

**Diseño e implementación manual de funciones y guías para practicantes del área de
mercadeo de UBN Pisos Corona**

Nicolas Silva Avellaneda

**Trabajo de grado para
optar al grado de Negocios Internacionales**

Dirigido por:

Marco Tulio Urueña Bolaños

Magister en dirección de empresas Logísticas y cadena de suministro

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2020

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mis abuelos y padres que contribuyeron de gran manera a mi formación personal teniendo en cuenta como pilar la honestidad, la disciplina y la constancia para lograr cualquier meta que me propusiera. Por su amor, su ayuda de cada uno y esfuerzo infinito para permitirme dedicar únicamente a estudiar lo que en realidad deseaba.

Asimismo, quiero agradecer a cada profesor que me encontré desde primer semestre tanto en negocios internacionales como en mercadeo ya que ellos también aportaron un granito de arena en mi formación académica y profesional. Y sembrar en mí, bases sólidas para afrontar un mercado laboral tan competitivo hoy en día.

Resumen

Actualmente las empresas viven en un ambiente globalizado, saturado y competido donde el consumidor se ha vuelto el centro de las compañías con el objetivo de mejorar la experiencia de compra, teniendo en cuenta atributos como la calidad, el precio, la tecnología utilizada o incluso, la atención al cliente. Dicho lo anterior, es importante que cada colaborador que pertenezca a la empresa, desde un practicante hasta el presidente de la compañía, debe tener claro sus funciones para así, permitir el buen rendimiento y cumplimiento de las metas corporativas personales y colectivas en pro de mejorar tal experiencia al consumidor.

Conforme al desarrollo teórico de investigación y de los conocimientos aprendidos en el proceso de formación profesional dentro de la compañía, se diseñó un manual de funciones específicamente para practicantes en el área de mercadeo de UBN pisos Corona, con la finalidad de que el aprendizaje sea mucho más efectivo, dinámico, sencillo y en un periodo de tiempo más corto. Este manual incluye guías tanto para las matrices de precios de competidores (CACLOM) como un video interactivo que ayude a la comprensión de las subcategorías que maneja Corona ya que entender estas son de vital importancia para realizar un correcto análisis y de esta manera, las personas encargadas puedan tomar decisiones acertadas en los precios de los productos.

Tabla de contenido

1. EMPRESA	7
1.1 Aspectos generales.....	7
1.1.1 Misión, visión y valores	7
1.1.2 Ubicación geográfica:	8
1.1.3 Estructura organizativa:.....	9
1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica:	10
2. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRACTICAS PROFESIONALES	13
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	13
2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances.....	13
2.3 Objetivo General	14
2.3.1 Objetivos Específicos.....	14
3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA	15
3.1 Propuesta de mejora	15
3.1.1 Manual o Guía CACLOM.....	15
3.1.2 Manual de funciones	16
3.1.3 Video explicativo	16
3.2 Conclusiones.....	17
3.3 Referencias.....	18
3.4 Anexos	18
4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	18
4.1 Programación de actividades realizadas	18
4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes	19

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis DOFA..... 10
Tabla 2. Subcategorías de la empresa Colceramica Corona..... 17

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica Colceramica Corona 8
Figura 2. Estructura organizativa de la empresa Colceramica Corona 9

Introducción

Corona es una multinacional colombiana con más de 138 años de historia empresarial dedicada a la manufactura y comercialización de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y el sector de energía. Dicho lo anterior, se debe saber que los revestimientos en pisos es una de sus Unidades Básica de Negocio por la cual se destaca de manera significativa y tiene un gran prestigio en el mercado colombiano e internacional.

El presente plan de mejora se ha realizado con la finalidad de implementar un manual de funciones que se ajuste plenamente al cargo de practicante en el área de mercadeo de UBN Pisos Corona. El cual permite que cualquier persona o estudiante que ingrese a este cargo, aprenda y conceptualice los procesos y funciones que debe realizar de una manera correcta y que, a su vez, ahorre tiempo en la curva de aprendizaje en cuanto a las categorías que maneja la compañía en estos productos.

Inicialmente, se presentan algunas situaciones y explicaciones, las cuales son el fundamento principal de la creación de este plan de mejora para la empresa, con el objetivo de lograr un mejor provecho del tiempo de sus practicantes en el área de mercadeo en UBN Pisos Corona.

En la última fase del plan de mejora, se hace énfasis en el seguimiento de práctica profesional con una metodología de autoevaluación cualitativa asociada a factores de actividades desarrolladas, logros y dificultades compuesto por tres ciclos correspondientes al proceso de formación.

1. EMPRESA

1.1 Aspectos generales

Corona es una multinacional colombiana con más de 138 años de historia empresarial dedicada a la manufactura y comercialización de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y el sector de energía. Está compuesta por cuatro Divisiones de Negocios – Baños y Cocinas; Superficies, Materiales y Pinturas; Insumos Industriales y Manejo de Energía; y Mesa Servida – y dos Unidades Comerciales que son Almacenes Corona y Comercial Corona Colombia. Corona cuenta con 20 plantas de manufactura en Colombia, 2 en Estados Unidos, 3 en Centroamérica y 3 en México, así como con una oficina de suministros globales en China. En alianza con Cementos Molins de España, se encuentra desarrollando a través de Empresa Colombiana de Cementos el negocio para la producción y venta de cemento en Colombia. Genera más de 9.000 empleos y exporta sus productos a diversos mercados alrededor del mundo, incluyendo Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Chile, Venezuela, Centro América, el Caribe, Italia, España y el Reino Unido. (Corona, 2020, p.1)

1.1.1 Misión, visión y valores

Misión

“Enriquecer los espacios para vivir mejor” (Corona, 2020, p.1)

Visión

“En 2025, transformar a Corona en una multinacional diversificada, enfocada en los mercados de retail y soluciones de productos para el mejoramiento del hogar y los mercados de nueva construcción en América” (Corona, 2020, p.1)

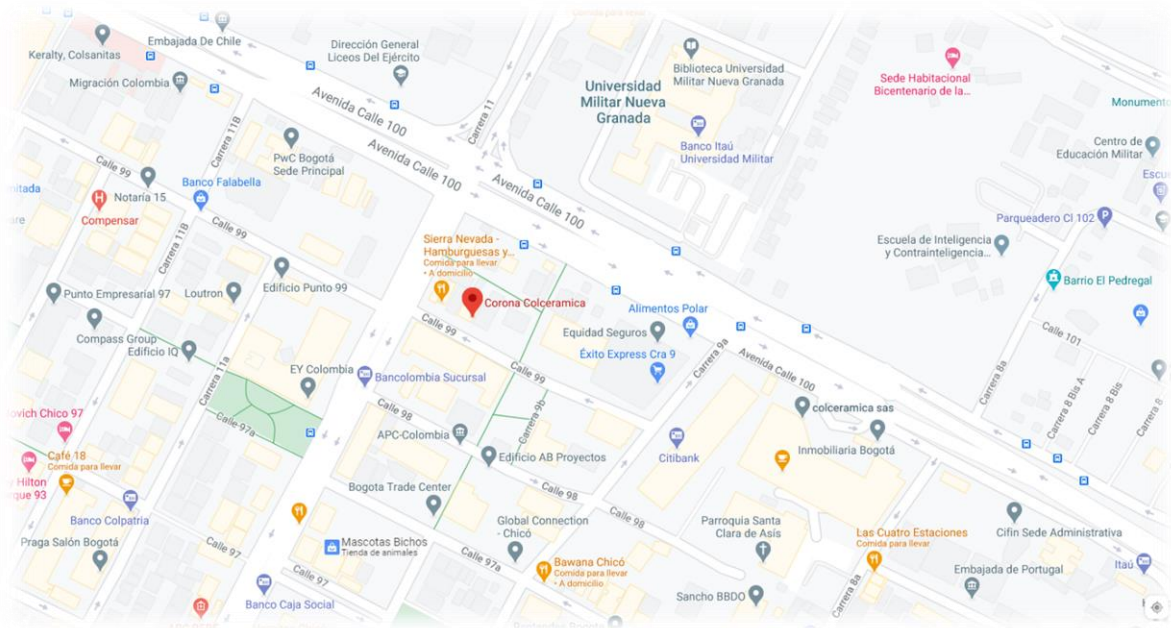
Valores

- Pasión por el servicio.
- Somos íntegros, austeros, sencillo y respetuoso.
- Responsables con la sociedad. (Corona, 2020, p.1)

1.1.2 Ubicación geográfica:

- País: Colombia.
- Ciudad: Bogotá.
- Dirección: Cl. 99 #10 – 08

Figura 1. Ubicación geográfica Colceramica Corona



Nota: Google Maps (2020). Ubicación geográfica de la empresa Corona. Google Maps.
<https://www.google.com/maps/place/Corona+Colceramica/@4.681681,-74.0433,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x1c0bfadbf891643c!8m2!3d4.681681!4d-74.0433>

1.1.3 Estructura organizativa:

Figura 2. Estructura organizativa de la empresa Colceramica Corona



Nota: Colceramica Corona (2020). *Página corporativa oficial.* Colceramica Corona.
<https://empresa.corona.co/>

1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica:

División de superficies, materiales y pinturas en el Departamento de Mercadeo (UBN pisos Corona).

La División de Superficies, Materiales y Pinturas está dedicada al desarrollo y fabricación de productos para la construcción y remodelación que incluyen revestimientos (pisos, paredes y decorados), materiales de construcción (pegantes, boquillas, morteros, limpiadores, herramientas de instalación, estucos, yesos, pinturas, acabados texturizados, masillas tipo joint compound, masillas joint free, masillas para revoque en seco, masillas para acabados, aditivos para morteros, juntas, sellos e impermeabilizantes, entre otros) soluciones y sistemas constructivos que hacen más fácil y rápida la construcción mientras se cuida y protege la salud de la familia y la del maestro de obra.

1.1.4.1 Análisis DOFA

Tabla 1. Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación activa entre los miembros de la compañía, sin importar que sean de diferente UBN. • No hay dificultad para lograr una comunicación bidireccional con superiores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al momento del ingreso, los nuevos practicantes no conocen de manera clara las funciones que debe realizar en su totalidad. • No hay funciones estipuladas del cargo desde un inicio.

<ul style="list-style-type: none"> • E-learning que brinda Corona de los beneficios de la empresa o posibles categorías de los productos. • Los salarios para los colaboradores son superiores a comparación de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Omisión de detalles importantes por parte del capacitador (anterior practicante o jefe directo). • Desconocimiento de las funciones que se deben ejecutar en una fecha estipulada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de manual de funciones para practicantes en el área de mercadeo en UBN Pisos. • Dificultad en los manejos de todas las matrices al no tener claro las categorías de los productos para clasificarlos. • La empresa siempre esta en una mejora continua en todos sus procesos. • Se puede preparar de manera autodidacta para afrontar y entender lo que requiere la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tiempo por parte del practicante saliente. • Alta probabilidad de cometer errores en los procesos encargados al practicante. • Comparar precios con productos que no compiten, lo cual conlleva a tomar decisiones erradas en el precio para el consumidor final. • Obtener un menor margen de ganancia o tener precios muy altos con respecto a la competencia al

	establecer mal los precios en la matriz CACLOM.
--	-------------------------------------------------

Nota: Elaboración propia tomado de los datos de Colceramica Corona (2020). *Página corporativa oficial.* Colceramica Corona. <https://empresa.corona.co/>

2. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRACTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Actualmente, Corona posee un portafolio bastante amplio y diverso en su gran división de superficies, materiales y pinturas, y más en específico, en la UBN pisos. Este portafolio de pisos Corona está compuesto por dos grandes categorías (cerámica y porcelanato) y que, a su vez, posee subcategorías como los son: Madera, comerciales, ornamentales, marmolizados, porcelanato brillante, porcelanato mate, entre otros.

Ahora bien, para entrar en contexto, Corona maneja una base de datos en la cual ingresa, administra y analiza referencias tanto propias como de la competencia, con el fin de obtener un mejor análisis del mercado y así, poder tomar decisiones con respecto al precio o hallar oportunidades de negocio para la empresa. Por tal motivo, es de gran importancia que la persona a cargo de realizar, actualizar y analizar dicha base de datos, conozca las categorías y subcategorías a plenitud con el fin de que se pueda aportar una información veraz y correcta.

2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances

- La importancia de este plan de mejora se centra especialmente en el diseño de herramientas que les brindan un acompañamiento y conocimiento guiado a los nuevos practicantes de mercadeo.
- La primera limitación que se encuentra es que el manual de funciones, video interactivo y manual de la matriz depende del buen uso que le pueda dar el nuevo practicante.
- La segunda limitación que tiene este plan de mejora es que está dirigido estrictamente al practicante del área de mercadeo.

- La tercera limitación es que estas herramientas sean malinterpretadas ya que, con este plan de mejora, no se busca restringir ninguna función extra que pueda surgir a lo largo del periodo de las prácticas en la empresa.
- El alcance del proyecto básicamente es lograr que el practicante se integra y conceptualice los procesos que debe realizar en la empresa para que así su curva de aprendizaje sea mucho más efectiva.

2.3 Objetivo General

Diseñar e implementar un manual de funciones y guías para los practicantes recién ingresados enfocado en 100% en hacer mucho más efectivo y dinámico el proceso de aprendizaje en las labores que debe realizar.

2.3.1 Objetivos Específicos

- Identificar plenamente las categorías y subcategorías del portafolio que ofrece Corona con respecto a su UBN pisos.
- Diseñar un paso a paso del manejo de la matriz CLACOM para la actualización y análisis de la misma.
- Establecer las funciones que debe desarrollar el practicante durante su periodo dentro de la empresa.

3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de mejora

“El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo". (Kellog, G. 2009, citado por Cárdenas Molina, 2015)

De acuerdo a la definición que brinda este autor acerca de un manual, se puede afirmar que los manuales cumplen un gran rol en una organización con el fin de estandarizar los procedimientos, funciones o métodos que debe realizar o aplicar el colaborador, para que, de tal manera, las tareas se ejecuten de la manera más eficiente y correcta.

Dicho lo anterior, se realiza 3 herramientas de gran importancia, las cuales facilitaran el aprendizaje y la administración tanto de matrices como de procesos que se conocer completamente en el cargo de practicante de mercadeo. Estas herramientas constan principalmente de un manual de funciones del cargo, un manual para la matriz CACLOM y un video interactivo y explicativo.

3.1.1 Manual o Guía CACLOM

Para iniciar, es correcto decir que la matriz CACLOM es una estructura realizada en Excel que cuenta con 900 referencias aproximadamente de productos tanto de Corona como de la competencia (San lorenzo, Decorceramica, Alfa, etc.). En esta matriz se almacenan datos tales como lo son los formatos (tamaño), precios, precios con descuento, precios por zona, tonalidades, acabados, ciclo de vida Corona y características especiales de cada producto.

Además de esto, cabe resaltar que los precios de esta matriz se deben actualizar mensualmente para que así, la tabla dinámica se pueda actualizar correctamente y de esta manera poder tomar decisiones relacionadas al pricing de los productos.

Ahora bien, con respecto a esta herramienta que se diseñará, se debe decir que este manual consiste en un paso a paso donde se muestra el cómo se actualizan los precios de todas las referencias de una manera automática y evidenciar las referencias que la competencia ha ingresado o descontinuado del mercado.

3.1.2 Manual de funciones

En segunda instancia, se encuentra un manual de funciones el cual permitirá que la persona que ocupe el cargo, tenga una noción general de las tareas que debe realizar durante su etapa de practicante de mercadeo en Corona.

Básicamente, este manual de funciones contiene el nombre del cargo, la descripción de las funciones esenciales que debe realizar, departamento, jornada laboral, jefe directo.

3.1.3 Video explicativo

Finalmente, como anteriormente se ha mencionado, la UBN pisos Corona posee cierta cantidad de categorías y subcategorías con el fin de clasificar y ordenar su inmenso portafolio. Estas categorías se dividen en:

Tabla 2. Subcategorías de la empresa Colceramica Corona

CERÁMICA	PORCELANATO
<ul style="list-style-type: none"> - Maderas. - Ornamentales. - Marmolizados. - Naturales. - Comerciales. - Exteriores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mate. - Brillante.

Nota: Elaboración propia.

Una vez entendidas las categorías y subcategorías, es correcto decir que la clasificación de estas referencias son de vital importancia ya que los productos en la matriz CACLOM, posteriormente serán comparados para incrementar o disminuir los precios de los productos. Por lo tanto, se diseñará un video interactivo y dinámico en el cual explique la manera correcta para agrupar este grupo de productos y así, realizar un análisis oportuno y verídico.

3.2 Conclusiones

La finalidad de este proyecto es incrementar la efectividad en la curva de aprendizaje de los futuros practicantes del área de mercadeo mediante manuales y un video interactivo.

Dado el alcance del gran objetivo de este plan de mejora, que, en esencia, es facilitar el aprendizaje para los nuevos practicantes, se logró evidenciar que las herramientas brindadas por este plan de mejora, contribuyen a reducir el tiempo de

aprendizaje para el manejo tanto de la matriz (CACLOM) como la realización de las demás funciones.

Por otro lado, se evidencio que, con el instructivo, las personas logran tener un completo entendimiento de las categorías y subcategorías con sus características de toda la UBN pisos Corona. Asimismo, cabe resaltar que este instructivo puede ser modificado para realizar cambios futuros que requiera la compañía, y este mismo, se mantenga vigente.

3.3 Referencias

Cárdenas Molina, I. C. (2015). *Universidad técnica de Ambato facultad de ciencias humanas y de la educación carrera de psicología industrial modalidad presencial*.

[Tesis de pregrado en psicología industrial]. Universidad Técnica de Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/FCHE-PSIC-119.pdf>

Chiavenato, I. (2007). *Administración recursos humanos*. (3ra). Edición. Editorial MacGraw Hill Madrid.

Colceramica Corona (2020). *Página corporativa oficial*. Colceramica Corona.

<https://empresa.corona.co/>

Google Maps (2020). *Ubicación geográfica de la empresa Corona*. Google Maps.

<https://www.google.com/maps/place/Corona+Colceramica/@4.681681,-74.0433,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x1c0bfadbf891643c!8m2!3d4.681681!4d-74.0433>

3.4 Anexos

4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Programación de actividades realizadas

La práctica profesional que se desarrolló, fue realizada en la compañía Corona dentro del departamento de mercadeo en la UBN pisos que tiene vigencia desde el 01

de septiembre del 2020 hasta el 28 de febrero del 2021, donde se tuvo funciones a cargo como lo son:

- Ingresar referencias de nuevos productos tanto propios (de Corona) como de los competidores.
- Depurar la matriz cuando las referencias de la competencia o de Corona salgan del mercado.
- Realizar actualizaciones de los precios de todos los productos que se poseen en la matriz CACLOM. Estos productos incluyen la totalidad de productos que ofrece la competencia.
- Analizar las cifras que arrojan la matriz con el objetivo de conocer el comportamiento actual del mercado, hallar nuevas posibles oportunidades de negocio y ubicar posibilidades de incrementar el precio para lograr un mayor margen de rentabilidad.
- Investigar acerca de nuevas tendencias que estén surgiendo en el mercado o simplemente, buscar nuevas referencias o categorías con nuevos atributos o argumentos de venta.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.1.1.1 Ciclo 1

(01 de septiembre – 01 de noviembre)

Logros:

- Entendimiento total de la categoría y subcategorías de la UBN pisos Corona.
- Manejo absoluto de la matriz CACLOM.
- Actualizaciones exitosas de precios, primeras entregas de los análisis correspondientes a los dos primeros meses para tomar decisiones de pricing.

- Investigar totalmente la página web de San Lorenzo, ya que estaban incursionando con el e-commerce.
- Realizar investigaciones acerca de nuevas tendencias y nuevos productos que recién salieron al mercado por parte de los competidores.

Dificultades:

- Se puede encontrar bastantes categorías y subcategorías con medidas o acabados muy parecidas, lo cual hace que el error sea bastante probable.
- Grandes bases de datos que algunas veces complican el manejo de la información.
- Muchas empresas aún no han consolidado toda la información en la web. Por lo tanto, las investigaciones son un poco más demoradas.

*4.1.1.2Ciclo 2***(03 de noviembre del 2020 – 02 de enero del 2021)****Logros:**

- Apoyo en la creación de fichas técnicas de productos Corona.
- Diseño de una nueva matriz CACLOM para la UBN de paredes Corona.
- Investigar el portafolio que ofrece la competencia en la categoría de piscinas.
- Generar una gran cantidad de fichas técnicas para la UBN paredes.
- Aprendizaje de los aspectos que se deben tener en cuenta para una correcta alza de precios.

Dificultades:

- Conseguir accesos a las carpetas de las fichas técnicas por parte del equipo de soporte.
- Bastante información en diferente formato y duplicados.
- La categoría de piscinas aún no es tomada como una categoría como tal en el mercado.

4.1.1.3 Ciclo 3

(03 de enero del 2021 – 28 de febrero del 2021)

Logros:

- Concluir exitosamente la investigación de la competencia internacional de Corona.
- Actualización de la matriz con el alza de precios para el 2021.
- Descubrir oportunidad que tiene Corona en el segmento de piscinas y zonas húmedas.

