

PRÁCTICA EMPRESARIAL CORBETA



JESSICA KARINA HERNÁNDEZ RINCÓN



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES,
VILLAVICENCIO
2022

PRÁCTICA EMPRESARIAL CORBETA

JESSICA KARINA HERNÁNDEZ RINCÓN

Trabajo presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

ALFONSO CANÓNICO GALVIS
Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. Eduardo GIL GONZALES, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

Dedico de manera muy especial el presente trabajo que me permite dar paso a un proceso de formación tan importante como lo es ser profesional a mi madre Marta Rincón y mi padre Alfonso Hernández quienes dieron lo mejor de sí para que yo pudiera culminar mis estudios; son mi principal soporte y motivación todos los días y estos últimos años no fueron la excepción.

Agradecimientos

Agradezco principalmente a Dios por ponerme siempre en el lugar correcto y es por ello que hoy soy parte de la familia tomasina, donde pude conocer amigos incondicionales que estuvieron conmigo viendo mi crecimiento y evolución, donde tuve la fortuna de ser instruida y formada por profesionales altamente competentes y con gran calidad humana, quienes hoy en día son mi ejemplo a seguir.

Tabla de contenido

Glosario.....	8
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción... ..	11
Objetivos.....	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
1. Empresa Colombiana de Comercio S.A	13
1.1 Portafolio de Corbeta.....	13
1.2 Historia	14
1.3 Misión.....	15
1.4 Visión.....	15
1.5 Estructura organizacional	15
1.6 Portafolio de productos y servicios.....	16
1.6.1 Kalley	16
1.6.2 AKT.....	17
1.6.3 Midia.....	19
1.7 Aspectos del mercado que atiende.....	19
2. Cargo y funciones	20
3. Aportes.....	23
4. Conclusiones.....	24
5. Recomendaciones	25

Tabla de figuras

<i>Figura 1.</i>	14
<i>Figura 2.</i>	15
<i>Figura 3.</i>	21
<i>Figura 4.</i>	21

Glosario

- Competente: “Conjunto de características de una persona que están relacionadas directamente con una buena ejecución en una determinada tarea o puesto de trabajo.” (Boyatzis 1982).
- Reparto de mercancía: “Proceso mediante el cual los operadores del centro de distribución preparan los pedidos de los locales solicitantes en base a una orden de trabajo obtenida mediante el Sistema Automatizado de Radio Frecuencia” (López, F. M. S., & de la Cruz, E. G. S., 2012).
- Objetivo: “Los objetivos le aportan a la fuerza de ventas una dirección a largo plazo, un propósito o meta que establece posibles resultados medibles, dándose un compromiso personal con el departamento o dirección de ventas y la empresa” (Valbuena, N. I. L., 2013).
- Fuerza de ventas: “La fuerza de ventas, son colaboradores de sus clientes ya que dan aportes en la solución de problemas, pudiéndose convertir en entes generadores de cambios positivos, dando constantes opiniones e ideas que son tomadas en cuenta por la credibilidad que genera” (Valbuena, N. I. L., 2013).
- Vendedor: “Es el vendedor el punto de enlace que representa al proveedor del producto y lo conecta con el cliente” (Valbuena, N. I. L., 2013).
- Supervisión: “La supervisión debe ser garante de que todas estas actividades estén siendo efectuadas y que la intensidad de los esfuerzos realizados sean las mayores” (Valbuena, N. I. L., 2013).

Resumen

Se presenta al lector un informe detallado de Colombiana de Comercio S.A y como ha contribuido a un cambio social y económico desde su creación en el año de 1938; el papel que ha tenido AKT, Kalley, Alkosto y Ktronix en los hogares colombianos y como se ha generado una fuerza de ventas y de empleo representativas para el país. De igual forma se realiza una descripción detallada de los productos ofrecidos y las categorías que en él se consagran.

Ser negociador internacional de la universidad Santo Tomás representa para el mercado laboral un rol basado en la planificación, gestión y desarrollo de operaciones de carácter nacional e internacional. Por tanto, resulta relevante destacar las funciones y responsabilidades que se desempeñaron durante seis meses y los aportes que se pudieron evidenciar en pro de un mejor desarrollo y/o desempeño ante un mercado cada vez más globalizado y demandante de personal competente.

Palabras claves: Mercado, cliente, empresa

Abstract

The reader is presented with a detailed report of Colombiana de Comercio S.A. and how it has contributed to social and economic change since its creation in 1938; the role that AKT, Kalley, Alkosto and Ktronix have played in Colombian homes and how it has generated a representative sales and employment force for the country. Likewise, a detailed description of the products offered and the categories included in it is made.

Being an international negotiator at the University of Santo Tomás implies for the labor market a role based on the planning, management and development of national and international operations. Therefore, it is relevant to highlight the functions and responsibilities that were performed during six months and the contributions that could be evidenced in favor of a better development or performance in an increasingly globalized market and demanding competent personnel.

Key words: Market, client, company

Introducción

El presente trabajo evidencia las prácticas profesionales realizadas en la empresa Colombiana de Comercio S.A durante un periodo de seis meses, las cuales brindaron un primer acercamiento al mercado laboral de un futuro Negociador Internacional de la Universidad Santo Tomás. Corbeta es un distribuidor y mayorista que se posiciona como líder en el país otorgando a sus clientes un amplio portafolio, empresa comprometida en atender el mercado nacional proporcionando a todos los colombianos productos más accesibles.

El periodo de prácticas estuvo supervisado por la gerente de unidad Kelly Sánchez quien desempeña en la empresa actividades ligadas con la coordinación y manejo del área institucional del canal de Medellín (Antioquia). Las prácticas profesionales suponen al estudiante un mayor desarrollo de actitudes relacionadas con el perfil de un trabajador competente, lo cual se consigue por medio de un primer contacto con sectores ya sean públicos o privados.

Objetivos

Objetivo general

Apoyar los procesos comerciales y administrativos en la empresa Colombiana de Comercio S.A sede Medellín durante un periodo de seis meses.

Objetivos específicos

- Plantear nuevas alternativas a los problemas existentes con los clientes.
- Brindar ideas que permitan generar nuevos lazos empresa-consumidor con los mercados desatendidos.
- Efectuar revisiones constantes a las diferentes estructuras de la empresa.

1. Empresa Colombiana de Comercio S.A

Colombiana de Comercio S.A está conformada por Fotón, AKT, Alkosto, Kalley, Corbeta textiles, Mi día y Magenta. Las prácticas empresariales realizadas en Corbeta estuvieron enmarcadas en el canal de electrónica donde se trabajó para institucionales los cuales se encuentran distribuidos en todo Colombia. Corbeta ha estado presente en el mercado colombiano por más de 70 años tal y como lo menciona en su página oficial; ha consolidado una red de negocios pensada en los consumidores. Su portafolio de productos de consumo masivo incluye las líneas de informática, ferretería, hogar, y lubricantes.

Su principal fuerza de ventas se ve representada en 1.000 personas las cuales trabajan para atender a los más de 30.000 clientes de almacenes, ferreterías, minimercados, autoservicios, tiendas y demás.

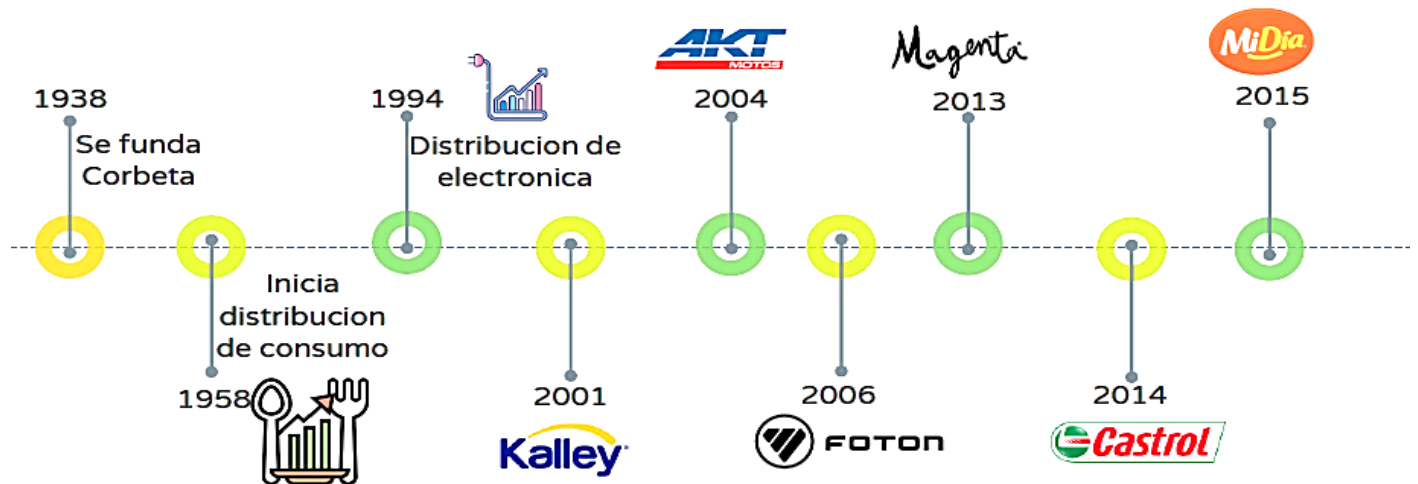
1.1 Portafolio de Corbeta

- Consumo: Distribuye marcas como P&G, Kellogg's, Brinsa y Familia.
- Electrónica: Es el principal aliado en distribuir marcas como Kalley, Samsung, Sony y LG.
- Hogar: Los artículos domésticos principalmente elaborados con plástico, aluminio y cerámica distribuidos por corbeta son Vanyplas, Cristal, Groupe Seb.
- Electrohogar: Con un amplio portafolio de las mejores marcas del mercado destaca Electrolux, Samurai, Black & Decker, Abba, Whirlpool, Samsung, Haceb, Kalley, y más.
- Lubricantes: Cuenta con una gran marca de lubricantes como lo es Castrol, Kenex, Febreeze, Dunlop y Nexen.
- Ferretería: Distribuidor aliado de Corona.

1.2 Historia

Figura 1.

presentación gráfica de la historia de corbета



NOTA. La presente imagen detalla el proceso evolutivo de la empresa, la cual será detallada según corresponda. CORBETA.

1938: Se funda la empresa Corbета S.A en Medellín (Antioquia) con la distribución de telas.

1958: Corbета S.A promueve e inicia la distribución de productos de consumo.

1994: La distribución electrónica se ve enmarcada por productos de audio y video para el mercado colombiano.

2001: Corbета S.A desarrolla su marca propia que lleva por nombre KALLEY de audio, video, informática y electrohogar.

2004: Se desarrolla la marca de motos AKT.

2006: Se genera una apertura en el mercado nacional en el sector automotriz al traer la marca FOTON.

2013: Se desarrolla MAGENTA como marca propia con productos de cuidado personal.

2014: Royal Enfield marca de motos británica empieza a ser distribuida por Corbета S.A.

2014: Apertura de mercado de lubricantes en Colombia con la marca Castrol.

2015: Se crea MIDIA como marca propia de productos de consumo masivo.

1.3 Misión

Colombiana de Comercio - Corbeta S.A. (2022) señala en su página web que se especializan en la comercialización de productos, llegando así a los principales canales de distribución donde presentan excelentes servicios de venta y postventa a los clientes. De igual forma proporcionan resultados rentables y de crecimiento para los consumidores.

1.4 Visión

Colombiana de Comercio - Corbeta S.A. (2022) afirma en su página web que su visión es seguir siendo empresa líder en distribución, por medio de la conformación inteligente del portafolio de líneas y del conocimiento profundo de todos los clientes para satisfacer de la mejor forma las necesidades que se presentan. Lo anterior permitirá proporcionar una adecuada retribución de proveedores, equipo humano y accionistas

1.5 Estructura organizacional

Figura 2.

Estructura organizacional



NOTA. Presentación de la estructura organizacional canal institucional Corbeta sede Medellín. CORBETA.

1.6 Portafolio de productos y servicios

1.6.1 Kalley

Kalley es una marca que pertenece a la firma oficial de Colombiana de Comercio S.A (Corbeta) la cual ha logrado en menos de una década una aceptación en el mercado nacional pues pasó de contar con dos categorías como lo son audio y electrodomésticos menores a expandirse con más de once como lo son televisores, tablets, celulares, ferretería y cuidado personal. La categoría más representativa para sus ventas con una participación que ronda entre el 10% lo tiene el mercado de televisores.

Kalley ha logrado expandirse fuera de las tiendas Alkosto para llegar a 4.200 puntos de venta distribuidos en todo el país, sus líneas son maquiladas en México, Perú y China. Por tal razón sus precios han sido cada vez más competitivos y se han ubicado entre el 10% y 30% por debajo de sus competidores en el mercado (Portafolio, 2014).

El éxito de Kalley según Colombiana de Comercio S.A se debe a sus expectativas de brindarle a los compradores un producto con precios competitivos y de calidad, los cuales son representados en canales formales de comercio.

1.6.1.1. Portafolio de la marca Kalley. Televisores

- Televisores: Televisores desde 24" a 70".
- Complementos para tv: Barras de sonido y DVD.
- Accesorios tv y video: Bases, soporte y decodificadores.

Celulares

- Celulares.
- Accesorios y tabletas: Cables, cargadores, adaptadores, audífonos y manos libres, estuches deportivos, baterías externas y selfie stick.

Electrodomésticos

- Refrigeración: Dispensadores de agua, congeladores y minibares.
- Lavado: lavadoras y lavadoras secadoras.
- Hornos: hornos microondas, hornos tostadores, horno halógeno y vaporizador de alimentos.

- Preparación de alimentos: licuadoras, freidoras de aire, planchas y sartenes eléctricos, cafeteras, batidoras, ollas arroceras y multicocción, sandwicheras y wafleras, exprimidores y extractores.
- Climatización: aires acondicionados, ventiladores, calefactores y purificador de aire.
- Cuidado del hogar: Aspiradoras e hidrolavadoras.
- Cuidado personal: Afeitadoras, depiladoras y planchas para el cabello.

Audio

- Audio: Parlantes y barras de sonido.
- Audífonos: In ear, On ear, deportivos y gaming.
- Accesorios audio: micrófonos, trípodes parlantes, cables, cargadores, adaptadores y manos libres.

Accesorios

- Accesorios computadores: monitores, mouse, teclados y mouse pad.
- Accesorios tv y video: bases, soportes, antenas y decodificadores.
- Accesorios Gamer: teclados, mouse y mouse pad.
- Smartwatch: relojes.
- Accesorios deportivos: estuches deportivos y básculas.

Casa inteligente

- Iluminación y electricidad: bombillos y multitomas inteligentes.
- Cámaras de seguridad: uso exterior.
- Otros dispositivos inteligentes: Air Fryer wifi, purificador de aire, aspiradora robótica wifi y aire acondicionado wifi.

Hogar

- Cocina: ollas a presión y cuchillos.
- Cuidado del hogar: aspiradoras e hidrolavadoras.

Ferretería

- Herramientas manuales: kit de herramientas.
- Herramientas eléctricas: taladros, lijadoras y pulidoras.
- Iluminación: Packs bombillos.

1.6.2 AKT

AKT es una marca de motos colombiana que ensambla sus productos con materias provenientes de países como Japón, Taiwán, Tailandia, Brasil y China, lo cual permite que la

marca cuenta con un apoyo a la industria nacional (AKT, 2022). En el 2004 un grupo de empresarios colombianos pertenecientes a Colombiana de Comercio S.A deciden generar lazos comerciales y estratégicos con comerciantes chinos, lo cual permite a la marca acceder a chasis y motores con precios económicos y competitivos. En la actualidad la marca AKT lleva más de 15 años en el mercado y cuenta con una participación aproximada de 25% en el mercado (AKT, 2022).

1.6.2.1 Portafolio AKT.

Carguero

- Carguero 3W 200
- Carguero 3W 200 carpado
- 6.2.3 AUTOMÁTICAS
- JET 12
- Dynamic K 125
- Dynamic Pro CBS
- Dynamic pro Camuflada
- 6.2.4 SEMIAUTOMÁTICAS
- Special 100
- Special 110 x
- Flex LED 125

Enduro

- TTR 125
- TTR 200
- 6.2.6 AVENTURA
- TT Dual Sport 200
- 6.2.7 CALLE
- NKD 125 LED
- NKD Classic
- NKD Mastech
- NKD EX 73
- CR4 125 UNISHOCK
- CR4 125 SE UNISHOCK
- CR4 162 LED

- CR4 162 SE LED

1.6.3 *Midia*

Midia es una marca colombiana que se ha encargado de distribuir:

- Alimentos como lo son los enlatados, granos, aromáticas, galletas, avena, aceites, lácteos, café, atún y sardinas.
- Aseo: cuidado de ropa, superficie del hogar, cuidado de cocina, guantes, esponjas.
- Cuidado personal: jabones y cremas.

1.7 Aspectos del mercado que atiende

La empresa Colombiana de Comercio S.A está enfocada principalmente a empresas medianas y pequeñas. Las empresas medianas cuentan con un aproximado de 30 hasta 80 trabajadores, sus ventas van desde los 100 millones hasta 200 millones y se dedican a distintos sectores como Agricultura, Industria, Construcción y Servicios. Por otra parte, las pequeñas empresas suelen tener de 6 a 30 trabajadores, sus ingresos no son fijos y su papel es más independiente.

Lo anterior se da en relación a que los precios brindados por Colombiana de Comercio S.A son precios al por mayor por tal razón se enfocan en trabajar con empresas siendo un intermediario y que sean ellas quienes logren llegar al consumidor final. Si bien los productos ofertados por la empresa son los mismos de AKT, Kalley, Alkosto y Ktronix los cuales se mencionaron anteriormente en este apartado es importante resaltar que la empresa al no estar dirigida a consumidor final no aplica las condiciones de día sin IVA; en su lugar cuentan con unas estrategias de descuentos para esos días donde sus clientes pueden adquirir sus productos a un mejor precio y no se vean perjudicados al momento de asumir el IVA.

Por otra parte, AKT, Kalley, Alkosto y Ktronix atienden un mercado distinto, no están enfocados en ser distribuidores de empresas medianas o pequeñas, sino que están encaminados en atender las necesidades de los clientes y consumidores finales. Por tal razón cuentan con puntos físicos (tiendas) distribuidos en todo el país a diferencia de Colombiana de Comercio S.A que cuenta con oficinas, pero no maneja atención en tienda a clientes.

2. Cargo y funciones

Cargo: Aprendiz

Jefe inmediato: Kelly Sánchez

Lugar de trabajo: Colombiana de Comercio S.A (Corbeta)

Sede: Medellín (Antioquia)

El cargo de aprendiz en la empresa Colombiana de Comercio S.A se desempeñó en el área comercial y administrativa. El apoyo que se brindó en la generación de informes de carteta estaba relacionado con contactar primeramente al cliente y hacerle un recordatorio de las facturas pendientes, una vez el cliente envía el comprobante de pago se procedía a ingresar a la plataforma de la empresa la cual tiene la opción de descargar la cartera vencida y consagra información del cliente como nombre de la empresa, NIT, fecha en la que se venció la factura, días de mora y valor de la factura. Después de ello se comunica a los encargados del área de Cartera Medellín donde se envía el pago y se relaciona en el informe la factura de la cual ellos efectúan el pago; esta área de la empresa se encarga de legalizar los pagos. Por otra parte, otra actividad realizada y ligada a cartera estaba enmarcada en realizar los cruces internos cuando la empresa era cliente y proveedor, en este caso Colombiana de Comercio S.A cumplía con el papel de proveedor y de cliente con algunas empresas tal y como sucedía con POSTOBON.

Las cuentas de cobro que se realizaban en algunos casos eran manuales en las cuales se trabajaba un formato sencillo que no se contabilizaba al no ser una factura; donde se relaciona la información de la empresa como Nombre y NIT, el producto que compran, su valor antes y después de IVA. La actividad mencionada anteriormente se realiza solo con clientes de contado cuando van a comprar pues ellos necesitan ingresar cualquier documento a la contabilidad de sus empresas para poder pagar.

Las actividades de factura se realizaban cuando la mercancía era facturada y esta salía a despacho, lo cual generaba automáticamente un envío a los correos de cada asesora comercial la información correspondiente la cual debía hacerse llegar el mismo día a cada cliente; todo esto con la finalidad de tenerlo actualizado y que la trazabilidad del proceso desde el momento de compra esté presente.

En la empresa una de las actividades principales estuvo relacionada con presentar portafolios de los productos según lo solicitado por las empresas con las cuales se tienen relaciones comerciales, donde se evidenciaba el EAN de cada producto, su referencia, imagen, descripción y precio. Actividad que se debía de realizar con todas y cada una de las marcas propias de Colombiana de Comercio S.A y con marcas aliadas.

Figura 3.

Relación de cada información que debía ser pasada al cliente en formato Excel



NOTA. Los precios brindados los clientes de Colombiana de Comercio S.A son menores a los brindados en las páginas web por su naturaleza de ser mayorista. ALKOSTO.

Figura 4.

Información terminada y lista para enviar a cada cliente



PROVEEDOR	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A
NIT	890900943 - 1
CLIENTE	GRUPO CALA
FECHA	18 DE JUNIO 2022

CODIGO EAN	REF	DESCRIPCION	IMAGEN	PRECIO SIN IVA	IVA	PRECIO CON IVA	IMPORTANTE
7705946675338	BSK K-BSK15W	Parlante Con Batería Recargable con Potencia 15 W RMS y 200 W PMPO / Sub Woofer 8" X 2 Unidades / , USB , Micro SD y Radio FM , Luz LED manija		\$ 123.431	19%	\$ 146.883	TENER PRESENTE CONDICIONES COMERCIALES

NOTA. Lo anterior se enviaba al cliente en formato Excel lo cual permite tener un mayor conocimiento de los productos nuevos, su funcionalidad y una comparativa más grande con otras marcas del mercado.

En la empresa algunos clientes solían solicitar información de inventario, en este punto debía de ser descargado y organizado pues era un informe que consagraba mucha información que no resultaba ser relevante para el cliente, se enviaban únicamente columnas con información de EAN, referencia y unidades disponibles. El EAN (o código como se evidencia en la página oficial de Alkosto) cumple con la finalidad de poder tener la referencia exacta que necesita el cliente y conocer el inventario específico de ese producto para poder ser digitado.

Por último, una de las funciones en la empresa fue digitar pedidos una vez el cliente enviaba la orden de compra con toda la información correspondiente como: Nombre de la empresa, NIT, EAN de las referencias a comprar, unidades, valor antes o después de IVA, lugar de entrega y datos de contacto, el paso a seguir era tomar esa orden de compra y validar primeramente que las unidades solicitadas contaran con inventario en las bodegas del país (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla) de las cuales se podía tomar la mercancía y poderlas distribuir. Una vez validada la disponibilidad se procedía a pasar toda la información suministrada por el comprador en un formato de Excel; esta debía de ser enviada a Soporte Comercial para que ellos: apartaran la mercancía, bajara a reserva, se facturara y por último se despachará. El proceso de acompañamiento era continuo y constante desde el momento de enviar una cotización hasta el instante de recibir la mercancía.

3. Aportes

Los aportes brindados durante este proceso de práctica empresarial a Colombiana de Comercio S.A fueron: organización de los clientes, seguimiento y rastreo de pedidos, crear un entorno metódico y propositivo, apoyo al sector comercial del canal institucional de Medellín y acompañamiento continuo a los clientes.

Por otra parte, los aportes a mi formación profesional estuvieron relacionados con el manejo eficiente de tiempo, aprender a distribuir las cargas laborales de distintos rubros, evidenciar las actividades comerciales que requieren mayor atención, acercamiento relacionado con la logística como lo es temas de flete, situación de las vías en Colombia y manipulación de las mercancías.

4. Conclusiones

En conclusión, el presente trabajo evidencia cómo la empresa Colombiana de Comercio S.A desde su creación ha contribuido a un avance continuo de la economía al generar un impulso económico, inversión tecnológica y rentabilidad del sector industrial. Lo anterior le ha permitido trabajar con proveedores del extranjero, generar nuevos vínculos comerciales y ser una fuente de empleo para el país. De igual forma podemos evidenciar qué para un profesional en Negocios Internacionales tener un acercamiento al mundo laboral que cada vez es más competitivo y demandante le permite generar habilidades de comunicación, escucha activa y trabajo en equipo que hacen que su papel en la sociedad sea significativo y globalizado. El trato de los clientes en estos 6 meses estuvo relacionado por un seguimiento diario, donde se llamaba y se visitaba sus sedes (en algunos casos) para solicitar información de facturas de cobro vencidas, resolver problemas de despacho, validar inventario disponible, remitir temas de garantía y ajustes de precios.

5. Recomendaciones

Durante estos 6 meses de formación, acompañamiento y trabajo continuo en la empresa Colombiana de Comercio S.A mi principal recomendación en el canal institucional de Medellín está ligada con el manejo y distribución del tiempo, pues las actividades desempeñadas en este sector de la empresa son comerciales y administrativas lo que requiere una mayor demanda de tiempo tanto en desplazamientos como en atención y seguimiento de la mercancía. Por tanto, un punto de partida importante sería destinar días específicos en los que se haga visita a los clientes para que de este modo no se interfiera con las labores administrativas, por otra parte agendar un horario al día de atención de llamadas y solución de problemas es muy importante debido a que la mayoría de los clientes demandan mucho tiempo y muchas veces no tienen una percepción de horarios claros y suelen realizar llamadas incluso en el único día no laboral para el canal como lo es el domingo.

Una organización del tiempo permite generar conciencia en los clientes y además de ello tener un orden al momento de realizar las funciones, pues cada una de ellas tendrá una jerarquía y ningún sector tanto administrativo y comercial será desatendido al final del día.

Referencias bibliográficas

- AKT Motos. (2022). Comunidad AKT.
https://www.aktmotos.com/?gclid=CjwKCAjws8yUBhA1EiwAi_tpEeaEkJubW1gYsifms9huPvRe7cQnfY-ZWw7RwKrj7b2zQ2hXGNgGZxoCqjsQAvD_BwE
- Boyatzis, R. (1982) “The competent manager” ,New York. Wiley and Sons.
- Colombiana de Comercio S.A (2022). Información general de los productos kalley.
<https://www.kalley.com.co/>
- Colombiana de Comercio S.A. (2022). Información general de Distribuciones Corbeta.
<https://www.corbeta.com.co/>
- Diario El Portafolio. (2014, 23 junio). *Kalley entrará al negocio de teléfonos celulares*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/kalley-entrara-negocio-telefonos-celulares-62934>
- León Valbuena, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(2), 379-389.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>
- Midia. (2022). *Bienvenidos a MiDía* <https://www.midia.com.co/>
- Santos López, F. & Santos de la Cruz, E. (2012). Aplicación práctica de bpm para la mejora del subproceso de picking en un centro de distribución logístico. *Industrial Data*, 15(2), 120-127. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81629470016.pdf>