

UNIVERSIDAD CATOLICA LUIS AMIGO

INFORME DE INTERVENCION DE LA PRACTICA DE CONTRATO DE APRENDIZAJE DE  
LA EMPRESA PORTAFOLIO TEXTIL S.A.S.

Alexander Jaramillo Mesa, Alexander.jaramillome@amigo.edu.co, 51635, ciencias administrativas,  
contables y económicas, administración de empresas (presencial)

Portafolio Textil S.A.S

Fecha de inicio: 10 de diciembre de 2019

Fecha de terminación: 9 de diciembre de 2020



Dedicatoria.

Dedico este trabajo a mi familia la cual me ha apoyado durante los diez semestres de estudio, que siempre han estado pendientes del transcurrir de cada semestre apoyándome en los momentos más complicados de la carrera y guiándome por el mejor camino para continuar y terminar la carrera que escogí y que de verdad quería estudiar. Ellos fueron mi pilar durante estos cinco años de carrera en los cuales me esforcé por ser un orgullo para ellos y poder llegar a darles un poco de todo lo que ellos me han dado durante toda mi vida.

## Agradecimiento.

Mi mayor agradecimiento es para mi familia especialmente mi padre Wilson Jaramillo el cual realizó un esfuerzo muy grande durante cinco años pagando cada semestre para darme una buena educación con la cual yo pueda salir adelante y tener un mejor futuro, no solo para mí sino también para brindarles a ellos un mejor futuro en el cual no se deban preocupar por mí. Otra persona que me apoyó durante este proceso y le debo de agradecer es mi madre la cual constantemente se preocupaba por mi rendimiento en la universidad y me deseaba lo mejor para terminar mi carrera durante estos 5 años. Una persona muy importante a la cual le debo de agradecer mucho de este proceso es a mi hermana la cual también se preocupó mucho por mi carrera y a la cual le tenía la mayor confianza hablar de mis altas y bajas durante la carrera, fue una persona que estuvo pendiente a ayudarme y apoyarme en todos los momentos de la carrera. Por último, agradecer a mis compañeros con los cuales compartí excelentes momentos y estuvieron conmigo durante toda la carrera brindándome un apoyo para siempre mejorar, también a la Universidad Católica Luis Amigo y los excelentes profesores que hicieron parte de este bello proceso.

## Resumen.

Este trabajo realizado en la empresa Portafolio Textil S.A.S. conocido así por su razón social, pero mayormente conocido por el nombre de su marca comercial el cual es Formas Intimas. Este trabajo tiene como primer enfoque mostrar y dar a conocer un poco sobre la empresa, cuál es su planeación estratégica, como es su estructura organización y dentro de la estructura cual es el área donde se realizó las practicas, donde muestre cual es el objetivo de dicha área y cuál es el cargo que se ocupa, cuáles son sus funciones y que relación tienen dichas funciones con los cursos vistos durante toda la carrera.

Teniendo claridad con la empresa, el cargo, sus funciones y demás, se realizó un trabajo de mejora en el cual se buscará, estandarizar, mejorar o realizar una adecuación de algún punto débil que tuviera el cargo, en el cual practicantes anteriores no se hubieran enfocado pero que tuviera gran importancia para así generar un impacto positivo en el cargo. El trabajo que se realizó fue un manual de funciones el cual busca servir de guía para próximos practicantes ya que el cargo no contaba con un manual. Se buscó mediante el manual dar claridad de cada una de las funciones con las que se debe cumplir, mostrando un paso a paso de cómo se debe de cumplir con cada una y a que área se le debe de responder por cada función, con quien se puede comunicar al momento de tener alguna duda o novedades con una función. Todo esto con el fin de volver el cargo más independiente ya que anteriormente se debía hablar con el jefe inmediato para saber cómo y con quien hablar para saber el desarrollo de cada función.

Palabras claves: comercial; ventas; trazabilidad; estrategia; manejo de personal.

## Abstract.

This work carried out in the company Portafolio Textil S.A.S. known thus by its company name, but mostly known by the name of its commercial brand which is Formas Intimas. This work has as its first approach to show and make known a little about the company, what is its strategic planning, how is its organizational structure and within the structure what is the area where the practices were carried out, where it shows what is the objective of said area and what is the position held, what are their functions and what relationship do these functions have with the courses seen throughout the career.

Having clarity with the company, the position, its functions and others, an improvement work was carried out in which it will seek, standardize, improve or make an adaptation of any weak point that the position had, in which previous practitioners had not been focused but important to generate a positive impact on the position. The work that was carried out was a function manual which seeks to serve as a guide for future practitioners since the position did not have a manual. Through the manual, it was sought to give clarity of each of the functions with which they must be fulfilled, showing a step by step of how to fulfill each one and which area should be answered for each function, with whom you can Communicate when you have any questions or news with a function. All this in order to make the position more independent since previously one had to speak with the immediate boss to know how and with whom to speak to know the development of each function.

Keywords: commercial; sales; traceability; strategy; personnel management.

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
1.1 Identificación de la empresa.....	1
1.1.1 Estructura organizacional.....	1
1.2 Breve descripción de la empresa:.....	2
1.2.1 Misión.....	2
1.2.2 Visión.....	2
2. Descripción y ubicación del cargo que se desempeñó.....	4
2.1 Nombre del cargo.....	4
2.2 Ubicación dentro de la estructura de la empresa.....	4
2.3 Funciones asignadas.....	4
3. Descripción general de las tareas desarrolladas.....	6
3.1 Actividad específica del área o departamentos donde trabaja.....	6
3.2 Tareas que se le encomendaron en cada caso.....	6
3.3 Relación de la tarea con su formación como profesional.....	7
4. Metodología.....	10
4.1 Descripción de procedimientos empleados para realizar la experiencia de.....	10
práctica.....	10
4. 2 Propuesta.....	12
4.3 Herramientas para utilizar.....	13
5. Resultados.....	14
5.1. Competencias del saber o del hacer desarrolladas en la empresa.....	14
5.2 Aportes a la empresa.....	14
5.3 Logros.....	14
5.4 Dificultades.....	15
6. Conclusiones.....	16
7. Recomendaciones.....	17
8. Bibliografía.....	18
9. Anexos.....	19
9.2. Introducción.....	19
9.3. Misión.....	19
9.4. Visión.....	19
9.5. Reseña histórica.....	20

9.6.	Descripción del cargo.....	20
9.7.	Alcance del manual.....	20
9.7.	Objetivo del manual.....	20
9.8.	Objetivo del área.....	21
9.9.	Organigrama.....	21
9.10.	Marco conceptual.....	22
9.11.	Funciones del área.....	22
9.11.1.	Cierres de tiendas.....	22
9.11.2.	Novedades.....	23
9.11.3.	Paso de referencias entre portafolios.....	23
9.11.4.	Ventas diarias.....	24
9.11.5.	Consignaciones de tiendas.....	24
9.11.6.	Memorando descuento y errores.....	25
9.11.7.	Conciliacion sistecredito.....	25
9.11.8.	Pedido de papelería.....	26
9.11.9.	Ventas proveedores externos.....	26
9.11.10.	Malla horaria.....	26
9.11.11.	Facturas de tiendas.....	27
9.11.12.	Caja menor.....	27
9.12.	Recomendaciones.....	28
9.13.	Formatos.....	28

#### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Valores Corporativos.....	2
Tabla 2.	Funciones Asignadas.....	4
Tabla 3.	Tareas.....	6
Tabla 4.	Funciones y Herramientas.....	10

#### TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.	Organigrama.....	2
Ilustración 2.	Organigrama con Ubicación del Puesto.....	4
Ilustración 3.	Organigrama Manual de Funciones.....	21
Ilustración 4.	Formato de Novedades.....	29
Ilustración 5.	Formato de Ventas Diarias.....	29

Ilustración 6. Formato de Consignaciones de Tiendas.....	30
Ilustración 7. Formato de Memorando de Llamados de Atención .....	31
Ilustración 8. Formato de Memorandos de Descuentos. ....	32
Ilustración 9. Formato de Conciliación de Sistecredito .....	33
Ilustración 10. Formato de Pedido de Papelería y Aseo.....	33
Ilustración 11. Formato de Legalización de Caja Menor .....	34

## 1. Introducción.

### 1.1 Identificación de la empresa

Nombre: Portafolio Textil S.A.S.

Dirección: Calle 10sur #51c-77

Actividad: Textil, Confección, moda

Importancia en el sector: Formas Intimas es una empresa líder en el sector de confecciones moda, la cual maneja 3 líneas de enfoque en sus confecciones que son: ropa exterior, ropa interior y vestido de baño. Es una empresa que cuenta con más de 30 años de experiencia, que se encuentra consolidada en el mercado por medio de sus diferentes canales de ventas como los son su canal moderno y tradicional, puntos de venta físicos, por medio de catálogo y su canal ecommerce. Gracias a esta estabilidad que tiene en el mercado y su consolidación en Colombia, lo lleva a exportar su producto en diferentes países del continente americano y europeo, donde ya se encuentra con una estabilidad en cuanto sus niveles de venta y su rentabilidad. Es una empresa que en el momento genera más de 2.300 empleos directos, debido a su gran crecimiento a nivel regional. (Intimas, 2012)

Reseña histórica de la empresa: A finales de la década de los 80, nuestro Fundador don Marco Antonio Roldán, tenía un objetivo: deseaba crear una empresa que fuese una causa social. Con servicio, calidad y buen precio Formas Intimas llega al mercado como una oferta de producto que satisface a miles de mujeres en Colombia y garantiza a los clientes y distribuidores un producto adecuado para el día a día de la mujer colombiana. Hoy en día estamos orgullosos de ser la segunda empresa de ropa interior de Colombia y que en adelante se propone nuevos retos ante el mercado colombiano e internacional hasta consolidar una estrategia de oferta de valor a las consumidoras en su día a día.

#### 1.1.1 Estructura organizacional

Se maneja una estructura vertical donde se realiza una división estratégica de cada uno de los cargos y cuál es su jefe inmediato. Al interior de la estructura se inicia desde el Gerente General y va bajando mediante un analista de gerencia, para luego delegar a cada una de las gerencias como la financiera, de abastecimiento, de transformación digital y la gerencia comercial, en la cual es el enfoque debido a que es el área donde se encuentra el cargo del canal de tiendas.

De la gerencia comercial se divide el gerente comercial regional, donde encontramos los directores de los diferentes canales que son el canal online, canal moderno, canal tradicional y el canal de tiendas del cual se divide el cargo ocupado como auxiliar de tiendas.

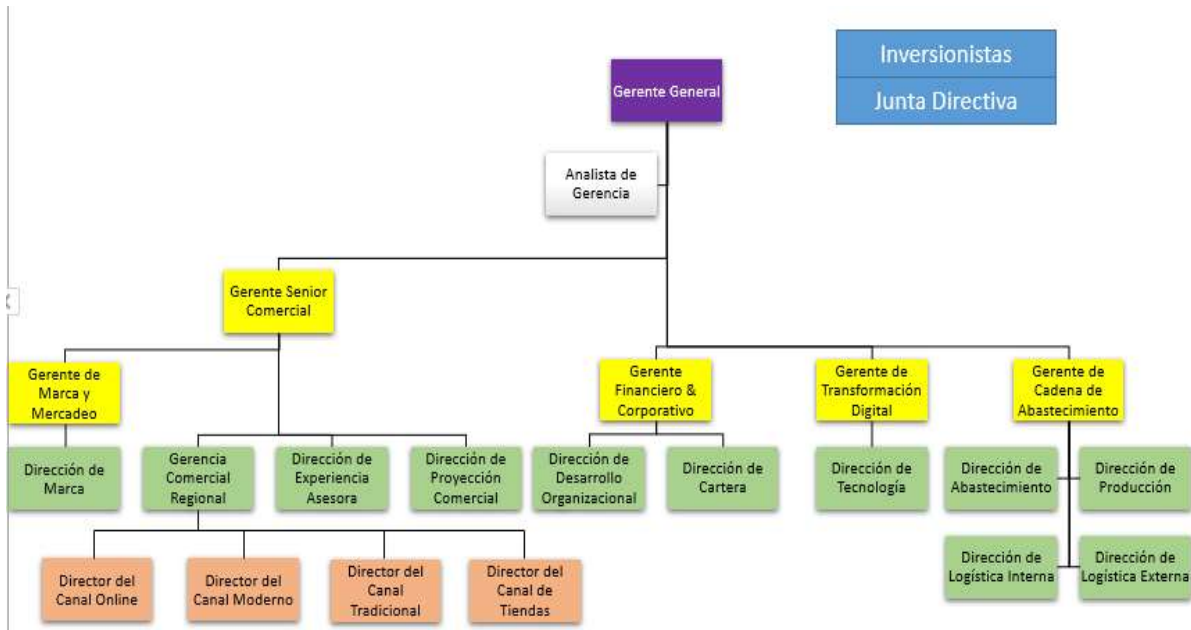


Ilustración 1. Organigrama

## 1.2 Breve descripción de la empresa:

### 1.2.1 Misión

FI es una causa social que busca ser un aliado femenino a través del diseño, producción y comercialización de ropa interior y exterior para toda ocasión, bajo los mejores estándares de calidad para satisfacción de nuestras consumidoras y nuestro capital humano. (Formas íntimas , 2020)

### 1.2.2 Visión

Para el año 2020, consolidarnos rentablemente como la 2ª empresa de ropa interior en Colombia mediante la diversificación en productos de alta tecnología, presencia sólida con las marcas propias en mercados internacionales y nacionales, apoyados con un sistema productivo que adopta tecnología y abastecimiento a través de terceros, garantizando bienestar y felicidad a las mujeres. (Formas íntimas , 2020)

### 1.2.3 Valores corporativos

Tabla 1.  
Valores Corporativos

Valores Corporativos	
Valores	Definición

Superación	En Formas Intimas, es la capacidad de mostrar la mejor versión de sí mismo, haciendo frente con firmeza y energía a las situaciones que se presentan bajo condiciones adversas y retadoras.
Diversión	En Formas Intimas es la capacidad de actuar con entusiasmo y alegría en las diversas situaciones que se presenten, encontrando ideas diferentes y creativas.
Integridad	En Formas Intimas es la capacidad que se tiene para actuar en consecuencia con lo que se dice o se considera que es lo correcto en cada uno de los escenarios, aun cuando nadie nos ve.
Irreverencia	En Formas Intimas, es la capacidad que tenemos para pensar diferente, atreverse a retar el statu quo, rompiendo así paradigmas que le aporten positivamente a la compañía.
Determinación	En Formas Intimas, es la capacidad de ejecutar mis decisiones con valentía, responsabilidad y fe, logrando las metas propuestas.
Ambición	En Formas Intimas, entendemos la ambición como la motivación y la determinación necesaria para lograr objetivos y metas, alimentando cada día el deseo de ser mejores.

(INTIMAS, 2020)

2. Descripción y ubicación del cargo que se desempeñó.

2.1 Nombre del cargo

Auxiliar de tiendas

2.2 Ubicación dentro de la estructura de la empresa.

El cargo como auxiliar de tiendas en la estructura organizacional se encuentra en el área comercial, la cual se divide por diferentes directores que son: director canal online, director del canal moderno, director del canal tradicional y director del canal de puntos de venta físicos. El cargo es el apoyo del director de los puntos de venta físico, el cual se enfoca en el manejo de todas las tiendas propias que tiene la marca a nivel nacional.

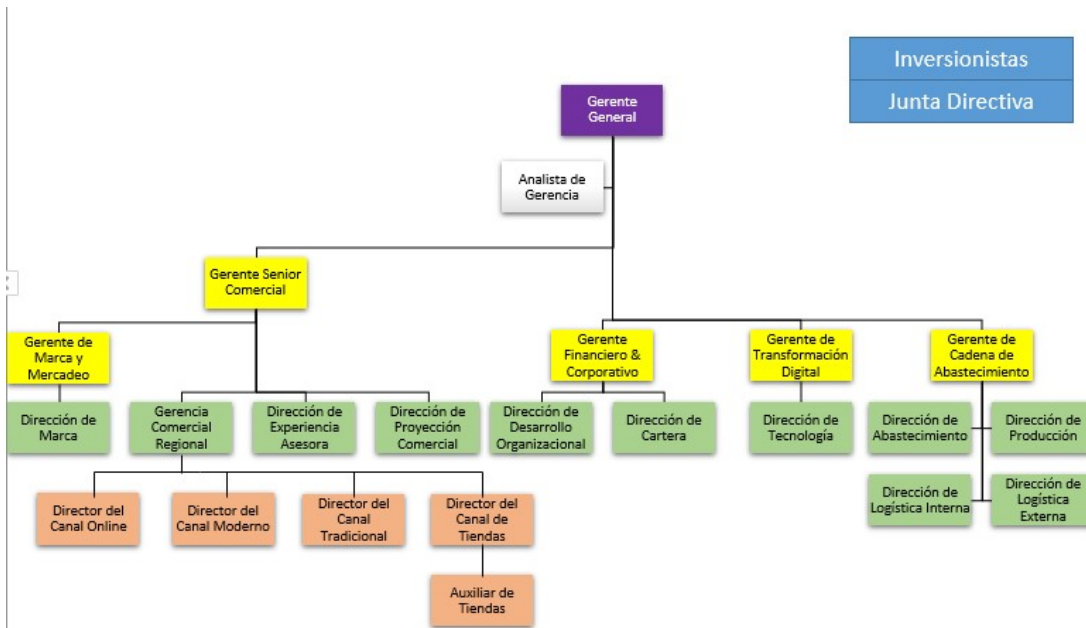


Ilustración 2. Organigrama con Ubicación del Puesto

2.3 Funciones asignadas

A continuación, se presentarán cada una de las funciones necesarias para poder llevar a cabo el cargo de auxiliar de tiendas, en el cual para el cumplimiento se necesitan funciones tanto operativas como otras más estrategias, las cuales se podrán identificar en el siguiente cuadro.

Tabla 2.  
Funciones Asignadas

Responsable del cálculo de los indicadores para el pago de los incentivos para canal tiendas
--

Dar solución a cualquier inconveniente que se presente con precios, referencias discontinuadas, colores discontinuados de los pedidos del canal de tiendas
Mantener la Malla Horaria de las tiendas actualizadas, donde realicemos análisis de costo de impulso los puntos de venta
Realizar seguimiento a la selección del personal de impulso, vacaciones y renunciaciones, todos los canales
Realizar las solicitudes y seguimiento a las actividades de mercadeo y comerciales realizadas para los puntos de venta TRADE MARKETING
Extraer la información para el Análisis de indicadores
Trazabilidad a los despachos de los pedidos de la nueva colección (pedidos diarios de expo y tiendas)
Apoyar en la Implementación de los diferentes programas de motivación a la fuerza de ventas que se tengan vigentes por la dirección de ventas
Realizar y analizar los informes de ventas y control presupuestal de la compañía y hacerle seguimiento
Liquidación de novedades de las promotoras
Elaboración de memorandos y autorizaciones
Realizar Monitoreo de precios de la competencia
Entrega de documentación gestión humana
Seguimiento del funcionamiento correcto de las tiendas

Fuente: elaboración propia

### 3. Descripción general de las tareas desarrolladas.

#### 3.1 Actividad específica del área o departamentos donde trabaja

Generar estrategias, en la cual se pueda evidenciar la mejor manera de llegar a los consumidores finales por medio de una investigación y planificación anticipada, para comercializar los productos ofrecido y así lograr ventas por medio de la aceptación por parte del mercado.

#### 3.2 Tareas que se le encomendaron en cada caso

En el siguiente cuadro se van a definir las tareas en las que se dividen las diferentes funciones, para poder cumplir con cada una de las funciones se debe de contar o realizar las tareas de cada una y una función puede contener 1 o más tareas.

*Tabla 3.  
Tareas*

1. Recolectar la información del indicador.
2. Calcular los indicadores.
3. Verificar en la plataforma empresarial los productos.
4. Organizar el personal de las tiendas para los turnos en días festivos.
5. Tener una base de datos con datos relevantes de las asesoras comerciales.
6. Realizar solicitudes a mercadeo para el impulso de la marca en las tiendas.
7. Recopilar información en base de datos para el cálculo de los indicadores.
8. Hay que confirmar que todo el proceso de los despachos de prendas se haga y lleguen a su destino.
9. realizar planes de incentivos económicos y emocionales para las asesoras.
10. análisis de las ventas y del presupuesto.
11. generar estrategias para el cumplimiento de las ventas.

12. pasar a una base de datos las horas extras y domingos laborados por las asesoras de las tiendas.
13. elaboración de autorizaciones para descuentos de las prendas.
14. Elaboración de memorando debido a errores en el proceso de venta.
15. Realizar un benchmarking con el fin de mejorar.
16. Recolectar documentos para gestión humana, como incapacidades.
17. Estar en constante comunicación con las administradoras de las tiendas.

*Fuente: elaboración propia*

### 3.3 Relación de la tarea con su formación como profesional

1. Referente a la primera tarea que es recolectar información y calcular los indicadores se relaciona con el curso de gestión de procesos la cual se ve en el cuarto semestre, ya que esta materia es el primer acercamiento con lo que es y cómo se realiza un indicador, ya que se debe de realizar un proyecto en él se debe mejorar el proceso de una empresa y la culminación del proyecto es realizar un indicador para evaluar el proceso. Otra herramienta que nos ayuda para realizar el cálculo de estos indicadores es Excel con el cual realizamos cálculos matemáticos como divisiones, multiplicaciones manejo de porcentajes, lo cual fue la base de todo el curso de herramientas informáticas con fines financieros, que es conocer todas las fórmulas financieras que nos ofrece esta herramienta.
2. El curso que se relaciona con la tercera tarea es competencias fundamentales en TIC's ya que esta enseña no solo el manejo de herramientas como Excel, Word y power point, sino que también enseña todas las herramientas que tiene un computador y como las podemos aprovechar.
3. En cuanto a la cuarta tarea la relación con la carrera y en específico con un curso es con talento humano ya que es como el primer acercamiento que tenemos en cuanto al manejo de personal y como se debe de abordar, durante toda la materia se presentaron varios documentos los cuales dan bases de una cultura organizacional y el relacionamiento que se debe de tener con los colaboradores.
4. Relacionando la tarea de una base de datos con datos relevantes de las asesoras comerciales a pesar de que TIC's es una gran base para Excel, el curso que más ayuda a profundizar en el manejo de Excel y todo lo que podemos hacer con él es la materia de herramientas informáticas con fines financieros, ya que nos muestra las diferentes funciones de Excel y como agregar infinita información.
5. Se pueden agrupar tres actividades como las solicitudes a mercadeo, elaboración de autorizaciones y elaboración de memorando. Relacionarlas con un curso en específico la cual es comunicación y competencias lingüísticas ya que todas las bases que dan en esta

materia son a aprender a comunicarnos, saber a qué grupo de personas nos estamos dirigiendo y como expresarnos, esto es algo muy importante ya que para todo esto deben de ser escritos ejecutivos, la cual es un apoyo a la hora de realizar estas actividades.

6. Una de las tareas es verificar que todo el proceso de las prendas desde el etiquetado hasta la llegada a la tienda sea el correcto, para esta actividad el curso que se puede relacionar es gestión de procesos ya que en ella nos llenan de conocimiento por medio de ejemplos de cuáles son los procesos al interior de una empresa y también como se pueden identificar así que al momento de identificar toda la trazabilidad que hay en esa actividad se hace de una manera mucho más fácil ya que se cuenta con esas bases de como poder identificar los procesos y ya tener conocimiento de procesos al interior de una empresa.
7. La tarea de realizar incentivos se puede relacionar con el curso de talento humano ya que en ella nos muestran cuáles son esas posibles necesidades de las personas o como llegar a conocer a los colaboradores. Esto fue por medio de un proyecto en el cual se debe de realizar un diagnóstico en una empresa, así que por medio de preguntas guiadas se podía tener conocimiento sobre lo que se desea y así conocer lo que piensa, sabe y desea una persona de la empresa.
8. Para el análisis de informes de ventas, un curso que ayuda a tener esas bases es habilidades gerenciales ya que en ella uno de sus componentes o de sus datos a abordar es la comprensión de informes ya que a eso es lo que más se enfrenta un administrador de empresa en una compañía, esta materia es una base muy importante para poder aprender a leer informes y desarrollar es habilidad que se puede mejorar con el tiempo y con la práctica. Otra tarea es la de generar estrategias para aumentar las ventas y para esta la materia más afín es mercadeo y gerencia 1, ya que con la ayuda de mercadeo en los conocimientos que nos ofrece como lo que es el marketing mix, que es: precio, plaza, producto y promoción. Esto ayuda a tener una guía sobre campos importantes a impactar a la hora de vender. La otra es gerencia 1 ya que es la materia que nos da las bases para hacer un plan estratégico desde que es y realizar un diagnóstico hasta realizar una DOFA, estrategias, plan de acción e indicadores, esto nos ayuda a saber cuál campo del marketing mix es más importante impactar.
9. Pasar novedades (horas extras y domingos laborados) es una actividad que se relaciona con el curso de herramientas fundamentales en TIC's ya que para ella solo se necesitan conocimientos básicos en Excel para agregar información, guardar el documento y hacer el envío de dicho documento al área encargada del pago, en el cual todos estos pasos son los enseñados en esta materia.
10. Realizar un benchmarking es una actividad con la se puede cumplir perfectamente ya que, durante toda la carrera en las diferentes materias de mercadeo, empezando por fundamentos de mercadeo, enseñan lo que es un benchmarking y como es su respectiva realización para poder que aporte conocimiento para la empresa y a partir del generar estrategias o saber en qué se está fallando.
11. La tarea de recolectar la documentación del personal para pasar a gestión humana se relaciona con derecho laboral ya que en este nos dan conocimiento de documento que puede poseer el empleado que sea de interés de la empresa, como incapacidades y su duración, vacaciones y su forma de pago para poder pasar al área encargada con anticipación para realizar el respectivo pago de ellas, entre otros documentos.

12. Estar en constante comunicación con las administradoras de las tiendas es una tarea que se relaciona con el curso de talento humano ya que en ella enseñan como debe de ser el relacionamiento que se debe de tener con los colaboradores y mantener una constante comunicación con ellos para generar una relación de confianza no solo entre líder y subordinado sino también para que se sientan parte de la empresa y así poder saber cómo van y como se sienten ellos al interior de la empresa.

## 4. Metodología.

## 4.1 Descripción de procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica.

Se mostrará por medio de un cuadro como se cumplen con las diferentes funciones del cargo en donde cada una se va a explicar media el procedimiento a cumplir y las herramientas que se utilizan para poder realizar la función de la forma más adecuada.

Tabla 4.  
Funciones y Herramientas

FUNCION	PROCEDIMIENTO	HERRAMIENTA
Responsable del cálculo de los indicadores para el pago de los incentivos para canal tiendas	recolectar la información para el cálculo, como ventas totales, ventas por tienda y ventas por asesoras. Ingresar los datos recolectados en un formato establecido para el cálculo de los indicadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Excel</li> <li>- Presupuesto de ventas/ventas reales</li> </ul>
Dar solución a cualquier inconveniente que se presente con precios, referencias discontinuadas, colores discontinuados de los pedidos del canal de tiendas	Acoger el problema por parte de las asesoras de las tiendas y verificar en el sistema empresarial si efectivamente el problema está ahí y solucionar el problema desde el mismo sistema. El sistema interno UnoEE es donde se maneja todos los datos de inventarios, ventas, precios, y manejos contables de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Sistema empresarial (UnoEE)</li> </ul>
Mantener la Malla Horaria de las tiendas actualizadas, donde realicemos análisis de costo de impulso los puntos de venta	En un OneDrive al cual se pueden conectar todas las tiendas, subir una hoja de Excel donde estén todos los festivos y domingos del mes para subir en cada fecha el personal que va a trabajar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Correo electrónico empresarial</li> <li>- Formato con domingos y festivos laborados del personal</li> </ul>
Realizar seguimiento a la selección del personal de impulso, vacaciones y renuncias, todos los canales	Tener contacto continuo con las administradoras de las tiendas para saber cómo va el personal y que necesidades tienen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono empresarial</li> <li>- Números de las tiendas</li> <li>- Archivos de datos del personal</li> </ul>

Realizar las solicitudes y seguimiento a las actividades de mercadeo y comerciales realizadas para los puntos de venta TRADE MARKETING	Periódicamente realizar solicitudes a mercadeo para realizar post o diferentes estrategias para dinamizar las ventas, ya sea porque las ventas están bajas o por motivos de la nueva colección.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Correo empresarial de mercadeo</li> <li>- Solicitudes de una activación comercial</li> </ul>
Extraer la información para el Análisis de indicadores	De acuerdo con el tipo de indicador recolectar la información ya sea por medio de la plataforma empresarial o encuestas realizadas. Algunos de los indicadores son sobre el cumplimiento de ventas. Ventas del mes sin IVA/presupuesto de ventas*100	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas</li> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Plataforma empresarial</li> <li>- Ventas diarias, semanales y mensuales</li> </ul>
Trazabilidad a los despachos de los pedidos de la nueva colección (pedidos diarios de expo y tiendas)	Realizar seguimiento a los pedidos de la mercancía por parte de las tiendas, desde que está en el CEDI (centro de distribución) hasta la llegada a la tienda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono empresarial</li> <li>- Numero de guía del producto</li> <li>- Computador empresarial.</li> </ul>
Apoyar en la Implementación de los diferentes programas de motivación a la fuerza de ventas que se tengan vigentes por la dirección de ventas	Mantener motivados a los empleados por medio de incentivos emocionales, económicos o por reconocimiento y oportunidades al interior de la empresa. Se debe observar o indagar con las asesoras cuales pueden ser sus motivaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Excel</li> <li>- Encuestas de satisfacción laboral</li> </ul>
Realizar y analizar los informes de ventas y control presupuestal de la compañía y hacerle seguimiento	En la plataforma empresarial observar los informes de las ventas para realizar estrategias para tratar de aumentarlas o dar razones de porque han bajado las ventas o han subido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Plataforma empresarial</li> </ul>
Liquidación de novedades de las promotoras	Por medio de un formato que tienen las administradoras de las tiendas, pedir las novedades que son: domingos laborados, festivos y horas extras. Todo esto en las fechas de corte las cuales son	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Formato de novedades</li> <li>- Correos empresarial</li> <li>- Formato empresarial de domingos y festivos laborados</li> </ul>

	los 11-25 de cada mes y 26-10 de cada mes. Para realizar el envío a gestión humana para el pago de ellas	
Elaboración de memorandos y autorizaciones	Realizar memorando debido a equivocaciones de las tiendas como por ejemplo (una mala consignación de las ventas) Realizar autorizaciones que son para tener un descuento especial o para autorizar las diferentes estrategias propuestas, todo esto en un formato ya incorporado en la compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formato de memorandos</li> <li>- Formato de autorizaciones</li> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Impresora</li> <li>- Formatos establecidos para memorandos</li> </ul>
Realizar Monitoreo de precios de la competencia	Verificar que estrategias tiene la compañía y en cuanto tiene los precios de las prendas que son del mismo tipo de nosotros, para realizar un análisis y ver en que podemos mejorar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Internet</li> <li>- Benchmarking en centros comerciales</li> </ul>
Entrega de documentación gestión humana	Estar pendiente de las incapacidades de las asesoras para proceder con el paso de ellas a gestión humana en el tiempo establecido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computador empresarial</li> <li>- Impresora</li> </ul>
Seguimiento del funcionamiento correcto de las tiendas	Tener contacto directo con las administradoras en el cual se pueda evidenciar las falencias o el manejo de la tienda y si todo marcha bien.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono empresarial</li> <li>- Números de tiendas</li> <li>- Visitas esporádicas a tiendas.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia.*

#### 4. 2 Propuesta

La propuesta es realizar un manual de funciones en el cual se puedan visualizar las funciones más actualizadas que se incluyeron al cargo, mostrar su importancia en el canal y ante quien se debe de responder por dicha función. Se busca realizar dicho manual con el fin de que le sirva a cada practicante como apoyo y acompañamiento durante todo el proceso de prácticas y así evitar retrasar los proceso, mientras que otra persona explica dicha función o ya sea porque se olvida algunas de las funciones, tener como visualizar cuales son y también que periodicidad tienen.

El manual no solo será una ayuda para ver cuáles son las funciones, sino que se busca también que tenga un hipervínculo el cual lleve al practicante a visualizar como es el paso para poder realizar dicha función y así se tenga una adaptabilidad mucho más rápida fácil en el cargo, para dar respuesta rápida a cualquier inconveniente que surja dentro del día a día de trabajo. Tener un archivo con todos los contactos necesarios del cargo para solicitar algo o pedir información adicional de alguna función en específico.

La propuesta lo que busca es que cada practicante que llegue al cargo tenga no solo un manual sino una guía que lo ayude durante todo su paso por el puesto para que así el director de tiendas o el jefe directo tenga una mayor confiabilidad en que cada practicante se va a adaptar rápidamente al puesto y esto se vea reflejado en el logro de los objetivos del canal.

#### 4.3 Herramientas para utilizar

la herramienta más importante para poder realizar el manual de funciones la vi en la materia de talento humano, donde vimos cómo se realiza un manual de funciones, el objetivo y la importancia de tener el manual de cada cargo que tiene la empresa ya que eso es una guía para que la persona que llegue al puesto de trabajo pueda afrontar de una mejor manera su puesto sin retrasar tanto los procesos mientras tiene una adaptabilidad a ellos, también es algo que se puede constantemente estar actualizando, de acuerdo con las funciones que le puedan surgir al cargo o funciones que se les puedan ir entregando a otros proceso o que con el pasar del tiempo y la modernización de la empresa con la tecnología vaya eliminando alguna función. Es una herramienta fundamental para el puesto. No solo queda como una guía para el practicante siguiente sino para todo el paso en el tiempo del cargo, también sirve como base para realizar manual de funciones de puestos que todavía no cuentan con uno.

Otra de las herramientas que será de gran ayuda para desarrollar el manual de funciones son las competencias desarrolladas en TIC'S, esta es una herramienta en la cual debido al conocimiento adquirido, me ayudará a crear los hipervínculos en los archivos, a tener documentos en Excel en los cuales se puedan desarrollar el paso a paso de cada función de una manera clara que la persona que llegue al cargo pueda comprender e iniciar con sus labores rápidamente, sin necesidad de una persona que se quede durante un mes completo apoyando mientras se adapta. Esta es una herramienta que ayuda que el manual de funciones quede mucho más completo, utilizando todas las herramientas que tienen los diferentes programas como Word y Excel que son los dos programas que más se van para realizar el manual y el paso a paso de cada una de las funciones.

## 5. Resultados.

### 5.1. Competencias del saber o del hacer desarrolladas en la empresa

Algunas de las competencias del saber que desarrolle dentro de la organización es el manejo del personal, donde se tiene un constante relacionamiento ya que el puesto en el cual estoy realizando las practicas es del área comercial en el canal de tiendas, por eso se maneja un acercamiento constante con las asesoras y administradoras de las tiendas, por esto se debe de tener un buen manejo del personal en el cual se pueda llevar una buena relación en la cual se pueda llegar a cumplir los objetivos del canal y consigo lograr los de la organización.

El manejo del sistema interno es una de las herramientas que mejor desarrolle dentro de la organización ya que la empresa realizó una integración comercial al puesto se le delegó un mayor número de funciones en las cuales se debe interactuar más con el sistema y tener mayor conocimiento de él. Por estas diferentes funciones y buscar más información del sistema se pudo tener más confianza y mayor libertad para sacar reportes y observar el comportamiento de las tiendas en el transcurrir del tiempo y llegar a dar soluciones a problemas de la manera más rápida y oportuna.

En las competencias del hacer se desarrolló la investigación aplicada por medio de un pequeño planeamiento estratégico, de acuerdo con el conocimiento adquirido de la organización y del canal durante los primeros 7 meses, en los cuales se identificaron algunas debilidades y fortalezas del canal, algunas oportunidades que podrían aprovechar para crecer. También se realizó un benchmarking en el cual se salió a los diferentes centros comerciales a visualizar como la competencia maneja sus tiendas, que estrategias realizar, que puntos se pueden mejorar y que puntos se pueden aplicar de acuerdo con lo observado.

### 5.2 Aportes a la empresa

Dentro de los aportes que se han logrado realizar en la empresa es realizar una reorganización en la forma en la cual se recolectaban las facturas y sobre el conocimiento de cuáles son los gastos fijos que tienen las tiendas. Una de las funciones del cargo es la entrega de las facturas fijas que tienen las tiendas mes a mes antes de su fecha de vencimiento ya que no se tenía un control de cuáles eran los gastos fijos, algunas facturas se dejaban acumular o se pasaban tarde, debido a esto se realizaron 2 archivos en Excel en los cuales se pudieran visualizar cuales son las facturas que deben de llegar mes a mes y más o menos en que semanas están llegando dichas facturas o se deben buscar, otro en el cual se verifica que facturas ya se pasaron y cuales faltan por pasar a contabilidad que es el siguiente proceso.

### 5.3 Logros

Uno de los logros obtenidos es la confianza ganada por medio de las responsabilidades que tenía al iniciar el cargo, al transcurrir el tiempo se me fue delegando más funciones las cuales requerían una mayor responsabilidad, las cuales hasta el día de hoy se realizan de la mejor manera, sin necesidad de supervisión.

La adaptabilidad a las funciones del cargo, con dicha adaptabilidad se logró una mayor rapidez en las tareas y se consiguió dar respuesta más rápida a las dificultades que se presentaban al transcurrir el tiempo, algo que el canal necesita para su día a día.

#### 5.4 Dificultades

Dentro de las dificultades presentadas en el desarrollo de las funciones fue el manejo del Excel, aunque el puesto no necesita un manejo muy avanzado de Excel si requiere de un conocimiento específico en algunas fórmulas de las cuales no tenía el conocimiento, pero se logró aprender de ellas rápidamente. Se debe tener un conocimiento en formulas específicas ya que se debe de traer información de diferentes archivos y contrarrestarla con otros, ya sea para realizar una comparación o para traer alguna información que el otro archivo no la tiene.

Otras de las dificultades fue aprender a priorizar las tareas, saber cuáles funciones podían llevar más tiempo pero se tenían que entregar en unas fechas específicas y darle prioridad a tareas que se necesitan para un tiempo más corto, esto fue algo que al iniciar me costó ya que solo realizaba una sola tarea al tiempo, si en el proceso se tenía que cargar algo que se demoraba, esperaba a que terminara aunque podía ir desarrollando o adelantando alguna de las otras tareas, a medida que fui conociendo los tiempos en la empresa y su dinámica aprendí a priorizar y realizar algunas tareas mientras se esperaba el proceso de otra.

## 6. Conclusiones

- Es una organización y un cargo en el cual se aprende mucho sobre el área comercial y se tiene la oportunidad de aprender del manejo no solo del canal de tiendas, sino también de otros tipos de canales como el tradicional, canal online y el canal moderno ya que se tiene un constante relacionamiento con los directores de dichos canales.
- Específicamente en el canal de tiendas, es uno de los canales que necesita un constante cambio en cuanto a estrategias, en los cuales se puedan atraer más clientes a las tiendas, fortalecer los equipos de trabajo, buscar mantener motivado a todo el personal.
- Es un cargo donde te pueden dar mucha independencia, todo de acuerdo con como vean que maneja las principales funciones del cargo, de acuerdo con eso se le va dando mayor responsabilidad e independencia en la realización de las tareas para no estar con una constante supervisión, sobre como realiza cada tarea.
- Para el cargo hace falta que a la persona que llegue se le dé una inducción de 2 a 3 días ya que son varias áreas con las que se tienen relacionamiento y se debe pasar por cada una de ellas para ir generando acercamiento y se pueda conocer el personal con el cual se va a laborar y así saber dónde ir en caso de alguna inquietud con alguna tarea que se deba de hacer y pasar a alguna área en específico.
- También se debe de realizar una capacitación en cada una de las funciones ya que en el transcurso del tiempo y con todos los cambios que ha tenido la empresa al cargo se le han ido sumando unas funciones con las cuales antes no contaba, las cuales son de más tiempo y mayor detalle para que no se cometan errores y se pase una información verídica.
- Es un cargo el cual cuenta con funciones operativas como estratégicas, donde las dos permiten aprender y dan la posibilidad de mejorar una función operativa donde se pueda realizar más fácil o rápido, pero con la misma calidad. Hablando de las funciones estratégicas debido a la libertad del puesto y a espacios que brindan en los cuales permiten realizar investigación para implementar planes estratégicos al canal de tiendas, los cuales puedan ayudar a crecer al canal, en el cargo tienen muy en cuenta la iniciativa al momento de presentar ideas por más sencilla o difícil que sea su implementación.

## 7. Recomendaciones

- Tener un manual de funciones actualizado en el cual se puedan visualizar mejor cuales son todas las funciones del cargo y con quien puede recurrir para tener una explicación más profunda sobre cómo es la función, para que se realiza y cómo influye en el canal.
- Tener una persona fija en el canal ya que a medida que se va cambiando de practicante se va perdiendo información y el cargo maneja mucha información que se puede ir perdiendo en la entrega constante del cargo. El cargo cuenta con algunas funciones que tomas tiempo adaptarse a ellas y con el constante cambio no se logra dicha adaptación y debido a esto toca constantemente para el proceso para esperar una explicación o una ayuda en la realización de alguna tarea, lo que hace que el proceso se frene y este es un canal en el cual se necesitan respuesta rápidas y acertadas.

## 8. Bibliografía

Formas intimas . (28 de abril de 2020). *formasintimas*. Obtenido de formasintimas:  
<https://formasintimas.com/web/nuestra-empresa/>

Intimas, F. (2012). video institucional formas intimas [Grabado por Portafolio Textil S.A.S.].  
Medellin, Antioquia, Colombia.

## 9. Anexos.

### 9.1. MANUAL DE FUNCIONES

#### 9.2. Introducción

Este manual busca servir de guía para los practicantes que al transcurrir el tiempo vayan pasando por dicho puesto, sea un apoyo en el cual puedan verificar sus funciones, a quien pueden recurrir dado el caso de alguna duda, donde se puede encontrar más información de interés y cuáles son las áreas con las que más se relaciona y debe de tener mayor contacto para el cumplimiento del puesto.

Dicho Manuel además de ser una guía para la persona que llega al cargo es un apoyo para la empresa ya que algo muy necesario para ella es estandarizar procesos y por medio del manual es lo que se busca para así al pasar del tiempo se va creando una identidad al puesto y se va dando una mejor y más rápida adaptación al puesto de trabajo.

Se debe de tener en cuenta que este manual está sujeto a cambios, ya sea porque al pasar el tiempo las funciones se disminuyan o aumenten, debido a esto deban salir algunas funciones del manual o por el contrario agregar algunas con las cuales el puesto no contaba al momento de realizar dicho manual, para que así cada que llegue un practicante nuevo al cargo y busque el manual como apoyo, este esté lo más actualizado posible y así no se pierda información y se pueda tener una mayor adaptabilidad al puesto de trabajo.

#### 9.3. Misión

FI es una causa social que busca ser un aliado femenino a través del diseño, producción y comercialización de ropa interior y exterior para toda ocasión, bajo los mejores estándares de calidad para satisfacción de nuestras consumidoras y nuestro capital humano. (INTIMAS, 2020)

#### 9.4. Visión

Para el año 2020, consolidarnos rentablemente como la 2ª empresa de ropa interior en Colombia mediante la diversificación en productos de alta tecnología, presencia sólida con las marcas propias en mercados internacionales y nacionales, apoyados con un sistema productivo que adopta tecnología y abastecimiento a través de terceros, garantizando bienestar y felicidad a las mujeres. (INTIMAS, 2020)

### 9.5. Reseña histórica.

A finales de la década de los 80, nuestro Fundador don Marco Antonio Roldán, tenía un objetivo: deseaba crear una empresa que fuese una causa social. Con servicio, calidad y buen precio Formas Intimas llega al mercado como una oferta de producto que satisface a miles de mujeres en Colombia y garantiza a los clientes y distribuidores un producto adecuado para el día a día de la mujer colombiana. Hoy en día estamos orgullosos de ser la segunda empresa de ropa interior de Colombia y que en adelante se propone nuevos retos ante el mercado colombiano e internacional hasta consolidar una estrategia de oferta de valor a las consumidoras en su día a día.

### 9.6. Descripción del cargo

El cargo está enfocado para ayudar con las tareas y funciones del canal de tiendas, en el cual se tienen funciones específicas, pero también salen tareas con las cuales se debe de responder en el momento adecuado y que lo requiera. Su mayor directriz es el manejo adecuado de los puntos de venta, no solo en el manejo del inventario o las estrategias de descuento para que las tiendas puedan mejorar sus niveles de venta sino también el manejo del personal, que sientan el apoyo administrativo el cual las escucha y las tiene en cuenta para las diferentes activaciones comerciales que se hagan en el transcurrir de cada año.

### 9.7. Alcance del manual

El alcance del manual es generar una adaptabilidad más rápida del cargo en la cual no se retrasen proceso, por desconocimiento de que se debe de hacer y cómo se debe de realizar alguna función del puesto, ya que algunas de las funciones requieren soluciones lo más pronto posible, debido a que es un canal que si no se solucionan rápido genera pérdidas para el canal y la empresa. Mediante este manual se busca dar especificaciones y mostrar ilustraciones de los pasos a seguir para cumplir y completar con cada una de las funciones.

La primer parte del manual será una especificación básica de cada una de las funciones, a que área se le debe de responder por cada función y con qué persona se puede hablar en caso tal de que se tenga duda con el proceso que se está realizando o que surge alguna inconsistencia en el momento en que se está realizando el desarrollo de cada función, como segunda parte del manual cada función tendrá un enlace al cual puedan acceder y los lleve a ver el paso a paso para el desarrollo de cada función.

### 9.7. Objetivo del manual

Ser una ayuda para los practicantes que llegan al puesto de trabajo sin tener conocimiento de cuáles son las funciones con las que debe cumplir y como realizarlas, el manual servirá de apoyo para los diferentes practicantes que pasen por el cargo al transcurrir el tiempo en el podrá encontrar soluciones a problemas o inconvenientes que son frecuentes en el puesto, también podrá resolver dudas que le surjan en el transcurrir del tiempo y en el desarrollo del cargo.

## 9.8. Objetivo del área

Generar estrategias, en la cual se pueda evidenciar la mejor manera de llegar a los consumidores finales por medio de una investigación y planificación anticipada, para comercializar los productos ofrecido y así lograr ventas por medio de la aceptación por parte del mercado.

## 9.9. Organigrama

Se maneja una estructura vertical donde se realiza una división estratégica de cada uno de los cargos y cuál es su jefe inmediato. Al interior de la estructura se inicia desde el Gerente General y va bajando mediante un analista de gerencia, para luego delegar a cada una de las gerencias como la financiera, de abastecimiento, de transformación digital y la gerencia comercial, en la cual es el enfoque debido a que es el área donde se encuentra el cargo del canal de tiendas.

De la gerencia comercial se divide el gerente comercial regional, donde encontramos los directores de los diferentes canales que son el canal online, canal moderno, canal tradicional y el canal de tiendas del cual se divide el cargo ocupado como auxiliar de tiendas.

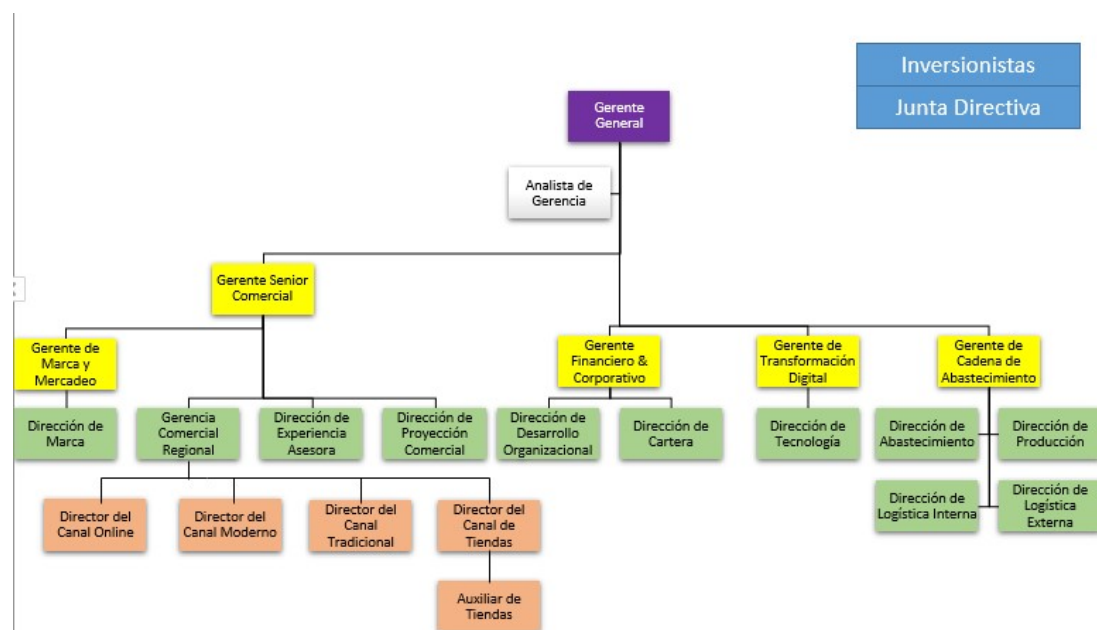


Ilustración 3. Organigrama Manual de Funciones

### 9.10. Marco conceptual

**Indicador:** es la expresión en porcentaje del cumplimiento de un objetivo planteado para el canal, ya sea un cumplimiento negativo o positivo.

**Cumplimiento:** como se dice en el indicador el cumplimiento puede ser positivo o negativo, esto se ve reflejado a la hora de ver si el resultado del indicado está por debajo o por encima del porcentaje de cumplimiento que se espera.

**Malla horaria:** es la programación que se hace para las tiendas, dado el caso que alguna tienda solicite una persona que la apoye en fin de semana, ya sea por ser próximo a quincena, por alguna incapacidad de alguna persona o diferentes factores que puedan influir en la solicitud del apoyo.

**Estrategias:** se trata de buscar cómo se pueden mejorar las ventas de los puntos de venta, tanto a corto plazo como a largo plazo, ya sea desde aplicar descuentos especiales por el mes o alguna fecha especial o capacitaciones que ayuden a las asesoras a tener mayor conocimiento del producto y así puedan brindar una mejor información a los clientes.

**Conciliación:** las conciliaciones se realizan con los créditos que realizan en las tiendas, lo que significa realizar un cruce de cuentas, que es mirar que las ventas por crédito que se realizaron en las tiendas por mes concuerden con el reporte de ventas que nos envía la empresa contratada para realizar el crédito y el recaudo de dicho crédito.

**Cierres:** es la papelería que envían las tiendas de los documentos que imprimen diario al cerrar la caja, lo que es el libro diario, en el cual se puede ver las ventas que se realizaron en efectivo, las ventas a crédito y las ventas con tarjetas tanto debito como crédito.

**Tiendas puerta calle:** se refiere a los puntos de venta que no están ubicado en un centro comercial, que por el contrario su local está ubicado en la calle, ya sea cerca a algún parque de un municipio, en una calle o carrera que tenga alto flujo de personas.

### 9.11. Funciones del área

#### 9.11.1. Cierres de tiendas.

En esta función lo principal es saber que cada una de las tiendas que se tengan en funcionamiento, diariamente realizan un cierre de caja en el cual imprimen diferentes recibos como lo son; el cierre de caja, el cual tiene la información del valor a consignar que está compuesto por las ventas en

efectivo más los abonos en efectivo de crédito, las ventas con tarjeta débito y crédito y las ventas a crédito; se imprime también el libro diario el cual trae los datos anteriores más las ventas a los empleados empresariales con bonos de nómina; se imprime los créditos que se hagan en el día, los abonos de créditos y por último el cierre del día del datafono.

Esta información se debe de revisar y debe de concordar la información para pasar a contabilidad las inconsistencias que se encuentren y contabilidad dar información sobre cómo proceder, cada cierre después de la revisión que se debe de realizar semanalmente se le pasa a contabilidad se tenga o no alguna novedad y para que contabilidad pueda cerrar el mes, se le debe de pasar los todos los cierres del mes de las tiendas a más tardar 3 días hábiles después de haber terminado el mes.

La persona de contacto en contabilidad con la cual se verifica el proceder en caso de alguna novedad, a la cual se le debe de entregar todos los cierres se llama Zolanlli, la cual se encuentra en los anexos con el cuadro de contactos de cada área con las que se tiene mayor relación.

Contacto de contabilidad

Zolanlli Giraldo Lopez

Correo: [Zolanlli.giraldol@marketingpersonal.com](mailto:Zolanlli.giraldol@marketingpersonal.com)

#### 9.11.2. Novedades

Las novedades son un reporte que se debe de pasar 2 veces al mes en fechas específicas de las horas extras, domingos y festivos que laboran las administradoras y asesoras de cada uno de los puntos de venta, dicho reporte se realiza en un formato ya estipulado por el área de recursos humanos y las fechas en las cuales se deben de pasar las novedades las envía recursos humanos cada año para saber al año siguiente que días específicos se deben de pasar a las personas encargadas, estas novedades se le piden a las asesoras 5 días antes de la fecha que se debe reportar para poder hacer el reporte y realizar la revisión con el director de tiendas para que el las autorice y se envíen.

A las personas que se le deben enviar las novedades son:

Leidi Johana Rengifo

Correo: [nomina@marketingpersonal.com](mailto:nomina@marketingpersonal.com)

Johana Lucia Ospina

Correo: [Johana.ospinam@marketingpersonal.com](mailto:Johana.ospinam@marketingpersonal.com)

Orfa Estrada Figueroa

Correo: [orfa.estradaf@marketingpersonal.com](mailto:orfa.estradaf@marketingpersonal.com)

#### 9.11.3. Paso de referencias entre portafolios

Cada 4 meses se saca una nueva colección en la empresa la cual también llega a los puntos de venta, ya que las colecciones se están cambiando cada 4 meses, las prendas que no se venden como se esperaba y se tiene inventario de ella se les aplica un descuento para poder evacuar el inventario que se tiene, este descuento se aplica por medio de unos portafolios que ya se tienen creados con unos

descuentos específicos, pero que con el pasar del tiempo se pueden ir reduciendo el descuento que tiene cada portafolio o por el contrario puede ir disminuyendo, esto es una decisión que toman el directos de tiendas con el gerente comercial. Debido a esto los productos se denominan de dos formas, producto vigente y discontinuado, el discontinuado es al que se le aplica el descuento especial, pero debido a esto en algunos momentos se dejan por fuera algunas referencias las cuales no se ingresan al portafolio.

Las tiendas durante sus ventas van a informar que alguna de las prendas no está con el descuento, lo primero que se debe de hacer es verificar que las prendas si pasaran a ser producto discontinuado y desde hace cuánto pasó a ser discontinuado para saber que descuento debe de tener, luego de que se verifique esto se le debe de enviar a una persona que es la encargada de realizar los movimientos en los portafolios.

La persona a la cual se le debe de pedir el archivo con la información que las referencias que son producto vigente y cuales pasaron a ser discontinuados se llama Yeiner Herrera, su correo es [yherrera@marketingperosnal.com](mailto:yherrera@marketingperosnal.com)

La persona a la cual se le debe de enviar el archivo para realizar los cambios en el portafolio y especificar en cual portafolio deben de quedar las referencias que se envían es Jaider Echavarría, su correo es [hector.echavariac@marketingpersonal.com](mailto:hector.echavariac@marketingpersonal.com)

#### 9.11.4. Ventas diarias

Este es un archivo que se le debe de pasar diario al director el cual tenga el total de las ventas diarias separado por cada uno de los puntos de venta. Este archivo se debe de enviar diario en el cual se ponga las ventas del día anterior y el valor de las ventas debe de ser sin IVA ya que con este informe el director de tiendas puede alimentar el indicador y así saber el cumplimiento del presupuesto que se le puso a cada tienda, si se debe de realizar una activación comercial o cómo va el manejo de las tiendas. La información se puede sacar de SAP por cada punto de venta.

La persona a la cual se le debe de enviar el correo diario de las ventas es al director de tiendas

Juan Esteban Alarcon Martinez

Correo: [jarcon@marketingperosnal.com](mailto:jarcon@marketingperosnal.com)

#### 9.11.5. Consignaciones de tiendas

Para cumplir con esta función se tiene un archivo en Excel en el cual se ponen los valores a consignar de un día anterior de cada una de las tiendas, estos valores se pueden obtener o los puede suministrar tanto la plataforma interna de la empresa, en el momento llamada SIESA o también la pueden suministrar las administradoras o asesoras de cada uno de los puntos de venta.

Por medio de la plataforma interna se deben de seguir unos pasos específicos donde se puede ver el informe de las ventas en efectivo, por tarjeas, con bono Sodexo o créditos, pero para tener el dato completo de la consignación se debe de sumar las ventas en efectivo más los abonos de créditos que se realizaron ese mismo día, el valor se pone en la casilla de cada tienda y se le debe de enviar al área de tesorería, cada día con los valores a consignar del día anterior.

El archivo de consignaciones se le debe de enviar a:

Maria del Pilar Alzate Burbano

Correo: [maria.alzateb@marketingpersonal.com](mailto:maria.alzateb@marketingpersonal.com)

Liliana Graciano Bravo

Correo: [Liliana.gracianob@marketingpersonal.com](mailto:Liliana.gracianob@marketingpersonal.com)

#### 9.11.6. Memorando descuento y errores

Dentro del proceder de la empresa para solicitar y autorizar alguna estrategia de descuento que se piense realizar o para algún llamado de atención del personal de las tiendas, se debe de hacer por medio de un formato de memorando que se tiene.

En el caso de los descuentos se informa la fecha, la duración del descuento, desde cuando inicia y cuando termina y a que portafolio o sección se desea aplicar el descuento, luego de realizar el memorando se debe autorizar por medio de una firma del gerente comercial, se le saca una copia y se le entrega la copia a cartera para que ellos apliquen en el descuento.

En el caso de los memorando por errores del personal o por llamados de atención, estos los diligencias la persona a la que se le llama la atención, explicando lo sucedido y comprometiéndose a mejorar o que no va a volver a suceder, luego se verifica el memorando dado el caso que se vea alguna inconsistencia se le dice a la persona que realice las correcciones y después se hace firmar del director de tiendas, se saca una copia y se le deja la copia a la persona, la original se guarda para tener control de los memorandos que se le realiza al personal.

Los memorandos de descuento se le deben entregar a:

Jhon Jairo Cañaverall

Correo: [jcanaverall@marketingpersonal.com](mailto:jcanaverall@marketingpersonal.com)

#### 9.11.7. Conciliacion sistecredito

La Conciliacion de sistecredito es una verificación que se realiza para ver si el reporte que envía la empresa con las que se realizó el contrato para que ellos aprueben y recojan la plata de los créditos, concuerda con lo que nosotros tenemos en el sistema. La verificación se realiza mensual, entre los primero 5 días de cada mes envían o montan a la página el informe del mes anterior, para poder realizar la verificación o la Conciliacion se necesita buscar en el sistema todos los créditos que se realizaron el mes anterior dado el caso que el valor no concuerde, se entra a verificar los créditos por cada punto de venta para confirmas si algún punto de venta tuvo algún error al momento de digitar el valor del crédito, si esto sucede en la Conciliacion se informa el valor del error y de que tienda fue.

Otro de los valores que se debe de buscar es el de los abonos, para saber cuánto nos debe sistecredito, dado el caso que se tenga alguna inconsistencia en el valor, se entra a hacer la misma verificación por tienda de los valores abonados.

La Conciliacion de sistecredito se le debe de enviar a:

Zolanlli Giraldo Lopez

Correo: [Zolanlli.giraldol@marketingpersonal.com](mailto:Zolanlli.giraldol@marketingpersonal.com)

#### 9.11.8. Pedido de papelería

El pedido de papelería y aseo se les realiza a todos los puntos de venta y al área comercial y mercadeo, para esto se tiene un formato que ya conocen los puntos de venta. Esto se les debe de solicitar a los puntos de venta la última semana de cada mes para enviar al área de suministros, el jueves o viernes en la mañana de la última semana de cada mes, para poder que suministros le pueda dar trámite y le pueda llegar a los puntos de venta la primera semana del siguiente mes.

Se cuenta con una plantilla en la cual cada tienda envía sus pedidos los cuales se deben de consolidar en un solo archivo en Excel, en el cual se anexa el pedido de comercial y mercado, en el cual se les pregunta a las personas del área que solicitan de papelería.

El pedido de papelería y aseo se le debe de enviar a:

Laura Cristina Sanchez Restrepo

Correo: [Laura.cristinas@marketingpersonal.com](mailto:Laura.cristinas@marketingpersonal.com)

#### 9.11.9. Ventas proveedores externos

Para el caso de las ventas de los proveedores externos se le debe de pedir al área de inventarios un reporte de las ventas del mes anterior de todos los proveedores externos que se tienen, este reporte se debe de pedir el primer día de cada mes para que el área de inventarios lo realice y lo envíe entre los primeros tres días de cada mes, luego de tener el archivo se le envían las ventas por separado a cada uno de los proveedores para que ellos entre los primeros 12 días emitan la factura y hagan el envío a la empresa, para así se le pueda dar el trámite en el cual se verifique que la factura concuerde con las ventas que se reportaron y luego se pase a contabilidad para su causación y luego a tesorería para programar para pago. Se debe de estar pendiente de toda la trazabilidad de dichas facturas, desde que las envían hasta que se hace el pago.

Tanto el reporte de ventas como las facturas que entregan los proveedores se les de solicitar y entregar a las personas de inventario, las cuales son:

Edwar Emilio Sierra Gallego

Correo: [Edwar.sierrag@marketingpersonal.com](mailto:Edwar.sierrag@marketingpersonal.com)

Juan Guillermo Giraldo Londoño

Correo: [juan.giraldol@marketingpersonal.com](mailto:juan.giraldol@marketingpersonal.com)

#### 9.11.10. Malla horaria

Esta es una función la cual se debe de realiza 2 semanas antes de terminar el mes ya que en esas dos semanas se programan las personas que van a apoyar las tiendas que soliciten personal de apoyo para los domingo y festivos del siguiente mes. En un archivo que se encuentra en el OneDrive se encuentran las tiendas que están ubicadas en centros comerciales que son las solicitan apoyo para

poder descansar un domingo y no dejar la tienda descompensada en cuanto a personal. Apenas se tengan las fechas de los domingos y festivos montadas en el archivo del OneDrive se les comunica a las administradoras de los puntos de venta de centro comercial para que ellas programen los domingos que va a trabajar su equipo, al lado del nombre de alguna persona de la tienda las administradoras ponen “apoyo” ahí es donde se interviene ya que se debe de poner una persona de los puntos de venta que son puerta calle

#### 9.11.11. Facturas de tiendas

Los puntos de venta cuentan con unos gastos fijo que son mensuales, los cuales ya se tienen identificados, para realizar el pago de dichos gastos fijos se debe de tener las facturas de cada uno de ellos, de las cuales se tiene una fecha aproximada en las que cargan las facturas en las diferentes plataformas o deben de estar llegando al correo, si alguna de las facturas que llega al correo, no llega dentro de la fecha esperada, se debe de llamar o enviar un correo solicitando dicha factura, todos los correos se deben de enviar con la razón social y el NIT de la empresa para que así se tenga una identificación más rápida y puedan atender la solicitud. El proceso que se debe de seguir con dichas facturas es: poner el centro de costos y la campaña en la que se encuentran en el momento, este proceso se puede realizar tanto digital como manual, luego de esto se debe de enviar la factura a la persona encargada de asignarle orden de compra, después de que envíen un correo de confirmación que la factura ya se le hizo el proceso se verifica con contabilidad si ya la puede visualizar y por ultimo cuando contabilidad las cuse se habla con tesorería para verificar si la ve reflejada y se programe el pago.

Se pasan a:

Luz Adriana Cuervo Cardona

Correo: [luz.cuervoc@marketingpersonal.com](mailto:luz.cuervoc@marketingpersonal.com)

#### 9.11.12. Caja menor

El director de tiendas maneja una caja menor la cual se utiliza para compras que se necesiten para las tiendas o gastos cuando se van a visitar las tiendas o se hace inventario, la legalización de la caja menor se debe de realizar por medio de los recibos que entregan donde se realizó la compra, a los cuales se les debe de pedir el RUT, también por medio de recibos de caja menor los cuales debe de firmar la persona a la cual se le entrega la plata.

Esta legalización se debe de realizar primeramente ingresando los datos esenciales de los recibos en una transacción que tiene el sistema interno de la empresa que en el momento cuenta con dos, los cuales son SAP Y SIESA. Para realizar la legalización de la caja menor se debe de hacer por medio de SAP, el cual cuenta con una transacción donde va a pedir datos básicos de cada compra y al finalizar se debe guardar la inscripción de cada factura para que contabilidad pueda realizar la revisión. El siguiente paso para la legalización de la caja menor es ingresar los mismos datos en un documento ya establecido el cual va a reflejar los gastos de cada mes de la caja menor, luego de tener todo diligenciado se le debe de llevar al gerente comercial para que con su firma autorice dichos gastos.

Los recibos de legalización deben de quedar en SAP en el mismo mes que se realizó la compra y el documento que se debe diligenciar y hacer firmar del gerente comercial debe de estar totalmente

diligenciado y firmado a más tardar el último día del mes ya que todo este proceso se debe de realizar en el mismo mes de cada factura.

Las facturas y la hoja diligenciada se pasan física y escaneadas al CAD

Correo: [cad@marketingpersonal.com](mailto:cad@marketingpersonal.com)

#### 9.12. Recomendaciones

- Actualizar constantemente el manual ya que puede que algunas funciones varíen con el pasar del tiempo, en este momento la empresa se encuentra en un cambio de sistema operativo así que en la transición de dicho cambio algunas funciones del puesto de trabajo ya no se van a necesitar y puede que lleguen otras nuevas, debido a eso se necesita una constante actualización del manual.
- Tener un control de las funciones fijas que tienen fechas específicas para tener una mayor facilidad de manejar el tiempo y saber que tiempo darle a cada función para cumplir con ella en las fechas estipuladas.
- Tener un constante relacionamiento con el personal de las tiendas, para identificar que se está haciendo bien, que está mal, como está el ambiente laboral con el personal de cada tienda y entre las mismas tiendas, para buscar estrategias de como poder mejorar constantemente.

#### 9.13. Formatos.

*Formato de novedades*



TIENDAS	13-oct-20	14-oct-20	15-oct-20	16-oct-20	17-oct-20	18-oct-20
guayabal	\$ 439.860,00					
mayorca	\$ 99.190,00					
viva envigado	\$ -					
maracaibo	\$ 547.005,00					
bello parque	\$ 102.600,00					
puerta del norte	\$ 141.950,00					
la ceja	\$ 338.431,00					
caucasia	\$ 180.606,00					
TOTAL	\$ 1.849.642,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

*Ilustración 6. Formato de Consignaciones de Tiendas.*

*Formato de memorando de llamados de atención*

**MEMORANDO****Memorando****Para: Contabilidad****De: Tienda la Ceja****Fecha: 09/03/2020****Asunto RECAUDO DEL 7 DE MARZO**

Cordial saludo.

El día 7 de Marzo realice un recaudo en ~~siste~~ crédito a nombre de Mariela Sánchez López por 35,988 pesos y en ~~en~~ la caja ~~pes~~ lo ingrese por 39,988 por lo que había un faltante de 4,000 pesos los cuales los repuse.

Me comprometo a estar mas atenta

Muchas Gracias

Leidy ~~Yojana~~ García Muñoz  
ASESORA

**Tienda Fi la Ceja**

*Ilustración 7. Formato de Memorando de Llamados de Atención*

## Memorandos de descuentos

	AUTORIZACIONES	Fecha de emisión: 20-01-2020
		<a href="#">Codigo: E-PE-03</a>
		Versión: 0

<b>Fecha Emisión:</b>	06/02/2020
<b>Fecha caducidad:</b>	
<b>Emitido por:</b>	Dirección de tiendas
<b>Asunto:</b>	Creación de portafolio con descuento del 25%
<b>Descripción:</b>	<p>Cordial saludo,</p> <p>Se solicita la creación del portafolio número 5 el cual va a tener un descuento del 25% para todas las prendas descontinuadas de la colección anterior</p> <p>Según el ciclo de vida del producto después de que deje de ser producto vigente pasa a ser producto descontinuado, inmediatamente debe tener un descuento del 25%.</p> <p>Este descuento se habilitará desde el 06/febrero/2020. Muchas gracias.</p>

Emitido por

Autoriza

Nombre: Juan Esteban Alarcon Martínez.  
Cargo: Director de puntos propios

Nombre: Diana Cristina Marín  
Cargo: Gerente Comercial

Ilustración 8. Formato de Memorandos de Descuentos.



## Formato de legalización de caja menor

	LEGALIZACIÓN CAJA MENOR	Código: F-FIN-003							
	SUBPROCESO DE TESORERÍA	Versión: 2 Fecha de actualización: 16/09/2020							
Nombre Funcionario Administrador de Caja Menor _____		Cédula de Ciudadada _____							
		Fecha desde: _____ Fecha Hasta: _____							
LEGALIZACIÓN DE CAJA MENOR: A continuación detalle cada uno de los gastos utilizados en la caja menor									
FECHA DOCUMENTO	CENTRO DE COSTOS	NÚMERO DOCUMENTO	NIT PROVEEDOR	NOMBRE PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL GASTO	SUBTOTAL (VALOR ANTES DE IVA)	IMPUESTO AL CONSUMO	IVA	TOTAL
							\$ -	\$ -	\$ 0
							\$ -	\$ -	\$ 0
						0	0	0	\$ 0
Firma Funcionario Administrador de Caja Menor _____					Firma Jefe Directo (JD) _____				
					Nombre JD _____				

Ilustración 11. Formato de Legalización de Caja Menor

