

Mejoramiento del proceso de distribución y legalización de plus

Industrias Haceb

Jhon Jaime Echeverri García

Asesora prácticas:

Marcela Giraldo Osorio

Universidad Católica Luis Amigo

Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

Medellín

2020

Contenido

Glosario.....	1
Resumen Ejecutivo.....	3
Introducción.....	4
2. Empresa Objeto de la Práctica.....	5
2.1 Objeto Social.....	5
2.2 Misión.....	5
2.3 Visión.....	5
2.4 Valores Corporativos.....	5
2.5 Objetivos Estrategicos.....	6
2.6 Rol Comercial.....	6
3. Agencia Objeto de la Práctica.....	6
3.1 Cargo Desempeñado.....	7
3.2 Perfil del Cargo.....	7
3.3 Objetivo del Cargo.....	7
3.4 Funciones a Realizar.....	7
3.5 Insumos utilizados en el Desarrollo de la Práctica.....	8
3.6 Relación con otros Cargos.....	8
3.7 Condiciones de Trabajo.....	8
3.8 Entrenamiento.....	8
3.9 Competencias.....	9
3.10 Responsabilidades.....	9

3.11	Deberes.....	9
3.12	Riesgos del Cargo.....	9
4.	Características de la práctica.....	9
4.1	Justificación de la practica.....	10
4.2	Objetivo General.....	11
4.3	Objetivos específicos.....	11
5.	Plan de mejoramiento	11
6.	Aportes a mi vida personal y profesional.....	16
7.	Conclusiones y recomendaciones.....	18
8.	Bibliografía.....	20
9.	Cibergrafía.....	20

Glosario

1. Mercadeo: Proceso o estrategias implementadas para promover un producto o actividad. Este se comprende desde el momento en que una idea es planteada, desde el momento que son elaborados los planes y estrategias, luego ejecutados, y finalmente cuando se ven los resultados de productividad
2. Plus: Obsequio entregado por una empresa o persona a los clientes con el fin de incentivar o hacer más atractivo su producto en el mercado
3. Pop: Material de comunicación generalmente implementada en los productos de una marca, la cual incluye las características de un producto.
4. Trade marketing: Se define como el conjunto de planes de acción y estrategias para transformar el punto de venta haciéndolo más atrayente para los consumidores con el fin de mejorar su experiencia de compra.
5. Promotor: Persona que promueve o promociona profesionalmente algo
6. Promover: Significa impulsar, estimular o favorecer el desarrollo o la realización de algo. Fomentar o favorecer la realización de una cosa, bien sea iniciándola o bien activándola
7. Planificación: Proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin el obtener un objetivo determinado
8. Eficiencia: Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.

9. Coordinar: Combinar medios técnicos y personas y dirigir sus trabajos para llevar a cabo una acción común.

10. Supervisar: Vigilar o dirigir la realización de una actividad determinada

Resumen Ejecutivo

El proyecto tiene como objetivo generar una mayor claridad, precisión y facilidad a la hora de entregar, implementar y legalizar 2 de los procesos y herramientas más importantes utilizadas dentro del área de mercadeo, donde se buscan lograr los siguientes objetivos

- iiimplementar herramientas virtuales o comunicación estandarizando el proceso de entrega de legalización de plus de manera eficiente, coordinar los tiempos de recogida y entrega de los plus y pop cumpliendo con los plazos de entrega planificados, y crear una nueva manera más eficiente y manejable de implementación de POP con el fin de mantener los puntos de venta siempre equipados con el mismo. Industrias Haceb y específicamente su área de trade marketing posee una gran cantidad de labores, todas ellas indispensables para el buen funcionamiento y comportamiento del nivel de ventas por lo tanto se hace más que necesario estudiar algunos de los procesos y buscar posibilidades de mejorarlos y hacerlos más eficientes.

Lo cual nos permite concluir que al implementar estas mejoras se puede lograr una mejor implementación y desarrollo de los procesos, generando así una mayor facilidad y comodidad en las labores de las personas involucradas en los mismos.

Palabras clave:

Eficiencia, seguimiento, coordinación, marketing, trade

Introducción

En el mundo empresarial a lo largo de las últimas décadas se ha logrado reconocer el gran valor que un buen departamento y plan de mercadeo tiene para una compañía por medio de todas sus estrategias y diferentes herramientas que ayudan al aumento de las ventas y hacen más atractivos y deseados las razones sociales de cada una de ellas.

Por lo tanto se hace de vital importancia la correcta implementación de estos planes y para esto se debe de hacer una constante evaluación y seguimiento de los mismos.

En el siguiente informe conoceremos acerca de algunas de las herramientas que Industrias Hecb implementa con el fin de darle un valor agregado a sus productos y así incentivar su volumen de ventas, identificando algunos errores y considerando algunas posibles soluciones a los mismos.

2. Empresa Objeto de la Práctica

2.1 Objeto Social

transformando los productos de cocción, refrigeración, lavado, calentamiento de agua y aire acondicionado, en soluciones integrales y al alcance de los colombianos; haciendo una apuesta, en pro de nuestro consumidor, basada en la innovación, la generación de experiencias sorprendentes, la transformación cultural y la excelencia operacional. (Haceb)

2.2 Misión

Hacer familias y hogares felices por medio de la creación y transformación de los productos de cocción, refrigeración, lavado, calentamiento de agua y aire acondicionado, en soluciones integrales y al alcance de los colombianos; haciendo una apuesta, en pro de nuestro consumidor, basada en la innovación, la generación de experiencias sorprendentes, la transformación cultural y la excelencia operacional. (Haceb)

2.3 Visión

No tiene.

2.4 Valores Corporativos

- Integridad
- Cercanía
- Humanidad
- Pasión
- Innovación

2.5 Objetivos Estratégicos

- Propósito superior

Familias y hogares felices

-Propuesta de valor

Para tique buscas el bienestar y la tranquilidad de tu familia, haceb es la marca colombiana experta en soluciones integrales y al alcance, para el hogar de tus sueños.

-Filosofía Organizacional

Íntegros, cercanos, humanos, abiertos al cambio y apasionados.

2.6 Rol Comercial

Incremento de la demanda mayorista, minorista o el nivel de distribuidor en lugar de a nivel del consumidor.

Ejecución planes de acción y estrategias para mejorar el punto de venta, haciéndolo más atractivo para los clientes, el final máximo es mejorar su experiencia de compra.

Impulsar la rotación del producto en el punto de venta; planificando y coordinando promociones; desarrollando el merchandising y el branding.

3. Agencia Objeto de la Práctica

3.1 Cargo Desempeñado

Practicante profesional de Trade marketing

3.2 Perfil del Cargo

Estudiante de carrera profesional en mercadeo y ventas, administración o áreas afines.

3.3 Objetivo del Cargo

Excelencia para la competitividad y calidad (por medio de la optimización de los procesos en la zona)

- Experiencia sorprendente con consumidores y clientes (por medio de la entrega oportuna de plus que influyen en la decisión de compra y P.O.P que informa las características del producto)

3.4 Funciones a Realizar

- Desarrollar un mapa de control, seguimiento e implementación de PLUS y P.O.P por canal y PDV. Herramienta seleccionada por el practicante, preferiblemente Excel + Power BI (Este último para ver el impacto en ventas)
 - Crear feedback para promotores y equipo de trade con respecto al impacto y aceptación que tienen los PLUS y el P.O.P en PDV.
 - Recomendaciones y búsqueda de P.O.P y Plus que puedan generar mayor impacto
 - Coordinar con proveedores la ejecución de trabajos solicitados mediante el requerimiento que se envía a Silvia.
 - Apoyo a los comerciales.
-
- Prestación de productos
 - Coordinar entrega y acceso a puntos de venta de canal moderno.
 - Solicitudes de transporte

3.5 Insumos utilizados en el Desarrollo de la Práctica

- Computador portátil
- Audífonos
- Silla
- Escritorio

3.6 Relación con otros Cargos

Se trabaja en conjunto con otras áreas ya que se debe tener una cooperación constante en la realización de los procesos, estas son:

- Área comercial
- Categorías (Refrigeración, Cocción y Lavado)
- Área de Negociación
- Área de inteligencia
- Área logística (transporte)

3.7 Condiciones de Trabajo

Buenas, los equipos con los cuales se cuenta para realizar la práctica se encuentran en excelente estado.

3.8 Entrenamiento

Junto con la otra practicante se realiza un entrenamiento de los cargos a realizar por medio de las deferentes herramientas realizadas.

3.9 Competencias

- Manejo de bases de datos en Excel
- Manejo de herramientas como Word, Power Point y Excel
- Habilidades sociales para desenvolverse correctamente en relación con promotores y personal de otras áreas.
- Conocimiento y aplicación de términos y herramientas de mercadeo.

3.10 Responsabilidades

3.11 Deberes

- Cumplir el horario establecido entre las 7 am y las 4:50 pm
- Hacer uso adecuado de los elementos dados por la empresa para la practicas.
- Respetar a mis compañeros y equipo de trabajo
- Portarme de acuerdo al manual de comportamiento de la empresa
- Vestir adecuadamente

3.12 Riesgos del Cargo

Ninguno

4. Características de la práctica

4.1 Justificación de la práctica

Tener la oportunidad de realizar una práctica es importante por varios motivos, académicos como sociales, ya que a la hora de enfrentar una nueva etapa llamada vida laboral no solo los conocimientos netamente técnicos adquiridos a lo largo de una etapa universitaria son necesarios, sino que hay que mezclar estas con otras habilidades sociales a la hora de ir en busca de unos objetivos corporativos.

La universidad ayuda brindando unos conocimientos técnicos, teóricos acerca de la profesión la cual escoges, pero son muy pocas las oportunidades de aplicar estos conocimientos por medio de actividades prácticas que te ayuden a cuestionar realmente acerca de lo aprendido.

Oportunidad que si brinda el hecho de realizar una práctica empresarial, la cual te enfrenta a problemas y situaciones reales de una compañía, con el fin de “obligarte” a utilizar las herramientas aprendidas en la academia para así encontrar una solución al mismo, no solo por medio del conocimiento técnico, sino por medio de unas habilidades que vas adquiriendo de relacionamiento para así encontrar en el camino personas que van a ser muy importantes en los debidos labores a realizar, las cuales se pueden identificar como un equipo de trabajo. En la actualidad esto último es fundamental para tener éxito dentro de una empresa, en ninguna parte se va a trabajar solo, siempre se estará rodeado de personas las cuales serán un apoyo a la hora de ir en busca de la consecución de los objetivos trazados, otra de las grande oportunidades que te da una práctica profesional es eso, conocer gente, aprender de ellas, no solo lo técnico si no también lo humano, abrirse puertas, para cuando llegue el momento de llegar a una nueva empresa, se pueda estar más preparado en los diferentes ámbitos que son requeridos por una compañía.

Otro de los grandes valores que se ha logrado identificar es el hecho de poder hacer parte de muchos procesos desde adentro, conocer cómo se trabajan, la importancia y el porqué de los mismos, todo esto da una opinión y visión diferente de las cosas, todo esto da más criterio y seguridad a la hora de opinar de cualquier tema, cosa que en una universidad no se aprende solo por medio de bases teóricas, el hecho de vivirlos y enfrentarlos de manera presencial y directa dará muchas más herramientas y claridad acerca de los procesos existentes en una empresa real.

4.2 Objetivo General

Controlar de manera eficiente y eficaz el proceso de entrega y legalización de plus y pop destacando la importancia que estos tienen en el proceso de venta de productos para la empresa.

4.3 Objetivos específicos

-Implementar herramientas virtuales o comunicación estandarizando el proceso de entrega de legalización de plus de manera eficiente.

-Coordinar los tiempos de recogida y entrega de los plus y pop cumpliendo con los plazos de entrega planificados.

-Crear una nueva manera más eficiente y manejable de implementación de POP con el fin de mantener los puntos de venta siempre equipados con el mismo

5. Plan de mejoramiento

Industrias Haceb es una compañía la cual piensa no solo en la satisfacción de sus consumidores si no también el bienestar de sus trabajadores, por lo cual les brinda a ellos todas las herramientas necesarias para desarrollar bien su trabajo y cumplir con los objetivos y metas propuestas. Dentro de estas, para el equipo comercial y de promotorio en los puntos de venta se incluyen 2 elementos muy importantes los cuales son, el material POP y los PLUS.

El material POP lo identificamos como una publicidad, normalmente plasmada en “stickers” los cuales se adhieren a los productos, con el fin de informar acerca de las cualidades del producto ayudando así a los vendedores a transmitir a los clientes los beneficios y ventajas del mismo.

Y el material PLUS son todos aquellos obsequios que la marca da por la compra de alguno de sus productos, con el fin de incentivar y aumentar las ventas, siendo así un factor poderoso en la decisión de compra de los clientes en momento de indecisión.

Todos estos elementos, se brindan con el objetivo de apoyar a nuestro equipo de promotorio y vendedores de las cadenas que trabajan con la marca a cumplir con los objetivos de venta, pero se ha podido identificar una serie de deficiencias en el proceso de distribución y entrega de los mismos, lo cual ha detonado un déficit en el inventario al no legalizar correctamente la entrega de los estos y no tener registro de que esta si se ha realizado a los clientes como debe de ser. En consecuencia con esto lo abarcamos considerando los siguientes objetivos

- Implementar herramientas virtuales o comunicación que brinden la oportunidad de

estandarizar el proceso de legalización de plus de manera eficiente.

Normalmente el proceso de entrega de legalizaciones se realiza de manera física y un poco desorganizada, al no haber fechas previamente establecidas para la entrega de las estas.

Por lo tanto se propone y plantea la posibilidad de hacer esto de manera más organizada, usando herramientas virtuales desde el primer paso de la legalización, normalmente las hojas son llevadas por los promotores en físico al área de trade marketing y el personal de allí es quien debe de ingresar los datos a un archivo de Excel lo cual teniendo en cuenta la cantidad de papeleo y documentación, puede prestarse para errores en la digitación de la información o perdida de algunas legalizaciones (situaciones ya ocurridas en el pasado), esto se podría prevenir, si desde el mismo promotor son ellos quienes ingresan los datos.

Se podría crear una carpeta de one drive, con un archivo de Excel por promotor donde ellos se comprometan a ir diligenciando y actualizando los datos de manera semanal, en donde además se les podría compartir la información acerca de las cantidades entregadas para así poder tener mayor claridad en el proceso, y que al final de cada temporada (3 meses) se lleven los documentos físicos, en donde el personal de área de mercadeo solo tendría que verificar los datos con la documentación entregada y así poder tener una mayor precisión y un mejor control del proceso.

La virtualización de los procesos facilita mucho sus manejos y aporta un alto nivel de eficiencia en los mismos así como lo afirma el autor “Las empresas están inmersas en un nuevo marco competitivo en el que es necesario renovar los modelos de negocio tradicionales. Las tecnologías de la información permiten poner en marcha nuevas estrategias de negocio, que antes eran imposibles de desarrollar. La virtualización de los recursos informáticos, es

decir, la creación de una plataforma informática formada por réplicas de ordenadores "reales" construidas por software, es un elemento clave para que toda la infraestructura tecnológica de la empresa esté preparada para impulsar el cambio en el negocio” Macià, C. P. (2006). La virtualización de los recursos tecnológicos, impulsor del cambio en la empresa. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, (12).

- Crear una nueva manera más eficiente y manejable de implementación de POP con el fin de mantener los puntos de venta siempre equipados con el mismo.

Como se mencionó anteriormente, unos de los principales obstáculos a la hora de mantener los puntos de venta equipados con el debido pop durante un largo periodo de tiempo, es la corta vida útil que tienen los mismos, ya que con el pasar del tiempo y su manipulación este se desgasta al punto de hacerlo obsoleto y tener que estar enviado constantemente llegando al punto de acabar las existencias (fenómeno que pasa en su gran mayoría con los pequeños clientes ya que se venden exhibiciones).

Por lo tanto, de parte el equipo de practicantes y de los promotores de Antioquia surge la propuesta de crear un nuevo material pop con imanes lo cual haría mucho más fácil su manipulación y le daría un mayor tiempo de vida útil , además de brindar una imagen mucho más “Premium” a las exhibiciones de la marca.

Inicialmente esto podría representar un gasto mayor, pero a largo plazo representaría un ahorro importante y una mejor manejo del inventario de esta herramienta, ya que no se van a requerir tantas unidades a lo largo del año y esto lo posibilitaría y lo más importante, le brindaría a la marca la posibilidad de tener en un gran porcentaje POP implementado en sus

productos conllevando esto a generar un mayor impacto en su imagen y por ende en las utilidades. “La administración del inventario es un tema central para evitar problemas financieros en las organizaciones, es un componente fundamental en la productividad de una empresa, ya que es el activo corriente de menor liquidez que manejan y que además contribuye a generar rentabilidad. Es el motor que mueve a la organización, pues es la base para la comercialización de la empresa que le permite obtener ganancias” (Duran, 2012, pág. 57)

- Coordinar los tiempos de recogida y entrega de los plus y el pop para cumplir con los plazos de entrega planificados.

Este objetivo se puede lograr por medio de una buena planeación al menos una semana previa a los envíos, con el fin de conocer la disponibilidad de carros a hacer recorridos en las zonas solicitadas, además de coordinar con el promotor de manera que este en el punto acordado dentro de los rangos de hora posibles a realizarse la entrega y previamente establecidos con el personal de transporte.

Los promotores deben de tener todas las herramientas posibles en los tiempos establecidos, más aun en las fechas especiales o de activaciones, ya que esto representaría una mayor y mejor comunicación de los atributos y

6. Aportes a mi formación personal y profesional

Como destaque el comienzo de este proyecto la oportunidad de hacer una práctica profesional es muy provechosa y muy productiva para un estudiante, ya que es la oportunidad de tener tu primer empleo relacionado a lo que has estudiado durante años y con aquello que tú quieres ejercer a futuro en tu vida laboral.

Es ese abrebocas que te da la oportunidad de mejorar, aprender de tus errores y perfeccionar habilidades que creías buenas pero que ahora lo son mucho más gracias al uso de ellas en los últimos 6 meses.

En lo profesional y técnico, puedo destacar el aprendizaje en herramientas virtuales que mis deberes en la empresa me han permitido desarrollar, el mejoramiento en aplicaciones como Excel, Word, power point, el conocimiento acerca de aplicaciones como Power Bi, de las cuales no tenía conocimiento alguno pero que ya sin ser experto puedo decir que la conozco e identifico las grandes ventajas que tiene.

La oportunidad de hacer varios cursos virtuales relacionados con mercadeo, las ventas y el servicio al cliente, las cuales me han dejado unos conocimientos muy valiosos y útiles los cuales usare seguramente en un futuro y me darán un plus a la hora de aspirar por un puesto o emprender en un negocio.

Lo anterior hablando de lo netamente profesional, pero sin duda alguna lo más importante fue aquellas experiencias que me han dejado un crecimiento como persona. Todas aquellas situaciones que me ayudaron a desarrollar mi nivel de paciencia, de acción ante las dificultades y trabajo bajo presión y comunicación asertiva con las personas creo que es lo más valioso y destacable, muchas veces tienes todos los conocimientos técnicos necesarios, pero si no tienes las suficientes herramientas personales y más en el mundo laboral actual

donde necesitas tanto entender y saber interactuar con las personas, no tienes mucho, el hecho de haber compartido con tantas áreas, tantas personas, tantos tipos de personalidades y demás y saber actuar y desenvolverse con cada una de ellas ha sido para mí el mayor aprendizaje de la práctica.

7. Conclusiones y recomendaciones

1. El mercadeo es un área fundamental para desarrollar la razón social de cualquier empresa, de esta depende que nuestros productos si reflejen lo que queremos y darle un mayor valor a los mismos.
2. Hoy en día, en un entorno tan competitivo en cuanto a calidad de productos se trata, es importante ofrecer algo más que solo un producto, si no incentivar al cliente con otras variables con el fin de marcar la diferencia.
3. Tener la capacidad de tener buenas relaciones interpersonales en una compañía es muy importante, debido a que todas las áreas en algún momento de su desarrollo dependen entre sí, por lo cual es de vital importancia tener una buena comunicación con el fin de ayudarse en conjunto y lograr los resultados.
4. Un buen ambiente laboral es fundamental para un correcto desarrollo de las actividades de un trabajador, así como tener todos los elementos y herramientas necesarias.
5. Implementar y capacitar a los promotores sobre el uso de herramientas virtuales para la entrega de legalización de los plus, con el fin de hacer más a menos y efectivos los procesos.
6. Escuchar a los promotores y hacerlos parte de algunas decisiones en el área, su experiencia en los puntos de venta puede ser de gran valor a la hora de tomar decisiones acertadas.
7. Tener una mejor planeación acerca de procesos como activaciones en puntos de venta y más cuando son en una de las zonas fuera de Antioquia y que requieran elementos o

productos provenientes de Copacabana ya que en caso de necesitar alguno de ellos, no solo depende del área si no de la disponibilidad, tiempos, y colaboración de otras áreas.

8. Innovar con respecto a la creación de elementos publicitarios, de presentación e imagen con el fin que sean mucho más duraderos y útiles con el tiempo, siendo reutilizables y ganando con esto no solo tiempos si no dinero ahorrando por medio de estos.

8.Bibliografía

Duran, Y. (2012). *Administracion del inventario: Elemento clave para la optimizacion de las utulidades en las empresas*. Merida: Vision general.

Haceb, I. (s.f.). *Nuestra Compañia*. Copacabana.

Macià, C. P. (2006). La virtualización de los recursos tecnológicos, impulsor del cambio en la empresa. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, (12).

9.Cibergrafia

https://www.haceb.com/?gclid=EAlaIQobChMI9Yevp_ys6QIVgp6zCh3naAA-EAAYASAAEqJX0PD_BwE

<https://enciclopediaeconomica.com/mercadeo/>

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-trade-marketing>

