, la resiliencia, la paciencia, la sabiduría, el amor, la unión, la paz y la calma.*

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Contenido

Agradecimientos	2
Glosario	5
Introducción.....	7
1. Título del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
2. Resumen del proyecto.	8
2.1 Palabras clave.....	9
3. Planteamiento del problema	10
3.1 Pregunta problematizadora	11
4. Objetivos	12
4.1 Objetivo general.....	12
4.2 Objetivos específicos.....	12
5. Delimitación	13
5.1. Delimitación espacial	13
5.1.1. Razón social.....	13
5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa.....	13
5.1.3. Representante legal	13
5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa	13
5.1.5. Misión.....	14
5.1.6. Visión.....	14
5.1.7. Valores corporativos	14
5.2. Delimitación temporal	14
6. Alcance.....	15
6.1. Producto 1:.....	15
6.2. Alcance Producto 1:	15
6.3. Entregable Producto 1:	15
6.4. Producto 2:.....	16
6.5. Alcance Producto 2:	16
6.6. Entregable Producto 2:	16
6.7. Producto 3:.....	17
6.8. Alcance Producto 3:	17

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

6.9. Entregable Producto 3:	17
7. Marco teórico.....	18
7.1. Marco Teórico Objetivo 1.	18
7.2. Marco Teórico Objetivo 2.	20
7.3. Marco Teórico Objetivo 3.	22
8. Estado del arte	23
9. Marco metodológico.....	25
10. Resultados.....	29
10.1. Entregable Producto 1:	29
10.2. Entregable Producto 2:	38
10.3. Entregable Producto 3:	43
Lista de Tablas.....	49
Lista de Figuras.....	50
Lista de Gráficos.....	51
11. Conclusiones.	52
12. Recomendaciones.....	53
Bibliografía.....	54

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Glosario

A continuación, se desarrollan los conceptos clave y la terminología que es conocida para abordar los temas vitales para comprender el proyecto de principio a fin se enumerarán a través de una tabla y se les asignará la respectiva citación bajo la norma Apa. Ver **Tabla 1**.

Tabla 1: Glosario.

Palabra Clave	Descripción	Cita
KPIs	<i>“Los KPI son indicadores que miden el desempeño de la empresa en un proceso, estrategia o acción específica. La evaluación constante de los KPI es fundamental para que la empresa logre los resultados deseados y comprenda dónde está y cómo puede mejorar.”</i>	(SYDLE, 2023)
Comisión Laboral	<i>“En el ámbito laboral, una comisión se define como una recompensa monetaria otorgada a empleados o grupos de trabajo por lograr o superar metas y objetivos específicos establecidos previamente. Esto se aplica no solo a roles de ventas, sino también a diversas posiciones donde se pueden cuantificar los logros laborales.”</i>	(Deel, 2024)
Licitación Pública	<i>“una licitación pública es un procedimiento administrativo para la adquisición de suministros, contratación de servicios o la ejecución de obras (construcciones) que celebren los entes, organismos y entidades que forman parte del Sector Público.”</i>	(Licitaciones Colombia, 2024)
Productividad Laboral	<i>“El concepto productividad laboral hace referencia al rendimiento o la eficiencia de un proceso mediante el cual un trabajador, un equipo de personas o una máquina produce una cantidad determinada de bienes o completa un número concreto de tareas en un periodo de tiempo y empleando unos recursos específicos.”</i>	(Personio, 2024)
Estrategia de Mercadeo	<i>“Una estrategia de mercadeo es un plan de acción de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes de sus productos o servicios. La estrategia de mercadeo consiste en una planificación a largo plazo de los objetivos que la empresa quiere alcanzar.”</i>	(Narvaez, 2024)
Contrato de Trabajo	<i>“Un contrato de trabajo es un acuerdo entre empresario y trabajador por el que éste se obliga a prestar determinados servicios por cuenta del empresario y bajo su dirección, a cambio de una retribución.”</i>	(MCYT, 2021)
Empleado	<i>“Un empleado, en otras palabras, es aquel que realiza una tarea por la cual se le reconoce una remuneración. Cabe señalar que un empleado puede estar trabajando tanto para una institución privada como para una pública, la que además puede o no tener ánimo de lucro.”</i>	(Westreicher, 2020)
Motivación	<i>“La motivación laboral se refiere a la posibilidad que tiene una empresa de motivar a sus empleados a mantener, mejorar, desarrollar o cambiar su rendimiento o su comportamiento a través de incentivos. La motivación de un empleado se compone de una multitud de motivos, que pueden ser intrínsecos o extrínsecos.”</i>	(Qualtrics, 2024)

TRABAJO DE GRADO Opción Práctica y Pasantía.

Ventas	<i>“Las ventas son operaciones mercantiles en las que una persona u organización otorga un bien o servicio a cambio de una cantidad de dinero previamente establecida y correspondiente al precio de dicho producto, el cual puede estar pactado por ambas partes o establecido de manera fija por el respectivo vendedor.”</i>	(Frederick, 2022)
Procrastinar	<i>“Procrastinar significa posponer o aplazar tareas, deberes y responsabilidades por otras actividades que nos resultan más gratificantes, pero que son irrelevantes. Procrastinar es una forma de evadir, usando otras actividades como refugio para no enfrentar una responsabilidad, una acción o una decisión que debemos tomar.”</i>	(Coelho, 2024)
Disciplina	<i>“es la capacidad de las personas para poner en práctica una serie de principios relativos al orden y la constancia, tanto para la ejecución de tareas y actividades cotidianas.”</i>	(Coelho, Significados, 2024)
Responsabilidad	<i>“Responsabilidad es dar cumplimiento a las obligaciones y ser cuidadoso al tomar decisiones o al realizar algo. La responsabilidad es también el hecho de ser responsable de alguien o de algo.”</i>	(Vicente, 2024)
Indicador de Calidad	<i>“Los indicadores de calidad son las herramientas y sistemas que posee una empresa para medir el funcionamiento de sus procesos. A pesar de que históricamente han sido cuantitativos, poco a poco aparecen nuevos modelos que consideran otros factores más cualitativos, como la competitividad o la satisfacción de los consumidores.”</i>	(Cajal , 2021)
Conducto Regular	<i>“El conducto regular es el medio a través del cual se comunican las personas en una organización para transmitir disposiciones, órdenes, solicitudes, consignas, reclamaciones e informes. Se debe pensar bien qué conductos se usan para completar las diferentes tareas: usar un conducto inapropiado puede generar consecuencias negativas.”</i>	(Sy Corvo, 2021)
Materiales de Construcción	<i>“Los materiales de construcción son los insumos utilizados en la construcción o rehabilitación de viviendas, edificios, carreteras, puentes, entre otras obras.”</i>	(Arquitectura Pura, 2024)

* Fuente: *Elaboración en citación*

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

1. Introducción

El incremento de las ventas en pro de los empleados serán la base fundamental del presente trabajo. Diseñar estrategias de ventas y fidelización de clientes, ampliación en las formas de distribución de materiales de construcción, ayudarán a las personas que laboran en la Estación Ferretera SAS a incrementar sus ingresos respetando y cumpliendo los porcentajes de productividad de cada uno, donde, al finalizar cada mes, podrán disfrutar un porcentaje de las ventas de la empresa como beneficio propio.

Analizar clientes actuales y antiguos es una de las principales tareas que serán abordadas, se crearán cartas, imágenes y diversos mensajes personalizados para llegar a esos clientes objetivo, para crear lazos mercantiles y retomar lazos que, a través del tiempo han sido fracturados, ya sea por los costos o por el déficit en la atención al cliente; serán creadas encuestas iniciales para clientes actuales y encuestas para clientes a los cuales se desea llegar nuevamente.

Se abordará información relevante acerca del proceso de licitación con el Estado Colombiano, inscripción, documentación de registro y proceso de contratación para el sector público y privado, para beneficiar a la empresa, sus dueños y empleados.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

2. Resumen del proyecto.

Reconocer la importancia de la productividad y la efectividad laboral, es un factor que afecta no solamente a la Estación Ferretera, sino a otras pequeñas y medianas empresas como también hacer una introspección general en el ambiente laboral de la organización.

Como propósito principal es vital buscar y reconocer la relevancia de la productividad y la eficacia laboral, un aspecto que impacta no solo a la Estación Ferretera, sino también a otras pequeñas y medianas empresas. Por otra parte, se observa que mediante la atención al cliente y al proveedor a menudo es insatisfactoria, lo que lleva a los clientes a alejarse de sus proveedores. Esta situación se agrava aún más debido a la falta de incentivos monetarios para los empleados.

Para abordar esta problemática, se implementará un plan de comisiones para los empleados, incentivándolos a mejorar su rendimiento laboral. Además, se tomarán medidas para fortalecer la relación con los clientes actuales, reenganchar a los antiguos clientes y atraer a nuevos mediante diversas estrategias de marketing. Por lo tanto, y, basándonos en teorías de motivación laboral y estrategias de marketing, se propone un enfoque integral para mejorar la productividad y la eficacia en el lugar de trabajo.

Como empresa, esperamos que estas intervenciones resulten en un incremento porcentual en las ventas, una mejor relación con los clientes y una mayor satisfacción laboral entre los empleados.

Una vez aprobado por la universidad, este plan se implementará en La Estación Ferretera SAS a partir del segundo semestre del presente año, con la expectativa de que conduzca a mejoras significativas en la productividad y la eficacia laboral.



TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

2.1 Palabras clave

Contratación, Comisiones, Empleado, Productividad laboral, Motivación.

2.2 Código JEL

M12, E24, F12, I31, J81.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

3. Planteamiento del problema

La motivación laboral viene en un círculo de decadencia mes a mes, la falta de interés, la poca atención, la débil exigencia de los jefes con los empleados, la falta de receptividad, cordialidad, educación, trato, responsabilidad, entre otros, hacen parte de la recesión en la que se encuentra la empresa.

En muchas ocasiones, los representantes legales, al no permanecer dentro de la organización, no se percatan de la falta de compromiso de la mayoría de los empleados, porque, en su presencia, todos ellos ejecutan de una mejor manera sus responsabilidades.

La opción más adecuada para que los gerentes comiencen a visualizar los errores de cada uno de los empleados, es crear un plan motivacional que les permita acceder a un porcentaje de las ventas y busque mejorar de manera individual su rendimiento, y que a su vez, los gerentes, en compañía del área administrativa se enfoquen en fortalecer aquellas partes de la empresa que necesitan una mayor atención dedicación y demás; este plan motivacional incluirá una vinculación directa con el cliente, las ventas y las proyecciones de ellas.

En pro de mejorar la calidad interna y el ambiente laboral podrán ser tomadas algunas medidas que pueden perjudicar a algunos empleados pero que puede atraer nuevamente a algunos clientes.

Es preocupante que los clientes manifiesten su inconformidad con algunos de los empleados de la empresa que los atiende, su falta de amabilidad, cordialidad, su ausencia de tacto y valores éticos, y que, los gerentes, no tomen acción sobre ello; lo cual, sin darse cuenta, ha llevado a la reducción y nulidad de compras realizadas por ciertos clientes.

Adicional a esto, se percibe que los ingresos que recibe la empresa actualmente no son los mismos en comparación a los meses previos a la pandemia COVID-19, de la misma manera, con el pasar de los años se han perdido clientes con los cuales existía una conexión comercial fuerte y se busca, dentro del análisis de venta, la recuperación de clientes antiguos y la captación de nuevos clientes, para lo cual serán creados algunos análisis e ideas que pueden ser aplicadas en el corto y mediano plazo.



TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

3.1 Pregunta problematizadora

¿Cómo llegar a los clientes antiguos de La Estación Ferretera SAS para retomar las relaciones comerciales, y al mismo tiempo comenzar procesos de licitación en pro de incrementar las ventas y así, fortalecer el trabajo en equipo de los empleados para que comiencen a disfrutar de comisiones por productividad a partir del segundo semestre de 2024?

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Mejorar la efectividad y productividad de los empleados de la organización mediante un plan de comisiones que podrá ser incrementado mediante procesos de concursos; para lograr fidelización, pesquisa y recuperación de clientes.

4.2 Objetivos específicos

- ▶ Identificar las deficiencias en ventas para que, en términos administrativos, se desarrollen estrategias de mercadeo, para restablecer relaciones comerciales con clientes potenciales.
- ▶ Abordar de la manera correcta el proceso de licitación en el sector público y privado en canales de divulgación con el objetivo de lograr un aumento porcentual en las ventas netas, lo cual beneficiará a la empresa, sus socios y empleados.
- ▶ Desarrollar un plan de comisiones por productividad y efectividad de los empleados de la organización, para que, recuerden que deben cumplir sus responsabilidades y asumir las consecuencias de la falta de éstos.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

5. Delimitación

5.1. Delimitación espacial

Medellín, Carrera 43d #10 – 46, Poblado Manila.

5.1.1. Razón social

La Estación Ferretera SAS

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

Comercio al por mayor y al por menor de artículos de ferretería, alquiler de equipos de construcción.

5.1.3. Representante legal

Sebastián Jaramillo Mejía e Iván Darío del Niño Jesús Jaramillo Arango.

5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa

La Estación Ferretera nació hace 45 años aproximadamente, nació de las manos de Valerio Jaramillo, Iván Jaramillo y Rodrigo Jaramillo, padre e hijos respectivamente.

El inicio de esta empresa se dio en el sector del Poblado, donde nos encontramos actualmente; sus primeros pasos en el sector constructor se dieron con la adquisición de carros (volquetas) en las cuales transportaban materiales de playa (arenas y gravillas) a las diversas obras de construcción que se comenzaban a adelantar dentro del desarrollo del sector.

Al transcurrir un tiempo, se les presentó la oportunidad de adquirir un lote, sobre el cuál sigue permaneciendo la empresa, en este espacio se construyó la ferretería y se terminó de apropiar la parte de materiales de construcción, en el momento de la fundación la empresa se llamó Depósito el Poblado y Cía. Ltda. Cuando el señor Valerio fallece, la empresa queda en manos de sus 10 hijos, donde Iván y Rodrigo siguieron en cabeza de la organización.

Esta razón social tuvo continuidad hasta el año 2017, dónde, por diversos factores, se disolvió la sociedad y quedó el señor Iván Jaramillo como único dueño. Para el año 2018 se involucra en la empresa el señor Sebastián Jaramillo (hijo del señor Iván Jaramillo) y debido a la reestructuración, se trabajó bajo la razón social de Sebastián como régimen simplificado, y en el año 2019 surgió el nombre La estación Ferretera SAS, nombre que se conserva en la actualidad.

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

A través de los años, la empresa ha atravesado diversas crisis y cambios, momentos de expansión y contracción, dependiendo de la economía y los ciclos económicos que se presentan en el país, donde hubo un máximo de 40 empleados y un mínimo de 5 empleados, lo que demuestra la adaptabilidad de la empresa a las diversas circunstancias y que ha sabido mantenerse a flote hasta el día de hoy, y se ha demostrado que es primordial el equipo de trabajo, el buen actuar, la conservación y el comportamiento de los mismos, siendo evidente, que en los momentos de contracción empresarial han sido tomadas decisiones que los representantes legales no quisieran tomar (recorte de personal).

La empresa se ha adaptado a las necesidades del sector, ha abarcado de la mejor manera la oferta y la demanda, donde se ha pasado de comercializar sólo materiales pesados de construcción, a materiales de reforma y modernización liviana como son el drywall, superboard y demás elementos de fácil uso y peso ligero; y así, ha mostrado a través de los años, la adaptabilidad a los requerimientos de personas y empresas.

5.1.5. Misión

Brindar a nuestros clientes productos ferreteros con el fin de satisfacer sus necesidades brindándoles la mejor calidad a precios competitivos

5.1.6. Visión

Ser un referente en soluciones integrales en el sector ferretero siendo reconocidos por productos de calidad, innovación, sostenibilidad y compromiso con nuestra comunidad y colaboradores.

5.1.7. Valores corporativos

Serviciales, honestos, integridad, Innovación, trabajo en equipo, respeto, adaptabilidad

*Datos e información suministrada por los representantes Legales de La Estación Ferretera SAS:
Iván Darío Jaramillo Arango y Sebastián Jaramillo Mejía

5.2. Delimitación temporal

Fecha de inicio: 01 febrero 2024

Fecha culminación: 30 junio 2024

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

6. Alcance

Para el producto de Gestión en Innovación Empresarial en La Estación Ferretera SAS, se debe contemplar el desarrollo de una herramienta en la que se detalla el plan de comisiones con registros detallados que evidencien la implementación de alertas personalizadas, evaluación y ajustes de los planes de acción, iniciando con un diagnóstico organizacional.

6.1. Producto 1:

Diagnóstico organizacional que permita identificar las deficiencias en ventas en La Estación Ferretera SAS 2024.

6.2. Alcance Producto 1:

El producto de innovación consiste en un diagnóstico organizacional diseñado para identificar las deficiencias en ventas en La Estación Ferretera SAS en 2024. Este diagnóstico proporcionará una visión integral de las áreas problemáticas que afectan las ventas, junto con el promedio de estas, permitiendo desarrollar estrategias de mercadeo y publicidad personalizada para restablecer relaciones comerciales con clientes seleccionados por los representantes legales.

6.3. Entregable Producto 1:

Se entregará un informe de diagnóstico con un listado de deficiencias en las diversas áreas de la empresa, e identificación de clientes clave. Además, incluirá un plan de acción con estrategias de mercadeo y publicidad personalizada, acciones concretas, e indicadores clave de desempeño (KPIs). También se proporcionará un checklist de gestión en formato digital para registrar deficiencias y estrategias, con espacios para acciones realizadas o pendientes y observaciones adicionales, junto con una guía de uso que incluirá instrucciones para utilizar el checklist y recomendaciones para seguimiento y evaluación.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

6.4. Producto 2:

Proceso de registro en páginas de contratación con el estado colombiano que permitan aumentar las ventas desde el momento de su implementación

6.5. Alcance Producto 2:

Este plan de acompañamiento utilizará la herramienta SECOP II, para facilitar el acceso a los procesos de contratación, esta herramienta brindará los diversos datos utilizados por el estado para adquirir contratos con empresas del sector público y privado, para beneficiar en un mediano plazo las ventas empresariales.

6.6. Entregable Producto 2:

Se entregará un informe detallado que indica, mediante figuras, el proceso de inscripción a la plataforma SECOP II, su funcionalidad, el objetivo de su utilización dentro de la empresa la Estación Ferretera SAS, un gráfico de barras mostrando la actualidad de la empresa y una ligera explicación que indica el promedio de aumento al que se quiere llegar en un lapso de un año, un análisis de rotación de mercancía donde serán determinados los productos fuertes de la empresa.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

6.7. Producto 3:

Plan de comisiones laborales, personalizado para cada área de la empresa, donde serán evaluados los porcentajes de productividad de cada empleado.

6.8. Alcance Producto 3:

Dentro del proceso de gestión de nuestra empresa, se espera llegar de la mejor manera a cada uno de los empleados, motivarlos mediante un par de reuniones previas al proceso de implementación, la exigencia del plan de comisiones y el tiempo de aplicabilidad, no se tomará un periodo de prueba dado que ya los empleados tuvieron un tiempo de prueba en el año 2022.

6.9. Entregable Producto 3:

Se entregará un plan de comisiones detallado que indica el nivel de productividad de cada empleado en su área, la importancia del fortalecimiento de cada falla y la importancia entre una tarea y otra, el objetivo de su utilización dentro de la empresa la Estación Ferretera SAS, una conclusión general que agrupa las diversas ideas, metas y finalidades de este ejercicio y la aplicabilidad a otras empresas que buscan la mejora continua en sus empleados.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

7. Marco teórico.

Considerando que el marco teórico es un “soporte técnico y contextual de los conceptos relacionados con el planteamiento del problema en la investigación, y permite establecer un consenso mínimo entre el investigador y el lector respecto del lenguaje y los conceptos manejados” (Bibliotecas Duoc UC, 2023) se evidencia que, no solo la Estación Ferretera es una empresa con las presentes falencias, sino que es una problemática común y que las diversas empresas buscan día a día fundamentarse por experiencias similares para crear sus propias ideas y estrategias.

7.1. Marco Teórico Objetivo 1.

El área administrativa de una empresa desempeña un papel fundamental en el momento de la identificación de las deficiencias generales en ventas, estas falencias pueden surgir por factores externos como los cambios en el mercado, la falta de segmentación adecuada, carencia de análisis del sector económico o ineficiencias en procesos de ventas generales. El objetivo principal de toda empresa que sufre con estas fallas es restablecer y fortalecer las relaciones comerciales con diversos clientes mediante publicidad personalizada y diversas estrategias basadas en las experiencias propias de la empresa o en las metodologías generales del mercado.

En cuanto al origen de las ventas, se dice que esta “surge a principios del siglo XX en Estados Unidos con el inicio de la producción en masa de bienes de consumo” (Axioma, s.f.). Dicho esto, surge la necesidad de vender diversos tipos de productos en masa, la creación de metodologías de ventas, volviéndose de esta manera en un nuevo arte.

Los vendedores son capacitados con técnicas de ventas, atención al cliente y diversos aspectos relevantes para un correcto funcionamiento en la empresa.

Teniendo en cuenta las diversas necesidades de las empresas, las mismas tuvieron que emplear diversas estrategias de llegar a los lugares que deseaban, teniendo en cuenta el desarrollo que se venía incrementando. Según (Axioma, s.f.) “Las grandes empresas americanas de principios del siglo XX (Borroughs, NCR, Ford, Packard, General Motors, Fuller Brush, Coca Cola, etc.) necesitaban una gran fuerza de ventas de cientos y hasta de miles de vendedores cada una para poder llegar al último pueblo de una nación que estaba en pleno desarrollo.” Esto nos muestra la necesidad de expansión en las ventas generales de diversas empresas.



TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

La problemática en las ventas puede darse por diversos factores como el cambio constante de los mercados, la competencia, la baja calidad en los productos, el alto costo de estos, la falta de capacitación en los empleados, entre otros factores.

Como empresa debe buscarse una solución ante la problemática directa de las ventas: “En primer lugar es clave identificar las raíces del problema, por lo tanto, partiendo de esa base, los siguientes pasos serían definir una solución eligiendo una estrategia nueva que mejor se adapte a las necesidades del negocio” (Omnitok, 2022)

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

7.2. Marco Teórico Objetivo 2.

Marco Teórico del Proceso de Licitación en Colombia

El proceso de licitar en Colombia es un procedimiento muy utilizado tanto para empresas públicas como privadas. A continuación, se presenta un marco teórico que realiza énfasis en el tema: “La licitación pública es un procedimiento de formación del contrato, cuyo objeto es la selección del oferente que presenta las condiciones más ventajosas para los fines del Estado”. La Agencia Nacional de Contratación Pública de Colombia ofrece una guía para aprender cómo firmar, modificar y supervisar contratos a través del SECOP II2.” (Equipo de redactores Legis, 2021).

Los principales requisitos para realizar procesos de licitación en Colombia son los siguientes:

- Contar con cámara de comercio activa.
- Tener el RUT (Registro Único Tributario) actualizado.
- No tener saldos parafiscales por pagar (Caja de Compensación Familiar, ICBF y Sena).
- Tener en orden la contabilidad de la empresa.
- Estar inscrito en la página de contrataciones SECOP II.

Para hacer parte de este proceso de contratación se debe partir de la necesidad de las empresas, la creación de los planes de compra realizados por los clientes y cuando estos planes son aprobados se solicitan mediante la página del SECOP II, al pasar los pliegos de condiciones se procede a la publicación de la oferta donde se pueden postular los interesados y más adelante, se realiza una audiencia de revisión y posterior asignación del proveedor oferente.

Siendo así: “Los interesados deberán entregar sus propuestas, cumpliendo con todos los requisitos para una licitación. Tenga en cuenta que las licitaciones publicadas en SECOP I tienen modalidad de entrega presencial y en el SECOP II se entrega la documentación de forma electrónica una vez dentro de la plataforma.” (Barrera Perico, 2024).

Las experiencias de las empresas en estos procesos pueden variar. Algunas empresas como Ferreco y Samir, han tenido éxito gracias a la innovación en su sistematización, precios competitivos, y, sobre todo, la calidad en su servicio al cliente. “A lo largo de los años, ferretería Samir ha seguido evolucionando y creciendo, abriendo nuevos puntos de venta y mejorando sus procesos logísticos, lo que les ha permitido distribuir sus productos a todo el país, desde la Guajira hasta Pasto” (Ferreco, 2023).



TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Es importante resaltar que cada empresa cuenta con sus propias estrategias y enfoques para lograr ganar licitaciones y concursos; y adicional a esto, no existe una fórmula que asegure el éxito en la adquisición de la oferta como proveedor sin dejar de lado que cada licitación puede tener requisitos y procedimientos específicos que deben ser revisados en detalle.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

7.3. Marco Teórico Objetivo 3.

El desarrollo de un plan estratégico de cumplimiento es un tema crucial en la gestión empresarial. Los planes conectan las estrategias de las empresas con las iniciativas de cada departamento que indican una ruta concisa para alcanzar los objetivos de cada una de las empresas.

Dentro del ámbito corporativo el cumplimiento hace referencia al conjunto de prácticas y medidas que son internamente adoptadas para acatar las normas y regulaciones empresariales. El plan de cumplimiento habla de trazar una estrategia integrada por normas, políticas, procesos, pautas que se adecuen a la necesidad de la empresa y al funcionamiento actual que ella tenga. Es importante reconocer que cada empresa debe dar el correcto cumplimiento a los planes de comisión que logre establecer.

“Diseño de un plan estratégico para una empresa de cobranzas”: Aunque este libro se centra en una empresa de cobranzas, ofrece una visión detallada de cómo elaborar un plan estratégico. (Braga Blanco & Belver Dominguez, 2016)

Para desarrollar un **plan de comisiones** específico para una empresa del sector ferretero, es importante considerar y analizar varios aspectos teóricos y prácticos. A continuación, se muestran elementos que pueden ser incluidos para diseñar un plan efectivo:

- Teoría de incentivos y motivación: Se enfoca en demostrar cómo las comisiones pueden afectar los niveles de productividad de los empleados y que un buen plan motivacional puede motivarlos a obtener mejores resultados. (Peña Valderrama, Pineda Bautista , & Martínez García, 2018)
- Estrategias de compensación, donde se busca el enfoque para estructurar comisiones por ventas totales, atraer nuevos clientes, productividad y efectividad, cumplimiento de metas organizacionales. (Peña Valderrama, Pineda Bautista , & Martínez García, 2018)

En resumen, un plan estratégico de cumplimiento efectivo es esencial para garantizar que una empresa cumpla con sus obligaciones y responsabilidades, al tiempo que mejora su productividad y efectividad. Este plan debe ser adaptado a las necesidades específicas de la empresa y debe ser revisado y actualizado regularmente para garantizar su relevancia y eficacia continuas.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

8. Estado del arte

No se encontraron empresas de construcción y ferretería en Colombia que hayan hecho un marco teórico acerca del proceso de licitación en Colombia. Sin embargo, hay empresas ferreteras destacadas en el país que son mencionadas en el ranking de ferreterías durante el año 2021. Según (La Nota, 2022):

“En 2021, Almacenes Corona mantuvo el liderazgo seguido de Ferretería Multialambres, mientras que Armetales ascendió al tercer lugar y Nacional de Eléctricos HH ocupó el cuarto lugar. Posteriormente se situaron Sumatec, Ferretería Andrés Martínez, Internacional de Eléctricos, Hierros de Occidente Ferreterías, Grupo San Pío, Coval Comercial, Dyna & Cía., Electroiluminaciones Chapinero, Ferretería Samir, Materiales Emo, y Distribuciones Hoyostools. Mas atrás se posicionaron Adiela de Lombana, Cacharrería Mundial, Ferredistarco, Ferretería Los Fierros, Codifer, El Constructor Inversiones, Marpico, Pisende, Arcoe, Casaval, Ardisa, RG Distribuciones, Distribuciones Eléctricas AC, H Ujueta, Casa Ferretera, More Products, Segar, Ferretería Duarte, Cameleco, y Ferragro.”

Hablemos un poco del primer líder ferretero según el ranking: Almacenes corona surge en el año 1881 con el nombre “Compañía Cerámica Antioquia”, para el año 1906 se llamó “Fábrica de lozas de Caldas”; en el año 1931 pasó a ser “lucería colombiana”. En el año 1948 comenzó la expansión de lo que hoy se conoce como Organización corona, para el año 1970 la demanda de los productos de la empresa los llevó a adquirir diversos tornos y hornos procedentes de Alemania con mayor capacidad de producción para que se cumplieran las necesidades de los clientes.

A mediados de la década de los 90's, la empresa corona se asocia con SODIMAC CHILE, y se desarrolla entonces las cadenas de Homecenter y Constructor en Colombia, que se dedican a comercializar los diversos elementos básicos y fundamentales para el mejoramiento del hogar y la construcción, adaptando el portafolio a la oferta y la demanda de ambos países. Poco a poco han adquirido espacios en México, Estados Unidos, Canadá y por supuesto, Chile. Demostrando, con hechos, la importancia de escuchar a los clientes y a las situaciones internas que se pueden presentar para buscar la mejora continua de todas las personas que se involucran en la organización de manera directa e indirecta. (Corona, s.f.)

En Colombia, muchas empresas manejan de manera permanente un plan de comisiones, como estrategia para aumentar la productividad y la motivación de sus empleados, en especial,



TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

el área de ventas. Esta se aplica en sectores diversos como construcción, Tecnología, productos financieros, etc.

Las ventajas de los planes de comisiones incluyen el aumento de la productividad, los beneficios a largo plazo para la empresa y la mejora de las experiencias para clientes.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

9. Marco metodológico

El proceso metodológico, inicia con el propósito de cumplir el objetivo específico 1, se desarrollará un procedimiento experimental. Basándose en el estado del arte, se identificarán acciones orientadas a la gestión del conocimiento mediante una herramienta de checklist. Esto permitirá la elaboración de un informe que contenga un listado de las deficiencias detectadas en las ventas de La Estación Ferretera SAS en 2024, cumpliendo así con el producto 1. En consecuencia, la metodología de este proyecto se desarrollará en tres fases definidas. Cada fase se enfocará en aspectos específicos del estudio, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas para lograr los objetivos propuestos.

Fase 1.1: Diagnóstico Organizacional

Recolección de Información:

Fuentes Primarias:

- Encuestas a clientes actuales y antiguos.
- Observación directa de los procesos de ventas.

Fuentes Secundarias:

- Análisis de reportes de ventas previos.

Aplicación de la Herramienta de Checklist:

- Desarrollo de un checklist específico para identificar deficiencias en las diversas áreas de la empresa.
- Aplicación del checklist en todas las áreas de la empresa.
- Recopilación de datos mediante la herramienta de checklist, con énfasis en la gestión del conocimiento.

Así se establece que, dentro del proceso metodológico, se aplicó un método inductivo que va de lo específico. En este caso, se centró en las deficiencias de las ventas en la empresa la Estación Ferretera SAS, donde los datos se trabajaron de forma procedimental con un enfoque mixto y una profundidad experimental. Al aplicar el checklist, se realizó un análisis descriptivo bajo el método de análisis bivariado, lo cual, se profundiza en los resultados.

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

El proceso metodológico, continua con el propósito de cumplir el objetivo específico 2, se desarrollará un procedimiento exploratorio. Basándose en el marco teórico, se identificarán los pasos a seguir para el registro en la plataforma de licitaciones del estado colombiano mediante una serie de figuras que evidencian los pasos de registro a la plataforma. Esto permitirá la elaboración de un informe que contenga una reseña de los beneficios de los procesos de contratación con el estado y el posible incremento de ingresos para La Estación Ferretera SAS en el corto y mediano plazo, cumpliendo así con el producto 2.

Fase 2.1: Investigación y Análisis Inicial

Paso 1: Revisión de la Plataforma SECOP II

Acciones:

- ▶ Acceder a la plataforma y explorar sus funcionalidades.
- ▶ Identificar los requisitos para el registro y participación en licitaciones.

Paso 2: Identificación de Oportunidades de Licitación

Acciones:

- ▶ Realizar búsquedas de licitaciones actuales y futuras en SECOP II.

Fase 2.2: Registro en SECOP II

Paso 3: Preparación de Documentación

Acciones:

- ▶ Compilar documentos legales y financieros requeridos.
- ▶ Asegurar que toda la información esté actualizada y cumpla con los requisitos de SECOP II.

Paso 4: Registro en la Plataforma

Acciones:

- ▶ Seguir los pasos indicados en la plataforma para crear una cuenta y registrar a la empresa.
- ▶ Subir la documentación y completar formularios requeridos.
- ▶ **Resultados Esperados:** Registro exitoso de La Estación Ferretera SAS en SECOP II.

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

Así se establece que, dentro del proceso metodológico, se aplicó un método mixto que permite la observación exhaustiva de las estrategias, al combinar métodos cuantitativos y cualitativos, se garantiza, en este caso la comprensión de los procesos de licitación para abordar de la mejor manera el producto tres que busca una base sólida para las comisiones y la mejora en la productividad laboral, la fase de aprobación por parte de los representantes legales se dará posterior a la revisión del presente trabajo y el proceso de inducción para el manejo de plataforma y posteriores postulaciones se hará para las personas del área contable y representantes legales.

El proceso metodológico, culmina con el propósito de cumplir el objetivo específico 3, se desarrollará un procedimiento experimental. Basándose en el marco teórico, se identificarán los nuevos cuadros de productividad para cada una de las áreas de la empresa, donde serán evidenciados diversos porcentajes que se enfocan en el fortalecimiento de los puntos débiles. Adicional a esto se indicará el nivel mínimo de productividad para acceder a la comisión que será establecida en la empresa dentro del desarrollo de este objetivo específico, es decir, existirán unas normas básicas para lograr la bonificación mensual y serán entregados valores aproximados que puede estar recibiendo cada empleado sin importar su puesto en la organización.

Esto permitirá la elaboración de un informe que contenga una reseña de ventas actuales y estimadas, las labores ideales de cada puesto y detalles adicionales que podrán ser evaluados por los representantes legales para analizar su fecha de aplicación, cumpliendo así con el acumulado entre los productos uno y dos y el objetivo general redactado según la importancia del título del presente informe.

Fase 3.1: Diagnóstico y Análisis de Productividad

Paso 1: Revisión del Marco Teórico y Datos Actuales

Acciones:

- ▶ Analizar los datos actuales de productividad de cada área y empleado.
- ▶ **Resultados Esperados:** Informe de diagnóstico que destaque las fortalezas y debilidades actuales.

Paso 2: Identificación de Cuadros de Productividad

Acciones:

- ▶ Establecer indicadores de rendimiento clave (KPI) específicos para cada área.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

- ▶ Definir los porcentajes de productividad mínimos para acceder a las comisiones.
- ▶ **Resultados Esperados:** Cuadros de productividad detallados para cada área de la empresa.

Fase 3.2: Diseño del Plan de Comisiones

Paso 3: Desarrollo del Esquema de Comisiones

Acciones:

- ▶ Definir las normas básicas para lograr la bonificación mensual.
- ▶ Establecer valores aproximados de las comisiones que podrían recibir los empleados.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

10. Resultados

10.1. Entregable Producto 1:

Para comenzar a abordar la problemática empresarial por las ventas, tendremos en cuenta el promedio de ventas de los últimos meses, serán evaluados los ingresos desde el mes de enero de 2023 hasta el mes de abril del año en curso; véase la **Tabla 2:** . Estos datos son suministrados desde el sistema contable SIIGO, con previa autorización del Representante Legal, Representante Legal Suplente y el Contador de la empresa para su debido, controlado y adecuado uso.

Tabla 2: Histórico de ventas acumuladas.

Mes Acumulado	Valor
Enero 2023	\$85.870.532 ²⁷
Febrero 2023	\$181.432.253 ⁶⁷
Marzo 2023	\$134.299.224 ⁷²
Abril 2023	\$96.800.026 ⁸¹
Mayo 2023	\$122.815.066 ²²
Junio 2023	\$127.382.436 ³⁵
Julio 2023	\$137.218.117 ⁰⁸
Agosto 2023	\$137.495.089 ⁶²
Septiembre 2023	\$135.039.098 ⁶⁰
Octubre 2023	\$100.334.120 ⁴⁹
Noviembre 2023	\$86.576.654 ¹³
Diciembre 2023	\$71.702.834 ⁶³
Enero 2024	\$71.352.096 ¹⁷
Febrero 2024	\$107.328.682 ⁵⁸
Marzo 2024	\$90.276.045 ⁸⁶
Abril 2024	\$132.093.352 ⁸²

* **Fuente:** *Elaboración propia con base en el informe de ventas.*

Durante el tiempo de funcionamiento de la Estación Ferretera SAS (*Véase Reseña Histórica*) la empresa ha funcionado bajo el método de comercializar mercancía en base a la necesidad de personas y algunas empresas, unidades residenciales, entre otros clientes que se conservan después de aproximadamente 40 años de funcionamiento.

Los procesos de venta en la empresa La Estación Ferretera SAS se realizan de tres maneras diferentes:

- Atención al cliente en mostrador/almacén.
- Atención al Cliente mediante línea de WhatsApp
- Atención al Cliente mediante llamada telefónica.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Para cada metodología en las ventas se establece un proceso diferente:

- **Mostrador:** El cliente llega al almacén y recibe la instrucción de alguno de los vendedores para que tome el ficho y espere su turno para ser atendido, en el momento de recibir atención realiza su compra y, siendo el caso, se desplaza a la bodega (ubicada a 2 cuadras caminando) y reclama aquella parte de la compra que allí se encuentra (arenas, triturados y otros elementos).
- **WhatsApp:** Recibe la atención conforme la persona encargada tiene disponibilidad y realiza su gestión de cotizar y posteriormente, cancelar para programar el transporte o para recoger en el almacén (la persona encargada o algún vendedor procede a separar los elementos requeridos por el cliente)
- **Telefónica:** Es el mismo procedimiento que por la línea de WhatsApp, aunque en ocasiones, los llamados no son atendidos hasta numerosas llamadas después y esto es uno de los elementos que se verán evidenciados dentro de la checklist de deficiencias generales.

Para identificar las diversas falencias organizacionales es importante reconocer los principales clientes actuales (véase la Tabla 3: Principales Clientes Actuales.)

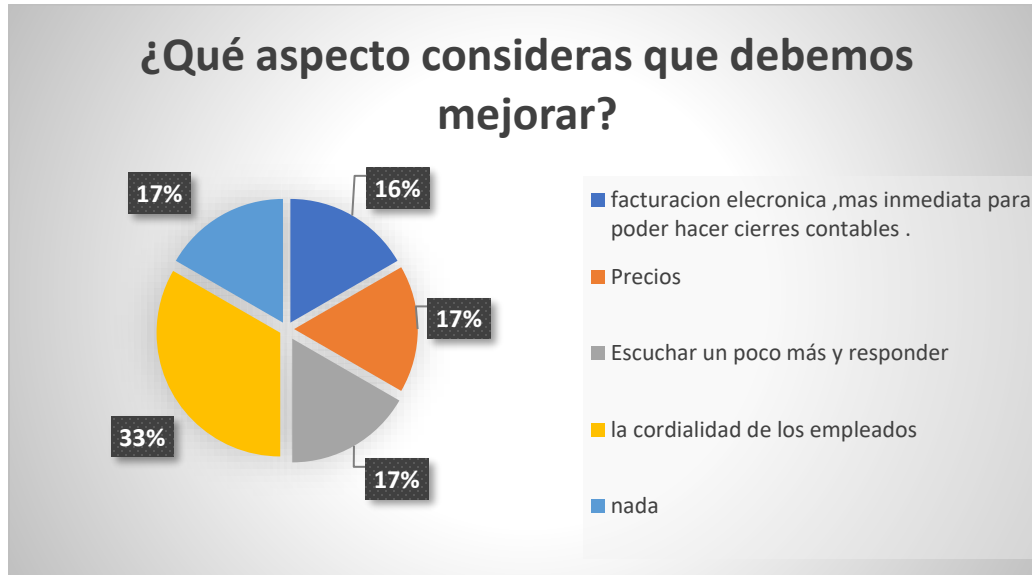
Tabla 3: Principales Clientes Actuales.

Cliente	Valor Ventas Brutas Año 2023
Chevron Petroleum Company	\$ 50.307.798,18
D` Groupe S.A.S	\$ 49.360.924,94
Vavaventuras S.A.S.	\$ 47.793.032,01
C+Plus Sas	\$ 45.572.543,41
Sabiduría Criolla Sas	\$ 40.363.275,45
Mínima Arquitectos S A S	\$ 39.541.932,77
Empresa Regional De Servicios Gómez Plata Ltda.	\$ 30.000.504,16
Monterrey Gran Centro Comercial P.H.	\$ 28.821.995,76
Torre Medica Oviedo S.A.S.	\$ 28.744.778,16
Profesionales Ginecológicos S.A. Progyne S.A	\$ 26.571.032,79
Jotacaf S.A.S	\$ 24.926.679,49
Constructivarquitectura Sas	\$ 19.561.971,73
Nivelum Construcciones S.A.S.	\$ 17.078.416,19
Arquitectura Mv S.A.S.	\$ 16.211.323,48
Soluciones Constructivas S.A.S	\$ 13.174.411,47
Especial Impresores S.A.S.	\$ 12.576.090,54
Gómez Jaramillo Ana Patricia	\$ 12.365.016,80
Promotora Piccolo S.A.S	\$ 11.535.491,96
Construcciones Centro Sur S.A.S	\$ 10.224.898,95

* **Fuente:** *Elaboración propia con base en el informe de información exógena F1007 Año 2023.*

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Gráfico 1: Aspectos a Mejorar



* **Fuente:** Elaboración propia con base en formulario diseñado en Google. (Jiménez Restrepo, 2024)

Gráfico 2: Continuación Desarrollo Encuesta Satisfacción.



* **Fuente:** Elaboración propia con base en formulario diseñado en Google. (Jiménez Restrepo, 2024)

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

Esto es un claro ejemplo que los clientes pueden tener una diferente perspectiva de cada una de las áreas de la empresa, por lo cual se listarán las principales fallas generales de la empresa que han sido evaluadas de manera interna y de manera externa con base en los resultados obtenidos en la encuesta general de Satisfacción:

Checklist 1: Presentación de Problemas Generales

- Errores en fechas de facturación.
- Errores en suma de remisiones.
- Precios equivocados (Contrarios al sistema o en cero)
- Facturación en líneas erróneas del inventario
- Error en el proceso de devolución de parte de los clientes.
- No existe registro de transportes realizados.
- Falta de cordialidad y empatía por parte de algunos trabajadores con sus compañeros.
- Falta de cordialidad en la atención al cliente.
- Error en código de mercancías.
- Falta de Información para realización de Facturas Electrónicas.
- Errores en medios de pago.
- Falta de atención en transferencias realizadas por los clientes.
- Falta de orden en distribución de mercancía al ingresar al almacén.
- Falta de atención en despacho de acarreos (faltantes en pedidos)
- Falta de liquidación por parte de conductores.
- Asistencia no puntual al sitio de trabajo.
- Salida anticipada del puesto de trabajo.
- Retraso en realización de actividades administrativas.
- Retraso en archivo de documentación contable.
- Retraso en programación de proveedores.
- Retraso en manejo de sistema (recibos de caja y egresos)
- Momentos de “ocio” extendidos.
- Uso excesivo del celular.
- Trato descortés entre empleados delante de los clientes.
- Tonos de voz fuertes.
- Malos tratos entre empleados (sin importar que sea en “broma”).

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

- Uso de palabras y comentarios innecesarios.
- Tiempos mal administrados de algunos de los empleados (área facturación, caja y contable)

Como se puede evidenciar, esta es solo una parte de los problemas que presentan los empleados, como enfoque principal nos enfrentamos a una serie de consejos para cada área que podrán ser tomados en cuenta llegado el caso de aplicación del presente trabajo, para lo cual se plantean estrategias de mejoras generales para cada una de las áreas, las cuales serán mencionadas a continuación.

Estrategias de Mejoras Generales.

► **Conductores**

Los Conductores de La Estación Ferretera SAS, tienen un beneficio que, hasta ahora, el área de ventas y administrativa no tienen: Comisiones por Acarreos realizados. El monto de estas comisiones oscila entre \$2,000 y \$2,500 por flete ejecutado.

Según el balance de prueba presentado por el área contable durante el mes de abril del año en curso, el valor cobrado por los conductores corresponde aproximadamente al 6% de los transportes facturados (equivalente a \$600.000), pero no hay una cadena de valor e importancia para lograr adquirir la comisión.

Como estrategia de motivación para la mejora de los inconvenientes que se presentan día a día, se plantea que dichas comisiones sean válidas, siempre y cuando la entrega del material no presente novedades como faltantes o en errores de despacho, y, aunque los vendedores son los encargados de separar los materiales, el conductor es quien debe verificar los productos a entregar y no estar convencido de que la mercancía fue separada de la manera correcta, pues hasta ahora, la comisión se gana así hagan su trabajo bien o mal y el objetivo principal de una comisión es el incentivo monetario por realizar bien las actividades encomendadas.

Así mismo, las comisiones que se cobran por concepto de compra de materiales podrán ser cobradas siempre y cuando el conductor liquide los dineros entregados a más tardar al día siguiente de la entrega del dinero desde la caja menor o mayor, de lo contrario, la comisión no será lograda y cobrada el día de la nómina y será un acto de equidad y compensación, donde se premiará el buen desarrollo de las actividades laborales de los conductores.

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

► **Área de Administración, Ventas y Despachos.**

Para el resto de las áreas de la Estación Ferretera SAS, puede ser complicado el manejo de muchas actividades sin compensación por ello; es decir, no existe una metodología de reconocimiento por las actividades propias de cada cargo.

Es posible que este tema desencadene el sinfín de errores y la desmotivación que se viene presentando, hechos que son evidentes para los dueños y para el contador quienes observan desde otro punto de vista las falencias que se presentan día a día, y se convierte en un factor que puede estar afectando la productividad de los empleados, factores que se incrementan día a día.

Como estrategia de motivación se requiere crear una lista de objetivos que pueden tener un beneficio monetario al finalizar el mes contable, lo que implicará principalmente el uso adecuado del lector de huellas para control de entrada y salida de los empleados y este aspecto tendrá un valor de importancia al finalizar el mes, donde se reconoce que la entrada laboral no es a las 7,30, debe ser unos minutos antes para marcar tarjeta justo a las 7,30 donde se comienza a laborar y de la misma manera, plantear que los horarios de trabajo son hasta las 5,30 y que después de este tiempo es que los empleados se organizan para salir de las instalaciones de la empresa.

Adicional a esto, cada concepto planteado entre el listado de los problemas generales tendrá un grado de importancia que determinará la comisión o beneficio que tendrán el resto de los empleados.

Planteando una estrategia de apoyo y mejora entre todos, se podrá corregir mediante incentivos estas falencias que presenta la empresa en este momento.

La intención de que la comisión sea equitativa es la fiel muestra de que ninguno es más importante que el otro y de la misma manera se muestra lo fundamental que es trabajar en equipo, entender y ayudar al compañero.

El plan ideal para las comisiones, y después de crear el listado de ejecución, es asignar un porcentaje de ventas que será distribuido como se menciona anteriormente.

Según el balance de prueba presentado el mes de abril del año en curso, el porcentaje puede estar entre el 1% Y EL 1.5%, del valor facturado en los ingresos restando lógicamente el valor de las devoluciones y notas crédito, el valor facturado por servicio de acarreos, y así mismo, el valor por el servicio de alquiler de equipos para construcción ya que son rubros del balance que no competen ni pertenecen al área de administración y ventas.

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

Puntualmente, y hablando en cifras precisas, el valor sería entre \$1.320.934 Y \$1.981.400, estos montos, serían distribuidos entre 9 empleados mes a mes.

La viabilidad de comisionar por diferentes conceptos es la mejor estrategia que se puede plantear en el momento ya que los empleados tendrán que reconocer que realizar sus labores de la mejor manera llevará a un incentivo monetario, que si bien no es igual al incentivo que reciben los conductores, ayudará a la mejora constante de la efectividad y productividad, ya que si no se cumplen en conjunto las expectativas del mes, la comisión conjunta podrá ser nula; estableciendo así, un porcentaje de efectividad mínimo.

Para abordar de manera puntual el Entregable final, es importante resaltar, por encima de la presentación de los Problemas Generales de la empresa debe ser desarrollado un KPI general para la Estación ferretera SAS.

Un KPI puede enfocarse, en este caso en todas las áreas de la empresa, donde se mide la productividad, la retención de clientes, la capacitación de empleados, la satisfacción de clientes, entre otros.

KPI Productividad por Empleado

Este KPI mide el rendimiento y la eficiencia de cada empleado en términos de ventas generales, se considera entonces que es una métrica importante para entender cómo cada empleado contribuye a los objetivos generales de la empresa.

Por ejemplo, para el mes de abril del presente año, las ventas fueron \$132.093.352⁸², véase: **Tabla 2:** Histórico de ventas acumuladas.; y actualmente la empresa cuenta con 10 empleados, es decir, que por cada empleado, las ventas mensuales fueron de \$13.209.335.

El objetivo principal del presente KPI será incrementar un 1% por empleado al total de las ventas, para contribuir a las metas a corto y mediano plazo de la empresa.

Por tanto, el plan de acción a seguir para mejorar el presente KPI será:

1. Capacitación y desarrollo.
 - Realizar talleres y capacitaciones que permitan a todos los empleados mejorar sus habilidades, tanto intelectuales como de comunicación.
 - Diseñar e implementar a partir del segundo semestre del presente año, técnicas de negociación.
2. Motivación e Incentivos.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

- ▶ Introducir un plan de comisiones basado en la productividad individual de cada empleado.
 - ▶ Ofrecer bonos adicionales a aquellos empleados que superen las expectativas.
- 3. Optimización de Procesos.**
- ▶ Mejorar procesos de ventas para hacerlos más eficientes.
 - ▶ Implementar herramientas que permitan mejorar las relaciones con los clientes.
- 4. Análisis de desempeño.**
- ▶ Realizar evaluaciones regulares de desempeño.
 - ▶ Proporcionar retroalimentación constructiva y establecer planes de acción personalizados.
- 5. Mejorar Ambiente de Trabajo**
- ▶ Fomentar un ambiente de trabajo ameno y colaborativo.
 - ▶ Proporcionar recursos para que los empleados desempeñen mejor sus funciones.

Dentro del monitoreo y la evaluación, se estima una frecuencia semestral, cuyos responsables serán el Representante Legal de la Estación Ferretera SAS y la Auxiliar contable Ana María Jiménez, siendo la segunda, la encargada de desarrollar los planes plasmados dentro del presente proyecto.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

10.2. Entregable Producto 2:

10.2.1. Licitaciones y su proceso de implementación.

“El SECOP II es una plataforma transaccional en la cual las Entidades Estatales pueden hacer todo el Proceso de Contratación en línea. Los Proveedores pueden conocer la demanda de las Entidades Estatales, obtienen información de los Procesos de Contratación, presentan ofertas y gestionan sus contratos; los organismos de control hacen la auditoría del Sistema de Compra; y la sociedad civil conoce la forma como las Entidades Estatales ejecutan el dinero de los contribuyentes para entregar bienes, obras y servicios a las personas.” (SECOP II, 2019)

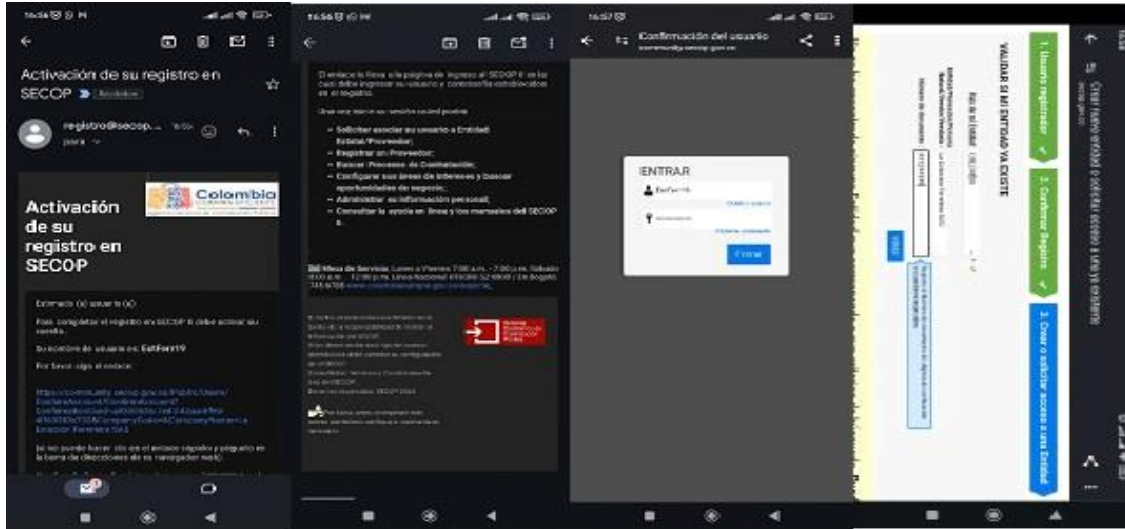
Colombia Compra Eficiente pone abiertamente herramientas de contratación a nivel nacional, como la tienda virtual del estado colombiano, el SECOP II, síntesis (normativa y jurisprudencia en contratación, manuales, guías y documentos tipo.

Para el año 2015, Colombia compra eficiente lanza de manera oficial el SECOP II, la nueva versión del SECOP que pasa de la simple publicidad a una plataforma transaccional. El SECOP II permite a compradores y proveedores realizar todo el proceso de contratación en línea y al público en general consultar en línea la actividad contractual de las entidades estatales para certificar y garantizar la transparencia en los procesos de contratación.

El proceso de registro en la plataforma del SECOP II consta de varios pasos que serán ejecutados para la Estación Ferretera SAS y de los cuales quedará evidencia a continuación:

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

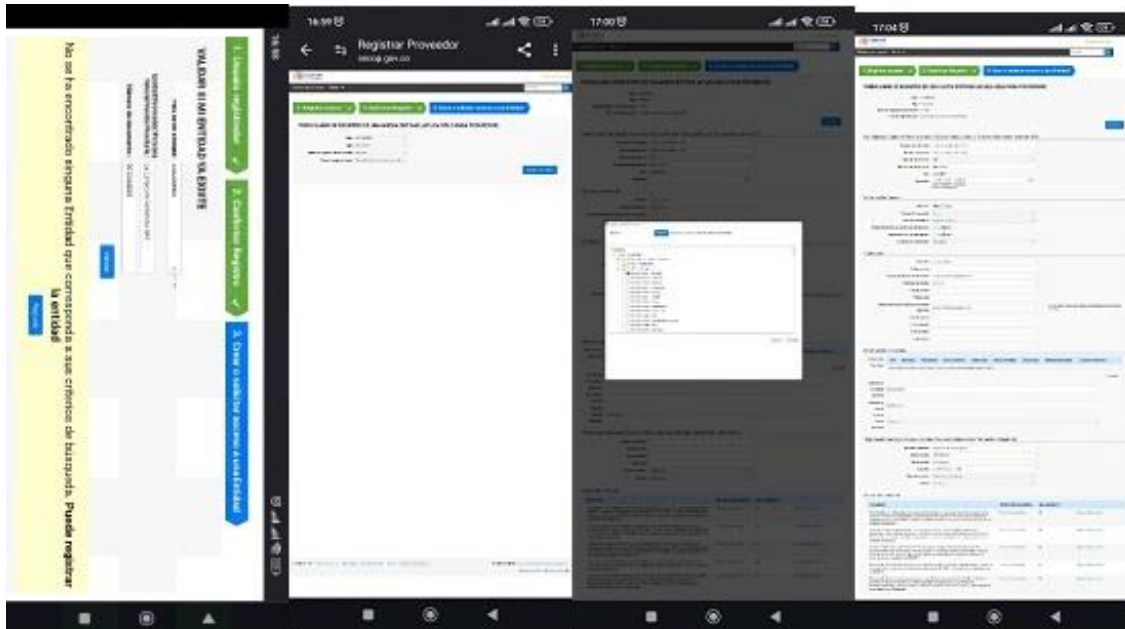
Figura 3: Validación y soporte de configuración inicial.



* Fuente: Elaboración propia con base en la plataforma del SECOP.

Se continúa, a detalle el proceso de registro Ver Figura 4: .

Figura 4: Validación y soporte registro proveedor.



* Fuente: *Elaboración propia con base en la plataforma del SECOP*

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Figura 5: Aceptación de registro como proveedor.

Confirmación de registro de la entidad

Para actualizar el registro concluya la sesión.

Felicitaciones Sebastián Jaramillo Mejía,

La Estación Ferretera SAS con el Número de documento 901244349 creada

Su usuario es el usuario administrador, usted puede administrar la información de su entidad y dar acceso a nuevos usuarios.

Haga clic aquí para continuar >

* **Fuente:** *Elaboración propia con base en la plataforma del SECOP*

Dentro de la Estación Ferretera SAS, el objetivo es comenzar procesos de licitación con entidades públicas y privadas, que permitan incrementar las ventas anuales en un porcentaje superior al 5% comparado con el año anterior, donde serán evaluadas las necesidades de las empresas para crear catálogos personalizados para cada una de las ofertas que son lanzadas en la plataforma SECOP II, véase **Figura 6:** Ejemplo de Procesos Publicados en SECOP II..

Figura 6: Ejemplo de Procesos Publicados en SECOP II.

Pais	Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicación	Fecha de presentación de ofertas
COLOMBIA	ALCALDÍA MUNICIPAL COTA	CD-1015-2024	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES COMO INSTRUCTOR DE MÚSICA DE LA ESCUELA DE FORMACIÓN ARTÍSTICA DE LA SECRETARÍA DE CULTURA Y JUVENTUDES	Presentación de oferta	1 minuto de tiempo transcurrido (26/05/2024 8:42:28 PM) UTC-05:00 (Bogotá, Lima, Quito)	-
COLOMBIA	INSTITUCION EDUCATIVA PAULO VI	1224	Servicios plataforma web	Presentación de oferta	4 minutos de tiempo transcurrido (26/05/2024 8:42:41 PM) UTC-05:00 (Bogotá, Lima, Quito)	-
COLOMBIA	LA CORPORACION COLOMBIANA DE INVESTIGACION AGROPECUARIA - AGROSAVIA	601313	ELEMENTOS DE LABORATORIO	Presentación de oferta	4 minutos de tiempo transcurrido (26/05/2024 8:42:19 PM) UTC-05:00 (Bogotá, Lima, Quito)	-
COLOMBIA	SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPECIAL SECRETARIA DE CULTURA	4148.010.32.1.0014-2024	Prestar Servicios de Apoyo a la Gestión	Presentación de oferta	5 minutos de tiempo transcurrido (26/05/2024 8:42:08 PM) UTC-05:00 (Bogotá, Lima, Quito)	-

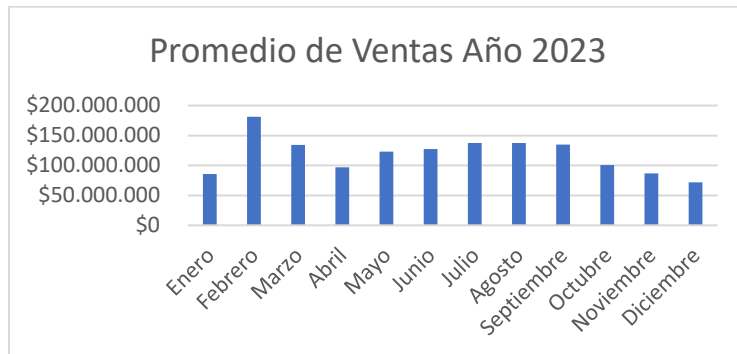
* **Fuente:** *Elaboración propia con base en la plataforma del SECOP*

Como se puede evidenciar, cada proceso publicado evidencia en su descripción la necesidad principal del proceso ofertado, para lo cual, la Estación Ferretera, debe esperar encontrar alguna oferta relacionada con el objeto principal de su actividad comercial (Comercio al por mayor y por menor de artículos de ferretería, construcción) donde pueda postularse como proveedor y esperar la aceptación del ofertante.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Para determinar el aumento de ventas al cual se quiere llegar es importante tener en cuenta el siguiente gráfico, que muestra los ingresos mensuales durante el año 2023 y serán identificados los principales productos comercializados por la Estación Ferretera SAS.

Gráfico 3: Gráfico de Ventas Año 2023.



* **Fuente:** *Elaboración propia con base en la **Tabla 2:** .*

Se debe tener en cuenta que los principales productos comercializados y el fuerte principal de La Estación Ferretera SAS son los siguientes:

- Cemento Gris 50 kg
- Arena de Pega
- Arena de Revoque
- Arena de Concreto
- Triturado o Gravilla
- Malla Electrosoldada
- Varillas en diversas medidas.
- Estucor
- Pegacor
- Pinturas
- Masillas
- Placas de Drywall y Superboard
- Canales y Parales



TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Para fortalecer estas líneas es importante reconocer el costo de estas, el margen de rentabilidad y la asignación de nuevos precios para clientes nuevos, antiguos, y posibles descuentos aplicados al pronto pago de las facturas generadas.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

10.3. Entregable Producto 3:

El plan de comisiones laborales se basa en la identificación y valoración de las falencias en las áreas de ventas y administración. Estas falencias, que surgieron durante la reactivación gradual de las operaciones de la empresa, tendrán un porcentaje de importancia dentro del valor porcentual de la comisión final. Este enfoque busca incentivar a los empleados a superar los desafíos y mejorar su rendimiento, contribuyendo así al éxito general de la empresa.

La Estación Ferretera SAS, durante el período crítico de la pandemia tuvo un receso “absoluto” durante exactamente 1 mes. Durante este tiempo, seguían en cabeza los dueños y la persona administrativa de la empresa (Auxiliar Contable); trabajando en casa, revisando constantemente las dudas e inquietudes que clientes y proveedores tuvieron durante este lapso.

El resto de los empleados les fue imposible dar apoyo ya que son de ventas y es evidente que ellos no podían complementar las actividades administrativas que no cesaron en su totalidad.

La pandemia ya había sido advertida para muchos, y como muchas empresas, La Estación Ferretera SAS, realizó una provisión de costos y gastos para suplir las necesidades básicas de los empleados (no hubo reducción salarial de ningún tipo durante este mes)

Cuando las provisiones comenzaron a agotarse, entró el quiebre emocional de ambos dueños, donde se comenzó a explicar a los empleados que los recursos se estaban agotando y que probablemente habría riesgo de reducción salarial (hecho que ocurrió en la mayoría de las empresas colombianas) ya que se hizo énfasis en que el equipo de trabajo iba a seguir unido, sin alterar el personal, donde se redujo en un gran porcentaje la incertidumbre de cada uno de los empleados de la organización.

Tan pronto como fue posible solicitar permisos de circulación, se activó paulatinamente el retorno de cada uno de los empleados, teniendo presente el cuidado de cada uno de ellos, y, asimismo, retomar en manera de domicilios, la venta de los productos que había en existencia en el momento ya que muchos de los proveedores tardaron más en retomar sus labores y se hizo difícil la búsqueda de ciertos insumos.

Poco a poco, el trabajo fue incrementando, y de la misma manera comenzaron a surgir falencias en el área de ventas, lo que llevó a la reducción de la productividad y en un alto grado,

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

la motivación se ha visto alterada de la misma manera; llevando al área administrativa a caer en lo mismo: la reducción en la efectividad y productividad.

Con el uso adecuado del sistema de control para entrada y salida de empleados se tendrá en cuenta que el horario para comenzar a laborar es a las 7.30 am donde deberán llegar con la anticipación suficiente para cambiarse y reportar la entrada luego de esto y comenzar así las labores diarias, los tiempos de desayuno y almuerzo serán marcados de igual manera y de la misma manera se tendrá que reconocer que el tiempo para cambiarse no pertenece a la jornada laboral, por tanto, los empleados se organizarán después de reportar su salida con el sistema de registro que será implementado siendo las 5.20 de la tarde la hora mínima de registro de salida y así mismo, el día sábado el registro en la hora límite será la 1.50 pm.

Dentro de los objetivos planteados en la implementación de esta estrategia de motivación, se tendrán en cuenta que el conjunto de falencias tendrá un porcentaje de importancia dentro del valor porcentual de la comisión final.

10.3.1. Errores Generales en el área de caja y atención al cliente.

Con la implementación de las estrategias de mejora, se tomará como base errores como faltantes en remisiones, faltantes en saldo de caja, omisión de recibos de caja menor reportando salidas, recibos de caja reportando entradas, la actualización constante de precios en el sistema, liquidación de dinero entregado a conductores, No existe registro de transportes realizados.

10.3.2. Errores Generales en el Área Contable.

Con la ejecución del plan motivacional se tomarán atrasos en registro de compras, egresos, programación de proveedores, relaciones de balance y demás labores asignadas por el Representante Legal y el Contador para el buen desarrollo administrativo de la empresa donde el tiempo máximo de atraso serán 7 días en el registro contable en sistema, y hasta un mes en el proceso de archivo.

10.3.3. Errores Generales en Bodega.

El encargado de la bodega es quien alimentará la información al área administrativa para el logro de objetivos planteados, donde estará pendiente de las horas de llegada de conductores y demás personas que permanecen en bodega, así mismo, estará pendiente de los tiempos de

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

ocio de cada uno de ellos y los tiempos que tomen para desayunar y almorzar, será el encargado del orden y control de registros de materiales faltantes y equipos de alquiler.

10.3.4. Errores Generales en el Rubro de Conducción.

La no entrega de pedidos completos, la falta de liquidación de dineros entregados, la falta de colaboración en momentos de apoyo grupal, serán aspectos tenidos en cuenta a la hora de generar el derecho a comisionar en la manera como se venía haciendo ya que las comisiones son un premio por el buen desarrollo de las actividades planteadas día a día.

10.3.5. Errores Generales en el Área de Ventas.

El área de ventas es la que mayor problema presenta, entre ellos se resaltan los siguientes: Errores en suma de remisiones, Precios equivocados (Contrarios al sistema o en cero), Facturación en líneas erróneas del inventario, Falta de cordialidad en la atención al cliente, Falta de Información para realización de Facturas Electrónicas, Errores en medios de pago, Falta de orden en distribución de mercancía al ingresar al almacén.

Para mejorar en cada una de las áreas, es fundamental tener en cuenta el nivel de importancia y de incidencia en cada una de las falencias anteriormente mencionadas y que se listan en el checklist. **Véase Checklist 1:** Presentación de Problemas Generales.

EL plan o método de desarrollo para determinar la calificación de las acciones por actividades generales son una serie de tablas que evidencian el nivel de importancia y de incidencia de cada uno de los aspectos que se espera, puedan ser fortalecidos al transcurrir la aplicación del presente plan de comisiones.

De manera individual, el 30% de la comisión será asignada al registro y control de horarios laborales; el 70% restante será distribuido por rubros de la siguiente manera ver



TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Tabla **4**:

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Tabla 4: Área de ventas.

CONCEPTOS	VALOR PORCENTUAL
Errores en suma de remisiones y totalización de cantidades.	10%
Falta de información para facturación electrónica.	10%
Errores en medios de pago (Incluye FAC y RM por APP que no se encuentren al momento de conciliar bancos y de la misma manera aquellas transferencias que no tienen soporte ya sea FAC o RM)	15%
Orden y distribución de mercancía al ingresar al almacén (incluye marcar mercancía)	10%
Despacho de mercancía para acarreos	10%
Falta de Obras en Remisiones	10%
Ventas sin Facturar (PAGOS APP)	15%
Aseo general (Todo el local)	10%
Tiempos de ocio extendidos (uso debido del celular)	10%

* **Fuente:** *Elaboración propia*

Tabla 5: Caja y Atención al Cliente.

Conceptos	Valor Porcentual
Faltantes en Remisiones	5%
Faltantes recibos de caja salidas	5%
Faltantes en arqueo de caja	20%
Cordialidad y atención al cliente en general	20%
Actualización de precios en sistema	10%
Liquidación de efectivo con conductores	5%
Aseo general (Puesto de trabajo)	5%
Tiempos de ocio extendidos (uso debido del celular)	5%
Consulta de información para devoluciones y demás temas de carácter contable.	5%
Realización de Facturas (cruce de cotizaciones)	10%
Separación de pedidos realizados mediante llamadas y red WhatsApp	10%

* **Fuente:** *Elaboración propia*

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Tabla 6: Área Contable y Cartera.

Conceptos	Valor Porcentual
Conciliación Bancaria	10%
Registro de Compras	5%
Comprobantes de egreso	5%
Asignaciones Representante Legal	10%
Asignaciones Contador	5%
Programación de Pagos Proveedores	10%
Proceso de Archivo	10%
Facturación Electrónica (periodo de facturación decadal)	15%
Uso debido celular	5%
Aseo general (Puesto de trabajo)	5%
Tiempos de ocio extendidos (uso debido del celular)	5%
Recibos de Caja	5%
Cobro de cartera	10%

* Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 7: Bodega

Conceptos	Valor Porcentual
Reporte de entradas de materiales	10%
Reporte Salida y entrada equipos de alquiler	20%
Orden en la bodega	20%
Control de existencias (reporte oportuno de faltantes)	20%
Despacho oportuno de materiales hacia el mostrador (líquidos)	20%
Tiempos de ocio extendidos (uso debido del celular)	10%

* Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 8: Conductores

Conceptos	Valor Porcentual
Colaboración cargue y descargue	30%
Liquidación dineros en la caja menor y mayor	20%
Novedades en pedidos	40%
Tiempos de ocio extendidos (uso debido del celular)	10%

* Fuente: *Elaboración propia*

TRABAJO DE GRADO **Opción Práctica y Pasantía.**

Para concluir los conceptos planteados por área, se tendrá en cuenta, que una vez haya cinco novedades por el mismo concepto, se anula el valor porcentual y así mismo se verán afectadas las comisiones al final del mes para cada uno de los empleados. Poniendo como ejemplo lo siguiente:

En el arqueo de caja, hay faltantes o sobrantes 5 días en el mes por un valor de \$20.000, se pierde el total del valor porcentual de la comisión, de la misma manera, si solo se evidencia un error al mes, el porcentaje se verá afectado por esta falla, en este caso, acá error cuesta un 4% de productividad dentro de los valores empleados en la tabla pertinente.

En el indicador de adhesión al horario para cumplir este indicador es fundamental que tengan un desempeño mayor o igual al 95% esto los haría acreedores a un 30% del total. Para cumplir este indicador las personas deberán marcar tarjeta a más tardar 7:30am.

Para que el incentivo sea aplicable al empleado este deberá tener un desempeño mayor o igual al 80% en su desempeño individual.

Las comisiones, serán entregadas en la primera década del mes siguiente, donde se tendrán días de evaluación de conceptos y objetivos cumplidos de cada una de las áreas de la empresa teniendo en cuenta los valores porcentuales de importancia planteados en los anteriores cuadros.

La aplicabilidad de este plan de comisiones puede darse a cualquier empresa que desee mejorar la productividad en sus empleados y reflejar en ellos la disposición, la entrega y la intención de fortalecer el equipo de trabajo y disminuir la rotación laboral.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Lista de Tablas

Tabla 1: Glosario.....	5
Tabla 2: Histórico de ventas acumuladas.....	29
Tabla 3: Principales Clientes Actuales.	30
Tabla 3: Área de ventas.	46
Tabla 4: Caja y Atención al Cliente.	46
Tabla 5: Área Contable.	47
Tabla 6: Bodega.....	47
Tabla 7: Conductores.....	47

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Lista de Figuras

Figura 1: Desarrollo Encuesta Satisfacción.....	31
Figura 2: Continuación Desarrollo Encuesta Satisfacción.	31
Figura 3: Validación y soporte de configuración inicial.	39
Figura 4: Validación y soporte registro proveedor.	39
Figura 5: Aceptación de registro como proveedor.	40
Figura 6: Ejemplo de Procesos Publicados en SECOP II.....	40

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Aspectos a Mejorar	32
Gráfico 2: Continuación Desarrollo Encuesta Satisfacción.....	32
Gráfico 3: Gráfico de Ventas Año 2023.....	41

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

11. Conclusiones.

Establecer diversas soluciones ante las diversas problemáticas, son variables que podrán ser analizadas por los representantes legales después de que el presente proyecto sea analizado, revisado y aprobado.

Fortalecer el equipo de trabajo de la Estación Ferretera SAS, es fundamental para que siga existiendo un buen ambiente, un buen trato, tanto interno como externo; es importante resaltar que todas las personas que llegan a formar parte de la empresa, deben respetar, aceptar y adaptarse a los diversos momentos, a las normas laborales, al ambiente laboral, llegar a indisponer a los empleados puede afectar el rendimiento de los mismos, y de manera externa, la falta de empatía, tacto, saber ser, puede deteriorar la relación entre la empresa y el cliente, pues la mayoría, si no se sienten a gusto con la persona que los recibe, prefieren cambiar de proveedor, porque nos encontramos en una sociedad en la cual perciben la falta de cortesía y la educación y que en la mayoría de quien recibe este trato, prefiere no volver a adquirir ningún tipo de servicio para con la empresa.

Tomar acción respecto a algunos procesos como un debido conducto regular, puede ser tenso en el primer momento de realizarlos, pero es la mejor manera de reducir ciertos costos y gastos, que por descuido de los empleados se convierten en los conocidos “sobrecostos”.

Dentro de las metas de La Estación Ferretera SAS, está comenzar a realizar contrataciones con el estado, capacitar a las personas que se encargarán de estos procesos, analizar esos clientes potenciales que han dejado de usar los servicios con la empresa para llegar a un acuerdo respecto a precios, personas que los atienden, tiempos de respuesta y atención general.

Implementar estas nuevas alternativas para generar ingresos, pueden traer resultados positivos para La Estación Ferretera SAS y para cada una de las personas que conforman el equipo de trabajo, y saber aplicar lo que en el presente proyecto se encuentra podrá llevar a la empresa al éxito, aplicando de manera sabia la constancia, la sabiduría, los buenos consejos y el amor por conservar el legado que se ha conservado por aproximadamente 45 años.

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

12. Recomendaciones

- Ampliar canales de contacto (Redes Sociales- crear Instagram, linked-In, Tik tok ampliar los medios de reconocimiento con la Estación Ferretera SAS)
- Creación de Catálogos por grupos de inventario
- Diseñar imágenes publicitarias que permitan que otras empresas puedan conocer a la empresa.
- Aplicar correctamente procesos disciplinarios y conductos regulares para los empleados, respetando cada artículo establecido dentro de los manuales internos y los contratos individuales.
- En pro de disminuir ciertos costos, se recomienda que cada uno de los empleados, registre su huella en el tablero de control, no solo al entrar y al salir, sino en los tiempos de almuerzo, de carácter visual, es evidente que algunos de los empleados emplean tiempos superiores a los establecidos al inicio del pacto laboral.
- Restar de las horas extras extralegales de cada empleado, los tiempos en el retraso de entrada, los tiempos en las salidas anticipadas, los sobretiempos en el almuerzo.
- Reducir de manera general el uso del celular, se evidencia que todos los empleados amplían sus tiempos de ocio por el uso del dispositivo, que lo usan mientras laboran, y esto altera los niveles de concentración, aumenta el riesgo de procrastinar, y puede afectar el comportamiento de los empleados que son más dedicados.
- Realizar charlas internas referentes a la atención al cliente, escuchar de manera atenta a ciertos clientes, pues la perspectiva de ellos puede aclarar dudas acerca de la falta de ingresos por parte de ciertos clientes, decadencia que viene en aumento de hace dos años aproximadamente.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Bibliografía

- Axioma. (s.f.). *Axioma Sales Training*. Obtenido de <https://www.axiomafv.com/origen-tecnicas-de-venta/>
- Barrera Perico, N. (9 de Febrero de 2024). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/justicia/servicios/licitaciones-como-debe-prepararse-una-empresa-para-licitar-con-el-estado-853423>
- Bibliotecas Duoc UC. (19 de Julio de 2023). *Bibliotecas Duoc UC*. Obtenido de <https://bibliotecas.duoc.cl/elaboracion-de-documentos-o-informes/como-elaborar-un-marco-teorico#:~:text=es%20marco%20te%C3%B3rico%3F-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20marco%20te%C3%B3rico%3F,en%20relaci%C3%B3n%20con%20un%20tema.>
- Braga Blanco, G., & Belver Dominguez, J. (2016). El análisis de libros de texto: una estrategia metodológica en la formación de los profesionales de la educación. *Revista Complutense de Educación*. Obtenido de <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/37073/analisisdelibros.pdf>
- Corona. (s.f.). Obtenido de <https://empresa.corona.co/timelines/nuestra-historia/>
- Deel. (2024). Obtenido de <https://www.deel.com/es/glosario/comision/>
- Equipo de redactores Legis. (9 de Junio de 2021). *Legis*. Obtenido de <https://blog.legis.com.co/juridico/licitacion-publica>
- Ferreco. (11 de Febrero de 2023). *Ferreco*. Obtenido de <https://ferreco.com/blog/post/ferreteria-samir-un-ejemplo-de-innovacion-y-crecimiento-en-el-sector-ferretero>
- Jiménez Restrepo, A. (22 de Mayo de 2024). *Percepción de nuestros Clientes*. Obtenido de https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfJb_iQsk1ICw74tEXu1xA64GWR3o5zatRKe_iQJSHL9KoFpA/viewform
- La Nota. (27 de Octubre de 2022). *La Nota*. Obtenido de <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2021-ferreterias-lideres-de-colombia.html>
- Licitaciones Colombia*. (2024). Obtenido de <https://www.licitacionescolombia.co/blog/que-es-una-licitacion>
- MCYT. (2021). Obtenido de https://mcyt.educa.madrid.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema9_1.asp#:~:text=Un%20contrato%20de%20trabajo%20es,a%20cambio%20de%20una%20retribuci%C3%B3n.

TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

- Narvaez, M. (2024). *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategia-de-mercadeo/#:~:text=Una%20estrategia%20de%20mercadeo%20es,que%20la%20empresa%20quiere%20alcanzar.>
- Omnitok. (20 de Mayo de 2022). *Omnitok*. Obtenido de <https://blog.omnitok.chat/disminucion-de-ventas-empresa/>
- Peña Valderrama, A. D., Pineda Bautista, J. F., & Martínez García, L. A. (2018). *Uniaugustiniana*. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/637/PinedaBautista-JohnFreddy-?sequence=1>
- Personio*. (2024). Obtenido de <https://www.personio.es/glosario/productividad-laboral/>
- Qualtrics*. (2024). Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/empleados/motivacion-laboral/#:~:text=La%20motivaci%C3%B3n%20laboral%20se%20refiere,pueden%20ser%20intr%C3%ADnsecos%20o%20extr%C3%ADnsecos.>
- SECOP II*. (2019). Obtenido de <https://community.secop.gov.co/STS/Users/Login/Index?SkinName=CCE¤tLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO>
- SYDLE. (24 de Noviembre de 2023). *SYDLE*. Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/kpi-615de90225ce5d3ef29a5570>
- Westreicher, G. (01 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empleado.html>