

Implementación de aplicativo del área de ventas y distribución de Alimentos

Polar Colombia S.A.S

Angie Katherine Báez Benítez

Trabajo de grado

para optar para el título Negociador Internacional

Dirigido por:

Tutor Jack Torres

Universidad Santo Tomás

Negocios internacionales

Bogotá

2020



**Implementación de aplicativo del área de ventas y distribución de
Alimentos Polar Colombia S.A.S**

Angie Katherine Báez Benítez

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C

PARTE I

Resumen

Alimentos Polar lleva 79 años de experiencia. En Colombia se encuentra la oficina principal en Bogotá y la planta de producción en Facatativa, es dueño de las marcas como Aunt jemima, promasa, harina pan, don kat, donkan, oh mai gat, dogourmet, las llaves y muchas mas. Son diferentes marcas en las cuales se encuentran las económicas y Premium. APC cuenta con 30.000 empleados directos y 130.000 indirectos.

La empresa le da gran oportunidad de conocimiento a los estudiantes que necesitan hacer sus practicas ya que hay variedad de actividades en cada area, como en el area de ventas y distribucion es una de las areas mas importantes de APC porque las ventas y distribucion son los puntos clave en la administracion de la cadena de valor y tambien clave en la realizacion de objeto de negocios, afectando directamente el flujo de efectivo y riesgos de negocios, es el area encargada de que sus ventas diarias suban y sean exitosas, tienen un control y una relacion directa con los vendedores de diferentes localidades y ellos son los encargados de obtener clientes satisfaciendo sus necesidades y haciendoles un seguimiento para siempre cumplir con sus expectativas.

Situación problema

AFVPolar

AFVPolar será un aplicativo móvil que le permite al vendedor realizar varias operaciones y transacciones durante la atención al cliente. Para atender a un cliente, es necesario abrir la visita (ingresar al cliente). En este módulo, el vendedor puede ingresar el pedido, ingresar inventario, ingresar recaudo, y realizar encuestas que van directamente dirigidas a clientes. Luego de realizar toda la operación necesaria para atender al cliente, el vendedor debe finalizar la visita y salir del cliente (esto en el módulo).

EVI Geográfico

El EVI Geográfico es un indicador que mide la distancia que hay entre el punto de venta (el cliente) y el vendedor, cuando se abre la visita o se cierra; es decir cuando se inicia la visita o se finaliza. En Alimentos Polar, el EVI (Efectividad de Visita) Geográfico, debe ser menor a 300 metros.

Este indicador se mide descargando una base de datos el aplicativo Nodrizza (Proveedor y creador del módulo AFVPolar) en donde se identifican las coordenadas que se han registrado por el celular del vendedor en el momento del inicio y la finalización de la visita. Estas coordenadas se cotejan y se comparan con las coordenadas de ubicación del cliente y de esta manera se determina si el vendedor está ubicado a menos de 300 metros del punto de venta (o cliente).

El problema de este indicador es que no se tiene un control efectivo de que si el vendedor esta cumpliendo con esto, es decir, no se lleva a cabo un control si el vendedor esta en el lugar establecido o tal vez este en otro lugar, lo importante es lograr encontrar un recurso

y un control para esto, donde pueda tener al final de cada mes un resultado ya sea bueno o malo para el vendedor y así poder calificarlo dependiendo su resultado.

Agradecimientos

Principalmente le agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de haber estudiando una carrera universitaria y mas de esta prestigiosa universidad que me lleno de conocimiento, responsabilidad y me aportaron muchas cosas buenas para mi futuro.

Le agradezco inmensamente a mis papás porque sin ellos nada de esto seria posible gracias a su apoyo incondicional, por su ayuda económica, por ser tan excelentes papás y querer verme triunfar y en la cima, esto es por y para ellos, la vida no me va a alcanzar para agradecerles y devolverles todo esto.

Y a mis docentes que me apoyaron, me ayudaron y sobre todo me formaron en este proceso.

Introducción

La presente implementación del aplicativo de los vendedores, es realizado en base a la practica profesional semestre 2020-1, de un seguimiento que se realiza de las

inexactitudes de los procesos del EVI geográfico y AFV que tiene Alimentos Polar Colombia S.A.S. Se llevo a cabo un seguimiento, una investigación a profundidad de la empresa para obtener un objetivo claro de qué, como y cuando realizar esta mejora, brindándole así una gran ayuda a la empresa, aportando no solo conocimiento sino realismo y algo efectivo para llevarlo a una existencia. Mostrando evidencia de todo lo realizado, presentando también la gran experiencia de todo este proceso y de lo logrado durante todo este tiempo.

ÍNDICE

PARTE I	3
RESUMEN	3
SITUACIÓN PROBLEMA	4
AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	5
LISTA DE FIGURAS.....	7
PARTE II	8
LA EMPRESA	8
ASPECTOS GENERALES.	8
MISSION	8
VISION	8
VALORES	9
1.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.	9
1.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	10
1.1.4 UNIDAD O DEPARTAMENTO	10
OPORTUNIDADES.....	11
PARTE III	12

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	12
2.1 PLANTEAMIENTO CENTRAL	12
2.3 OBJETIVO GENERAL	14
PARTE IV	14
CONTENIDO PLAN DE MEJORA	15
3.1 PROPUESTA DE MEJORA.....	15
3.2 CONCLUSIONES	15
GLOSARIO.....	16
3.4 ANEXOS	16
ANEXO 1. DISPOSITIVO MÓVIL.....	16
3.5 GRAFICOS	16
PARTE V.....	17
SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	18
3.1 PROGRAMACION DE ACTIVIDADES.....	18
3.1.1 CICLO TABLA 1. CICLOS	18
.....	19
NOTA: ELABORACIÓN PROPIA.....	19
REFERENCIAS.....	19

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica	9
Figura 2. Estructura organizativa	10
Figura 3. Analisis DOFA	12
Figura 4. Indicador global.....	17
Figura 5. EVI	Error! Bookmark not defined.

PARTE II

LA EMPRESA

Aspectos Generales.

1.1.1

Mision

“Satisfacer las necesidades de consumidores, clientes, compañías vendedoras, concesionarios, distribuidores, accionistas, trabajadores y suplidores, a traves de nuestros productos y de la gestion de nuestros negocios, garantizando los mas altos estandares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relacion precio/valor, alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y el desarrollo del pais.” (Thais Rosendo, s.f.)

Vision

“Seremos una corporación líder en alimentos y bebidas, tanto en Venezuela como en los mercados de América Latina, donde participaremos mediante adquisiciones y alianzas estratégicas que aseguren la generación de valor para nuestros accionistas. Estaremos orientados al mercado con una presencia predominante en el punto de venta y un completo portafolio de productos y marcas de reconocida calidad. Promoveremos la generación y difusión del conocimiento en las áreas comercial, tecnológico y gerencial. Seleccionaremos y capacitaremos a nuestro personal con el fin de alcanzar los perfiles requeridos, lograremos su pleno compromiso con los valores de Empresas Polar y le ofreceremos las mejores oportunidades de desarrollo.” (Thais Rosendo, s.f.)

Valores

Integridad, excelencia, pasión por el bien, respeto mutuo, solidaridad, libertad, justicia.

(Empresas Polar)

1.1.2 Ubicación Geográfica.

La empresa ALIMENTOS POLAR COLOMBIA SAS se encuentra situada en el departamento de Cundinamarca, en la localidad Bogotá y su dirección postal es CALLE 100 9 A 45 P 11.

Grafico 1. Ubicación geográfica



Figura 1 Google Maps. (2020). *Ubicación geográfica de la empresa Alimentos Polar Colombia S.A.S.* Google Maps. <https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+%239a-45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2!3d4.6813953!4d-74.0420935>

1.1.3 Estructura Organizativa

Grafico 2. Estructura organizativa

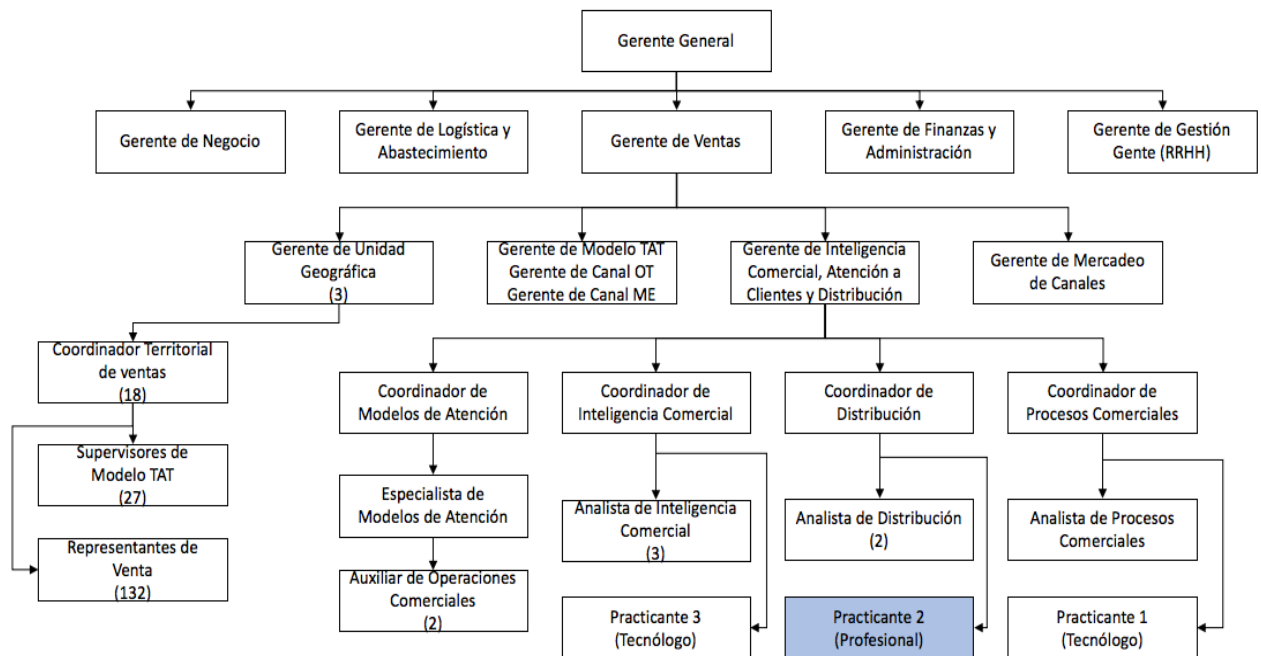


Figura 2 Alimentos Polar. (2020). *Mision, vision y valores*. Alimentos Polar. <https://fodamatriz.wordpress.com/acerca-de/>

1.1.4 Unidad o Departamento

Gerencia de ventas

1.1.4.1 Análisis DOFA.

FORTALEZAS

- Nuevo Producto
- Posicionada en la mente del consumidor

OPORTUNIDADES

- Mercado amplio y poco competitivo
- Capacidad de inversión y producción (aunque se ha visto un poco limitada por la situación actual del país)
- Elaboración de nuevas herramientas y/o estrategias para la compañía.

DEBILIDADES

- Poca producción
- Pueden fallar los canales de distribución, por la baja de producción
- Falla de resultados o de implementaciones de nuevas herramientas.

AMENAZAS

- Mercado cambiario paralizado
- Crisis Económica
- Desarrollo o implementación de productos y servicios innovadores.

(Montiel Valentina, 2004)

Grafico 3. Analisis DOFA Empresas Polar



(Sequera, 2017)

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central

Implementar una aplicación que la obtengan los clientes, por zonas es decir en las principales ciudades del país, pero principalmente en la ciudad de Bogotá. Donde ellos mismos tengan un control si les satisface la encuesta que les realiza el vendedor, el horario en el que estuvo ahí, que sea muy fácil y dinámica en aplicación, para lograr

tener un excelente EVI geografico. Es importante para toda la empresa ya que se implementaria una mejora en los resultados de cada vendedor y/o cliente.

No se encontro informacion especifica del aplicativo solo los datos de los graficos.

(Anexos)

Incentivar a todos los trabajadores a hacer uso y manejo de las herramientas que se les ofrecen con el fin de optimizar cada proceso.

2.2 Importancia, delimitaciones y alcance

Este trabajo se realiza con el fin de llevar un control sobre los vendedores, así como tener un acercamiento con los clientes para saber su percepción sobre el vendedor, de esta calificación dependerá los incentivos para cada uno de los vendedores, si el vendedor tiene mala atención al cliente su incentivo será bajo, pero si este tiene buena atención su incentivo será mayor, con esto también se verifica el cumplimiento del vendedor en cada uno de los establecimientos.

Principalmente se realizará la prueba piloto en la ciudad de Bogotá, luego de verificar los posibles problemas se implementará en las diferentes ciudades principales del país, este aplicativo será de gran ayuda para el área de ventas ya que hay vendedores que se ausentan de su trabajo y los clientes no tienen como realizar este tipo de reclamos.

Importancia

- Mejora de resultados de encuestas de los clientes.
- Mayor relación y comunicación con los clientes.
- Aporta grandes ventajas a la empresa.

Limitaciones

- Problemas de manejo de tecnología con adultos mayores.
- Dificil aceptación por los clienes.
- Conexión de internet o datos moviles.

Alcances

- Optimizar el proceso en el menor tiempo posible.
- Alcanzar el maximo detalle de encuestas.
- Conocer las funcionalidades detalladas de la aplicación.

2.3 Objetivo general

Implementar una nueva herramienta (aplicación), para facilitar un control con los vendedores para un excelente resultado (mejora de inventario y resultados de encuestas que van directamente dirigidas al cliente) y oportunidad.

2.3.1 Especificos

- Buscar una aplicación gratuita y seguir los pasos para crearla, editando los contenidos y personalizando el diseño deseado.
- Mantenerse al día con los resultados de cada vendedor indicados por el EVI geográfico.
- Determinar los factores que limitan los resultados de los vendedores.

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de Mejora

Partiendo del problema encontrado, hacer una implementación de una aplicación de uso, donde se pueden crear operaciones de aplicaciones gratuitas y crear una para los clientes, que sea facil de manejar. Ingresando con un codigo personal al instante que llega el vendedor poner hora, fecha, si fue satisfactoria o poco satisfactoria la encuesta, con ello se podra tener un control de todos los datos que se necesitan y que hacen falta para mejorar y complementar el EVI geografico. (Anexos)

3.2 Conclusiones

Argumentar a la implementacion planteada en la introduccion y a las interrogantes que condujeron a la realizacion del plan de mejora del area de ventas.

Mejorar el inventario, resultados de los vendedores para satisfacer las necesidades y los controles de visitas de los clientes de APC. Atraer mas clientes con los productos ofrecidos en la empresa.

Gran mejoramiento para trabajar en equipo, bajo presion, comunicación y sobre todo ser tolerante, paciente con la gente.

Lograr un puesto fijo en la empresa ya que es una gran oportunidad de crecimiento laboral y personal.

Glosario

- **AFV:** Aplicación Fuerza de Ventas
- **EVI:** Efectividad de Visita
- **APC:** Alimentos Polar Colombia

3.4 Anexos

Anexo 1.

Se calcula el EVI, en la columna EVO geo. (ver anexo 1)

Anexo 2.

Se colocan las coordenadas de los clientes de la maestra (base de datos) para cruzar información esa información con la que aparece en Nodrizza. (ver anexo 2)

3.5 Graficos

Grafico 4. Indicador global

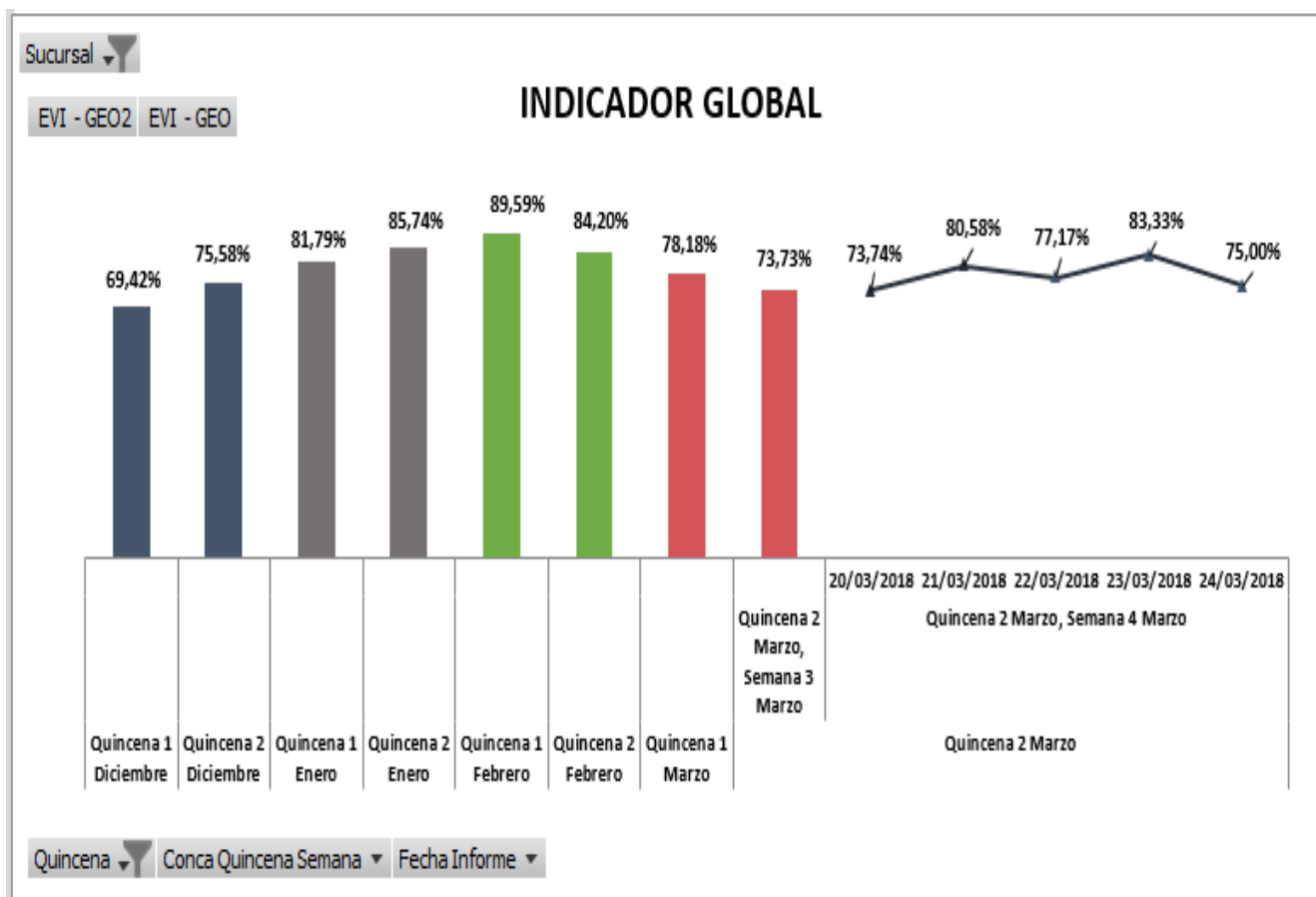


Grafico 5. EVI

Candena	(Todas) ▼
Etiquetas de fil ▼ Promedio de EVI - GEO	
M101	84,04%
M102	69,40%
M103	93,17%
M105	98,73%
M106	94,76%
M107	93,09%
M108	98,90%
N101	31,98%
N102	41,56%
N103	98,48%
N208	78,77%
N223	89,87%
P101	96,77%
P102	65,78%
Q101	88,00%
Q103	99,15%
Q104	95,15%
Total general	81,45%

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

3.1 Programacion de actividades

Realizar y cumplir con todas las actividades asignadas desde el día 10 de febrero hasta el 09 de agosto, es decir, con las actividades realizadas en el cuadro de ciclos (3.1.1), adicionando a ello un excelente trabajo de plan de mejora para que sirva de mucha ayuda a la empresa con el fin de siempre dar un excelente trabajo. Al final de la practica cumplir con el objetivo de aprender, de aportar y ayudar a la empresa.

3.1.1 Ciclo Tabla 1. Ciclos

CICLOS				
MES	FECHAS SEMANAS	ACTIVIDADES REALIZADAS	LOGRO ALCANZADO	DIFICULTAD ENCONTRADA
Febrero	10 al 14	En esa semana fue la fecha de ingreso e hicieron la induccion corporativa y conocer la empresa, al siguiente dia se realizo una visita a la planta de produccion en Facatativa donde mostraron toda la empresa, como hacen y empacan cada producto.	Gran conocimiento de muchas marcas, de logistica y creacion de cada producto.	Empezar a madrugar
	17 al 21	Durante esa semana se realizo otra induccion referente a cada puesto y area con las funciones que se deben realizar durante la practica.	Manejo de plataforma de APC	Ser eficiente en la plataforma y manejo de excel
	24 al 28	Recibir y enviar correspondencia del area de ventas y distribucion. Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, ir a la Camara de Comercio y solicitar certificaciones para radicarlas a el area de credito y asi poder crear clientes nuevos en APC.	Rapidez a la hora de realizar algo y responsabilidad.	Manejo de actualizaciones de controles
Marzo	02 al 06	Induccion e intriducion de encuestas de potencialidad en nodrizza	Conocimiento de manejo de excel	Dificultad de manejo de la herramienta nodrizza
	09 al 13	Recibir y enviar correspondencia del area de ventas y distribucion. Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, ir a la Camara de Comercio y solicitar certificaciones para radicarlas a el area de credito y asi poder crear clientes nuevos en APC.	Rapidez y eficiencia	Ir a la camara de comercio
	16 al 20	Recibir y enviar correspondencia del area de ventas y distribucion. Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, ir a la Camara de Comercio y solicitar certificaciones para radicarlas a el area de credito y asi poder crear clientes nuevos en APC.		
	23 al 27	Recibir y enviar correspondencia del area de ventas y distribucion. Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, ir a la Camara de Comercio y solicitar certificaciones para radicarlas a el area de credito y asi poder crear clientes nuevos en APC. Se realizo una reunion sobre el COVID19, donde los jefes decidieron que todo el personal tendria que realizar sus labores desde casa.	Tener paciencia en el momento de la llegada de cada certificado.	Trabajar desde casa y solicitar certificados por internet
	30 y 31	Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, solicitar certificados en la camara de comercio correspondiente y radicarlas al area de credito.		
Abril	1 al 3	Manejo de actualizacion de controles en linea de vendedores y clientes, solicitar certificados en la camara de comercio correspondiente y radicarlas al area de credito.		

Nota: Elaboración propia

Referencias

Alimentos Polar. (2020). *Mision, vision y valores*. Alimentos

Polar. <https://fodamatriz.wordpress.com/acerca-de/>

Empresas Polar. (2020). *Nuestra historia*. Empresas

Polar. <http://empresaspolar.com/nuestra-historia>

Google Maps. (2020). *Ubicacion geografica de la empresa Alimentos Polar Colombia*

S.A.S. Google Maps. [https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+/%239a-](https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+/%239a-45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2!3d4.6813953!4d-74.0420935)

[45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-](https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+/%239a-45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2!3d4.6813953!4d-74.0420935)

[74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2](https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+/%239a-45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2!3d4.6813953!4d-74.0420935)

[!3d4.6813953!4d-74.0420935](https://www.google.com/maps/place/Ac.+100+/%239a-45,+Bogot%C3%A1/@4.6814006,-74.0442875,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f9a9757343bef:0x3b88cc23b2118a74!8m2!3d4.6813953!4d-74.0420935)

Montiel, V. (2004,). *Análisis empresarial y de mercadeo de Polar en*

Venezuela. *Gestiopolis* [https://www.gestiopolis.com/analisis-empresarial-y-de-](https://www.gestiopolis.com/analisis-empresarial-y-de-mercadeo-de-polar-ice-en-venezuela/)

[mercadeo-de-polar-ice-en-venezuela/](https://www.gestiopolis.com/analisis-empresarial-y-de-mercadeo-de-polar-ice-en-venezuela/)