

Informe práctica empresarial
Organización Corona Compañía Colombiana de Cerámica S.A.S

Andrés Felipe Peñaranda Caviedes

Informe final de prácticas para para optar el título de profesional en Negocios
Internacionales

Tutor
Gonzalo Mayorga Diaz.
Magíster en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga
División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Facultad de Negocios Internacionales
2021

Dedicatoria

A mi mamá María Yadira, mi papá Alejo y mi abuela Isabel, a quienes tengo presente en cada momento de mi vida, y aunque ya no se encuentren físicamente a mi lado, fueron la base fundamental para forjarme como la persona que soy en la actualidad.

A mi familia, por su amor y apoyo a lo largo de este camino, sin ustedes nada de esto sería posible.

A mis amigos, por el acompañamiento y apoyo que me brindaron, su valiosa amistad hizo de esta experiencia la mejor.

Contenido

1.	Informe práctica empresarial Organización Corona Compañía Colombiana de Cerámica S.A.S.....	12
1.1	Justificación	12
1.2	Objetivos.....	12
1.2.1	Objetivo General	12
1.2.2	Objetivos Específicos	12
2.1	Canal Viste tu Casa Corona	14
2.2	Razón Social	14
2.3	Domicilio de la empresa y jefe inmediato	14
2.4	Objeto social	15
2.5	Misión.....	15
2.6	Visión.....	15
2.7	Organigrama	15
2.8	Portafolio de productos	16
2.8.1	División de Baños y Cocinas.....	16
2.8.2	División de Superficies, Materiales y Pinturas	17
2.8.3	División de Insumos Industriales y Energía	17
2.8.4	División de Mesa Servida.....	18
2.8.5	Almacenes Corona	18
2.8.6	Comercial Corona Colombia.....	19
3	Cargo y Funciones	19
3.1	Cargo	19
3.2	Funciones	19
3.2.1	Resultados mes de Marzo.....	19
3.2.1.1	Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades)	21
3.2.1.2	Apoyo en los diferentes proyectos del canal.....	24
3.2.1.3	Apoyo al área comercial en las actividades o reportes varios que se requieran, buscando generar resultados en ventas.....	29
3.2.1.4	Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.	35
3.2.2	Resultados mes de Abril.....	35
3.2.2.1	Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades)	38
3.2.2.2	Apoyo en los diferentes proyectos del canal.....	41

3.2.2.3	Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.	46
3.2.3	Resultados mes de Mayo	46
3.2.3.1	Consulta de ventas en los diferentes aliados comerciales para la gestión de los Freelance	48
3.2.3.2	Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.	49
3.2.4	Resultados mes de Junio	50
3.2.4.1	Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades)	52
3.2.5	Resultados mes de Julio	55
3.2.5.1	Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades)	58
4	Aportes.....	60
4.1	Aportes del practicante.....	60
4.2	Aportes de la empresa	61
4.3	Marco normativo.....	61
5	Recomendaciones	62
6	Conclusiones.....	62
	Referencias	63
	Apéndice.....	64

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Cumplimiento Canal y por Zona Mes Marzo</i>	20
Tabla 2. <i>Cumplimiento otros distribuidores</i>	20
Tabla 3. <i>Productividad Año Freelance</i>	21
Tabla 4. <i>Cumplimiento x Modelo de Ventas</i>	21
Tabla 5. <i>Cumplimiento Acumulado Ene – Abr 2021</i>	35
Tabla 6. <i>Cumplimiento Canal y por Zona Mes Abril</i>	36
Tabla 7. <i>Resultados otros distribuidores mes de abril</i>	36
Tabla 8. <i>Productividad Año Freelance</i>	37
Tabla 9. <i>Cumplimiento x Modelo de Ventas</i>	37
Tabla 10. <i>Cumplimiento Acumulado Ene – May 2021</i>	46
Tabla 11. <i>Cumplimiento Canal y por Zona Mes Mayo</i>	47
Tabla 12. <i>Resultados otros distribuidores mes de mayo</i>	47
Tabla 13. <i>Productividad Año Freelance</i>	48
Tabla 14. <i>Ventas mes de mayo</i>	48
Tabla 15. <i>Estructura básica del reporte diario</i>	49
Tabla 16. <i>Cumplimiento Acumulado Ene – Jun 2021</i>	50
Tabla 17. <i>Cumplimiento Canal y por Zona Mes Junio</i>	50
Tabla 18. <i>Resultados incluyendo otros distribuidores mes de junio</i>	51
Tabla 19. <i>Productividad Año Freelance</i>	52
Tabla 20. <i>Cumplimiento ventas mes de junio</i>	52
Tabla 21. <i>Cumplimiento Acumulado Mar – Jul 2021</i>	55
Tabla 22. <i>Cumplimiento Canal y por Zona Mes Julio</i>	56
Tabla 23. <i>Resultados incluyendo otros distribuidores mes de julio</i>	57
Tabla 24. <i>Productividad Año Freelance</i>	57
Tabla 25. <i>Cumplimiento ventas mes de julio</i>	57

Lista de Figuras

Figura 1. Logo Empresarial.....	13
Figura 2. Organigrama	16
Figura 3. Diseño Plan de Incentivos	22
Figura 4 Diseño Plan de Incentivos	23
Figura 5 Diseño Plan de Incentivos	24
Figura 6. Análisis y Estados de Créditos.....	25
Figura 7. Modelo con información general del crédito.....	26
Figura 8. Modelo detallado con relación de pagos	27
Figura 9 Modelo detallado con relación de pagos	28
Figura 10. Logo Vendo Chat.....	29
Figura 11. Árbol con todas las categorías y subcategorías de productos	30
Figura 12. Total categorías.....	30
Figura 13. Subcategorías	31
Figura 14. Estructura catálogo con las categorías de productos	32
Figura 15. Carpeta compartida de productos	33
Figura 16. Vista principal micrositio	33
Figura 17. Vista Categorías y diferentes productos	34
Figura 18. Vista una vez seleccionado el producto de interés.....	34
Figura 19. Generación de informes de incentivos y apoyo en actividades mes de abril.....	38
Figura 20. Premios.....	39
Figura 21. Incentivo Detallado	40
Figura 22 Incentivo Detallado	41
Figura 23. Detalle de las ventas.....	42
Figura 24. Formato corte de ventas	43
Figura 25. Reporte vendedores pdf	44
Figura 26. Envío reporte vía Whatssap.....	45
Figura 27. Incentivo mes de junio	53
Figura 28 Incentivo mes de junio	54
Figura 29. Plan de referidos	55
Figura 30. Detalle incentivo mes de agosto	58
Figura 31 Detalle incentivo mes de agosto	59
Figura 32 Detalle incentivo mes de agosto	60

Lista de Apéndice

Apéndice A. <i>Desprendible de pago de comisiones (Muestra)</i>	64
Apéndice B. <i>Certificado de finalización</i>	65

Glosario

Freelance: es un anglicismo usado comúnmente para designar un trabajo independiente, autónomo o por cuenta propia. Es aquel que realiza trabajos o tareas puntuales relacionados con su profesión, oficio o especialidad para un tercero.

Por lo general, el freelance recibe su pago en función del trabajo realizado o del servicio prestado, y los contratos suelen limitarse al proyecto o encargo contratado, sin obligación para ninguna de las dos partes de continuar la relación laboral una vez realizado y entregado el trabajo.

Distribuidor: se encarga de vender un producto o servicio, desempeñándose como intermediario entre el productor y el consumidor.

Revestimientos: son las terminaciones superficiales, que otorgan continuidad, sirven de decoración y protección, podría decirse que son la piel que cubre tanto fachadas como paredes interiores de edificios.

Fuerza de ventas: es todos los recursos humanos y materiales que las empresas utilizan para vender. O sea, son los equipos enfocados en vender los productos o servicios de una empresa.

Área de cartera: es responsable de mantener una buena administración de las cuentas por cobrar, el otorgamiento del crédito se realizará bajo un estudio previo a todos los solicitantes, con el fin de disminuir el riesgo de posibles pérdidas; asimismo, se facilitarán diversas técnicas que permitan la consecución de los objetivos.

Trade Marketing: se puede definir como el conjunto de operaciones comerciales y de merchandising desarrolladas por una compañía. Se trata de una actividad orientada a desarrollar los procesos que buscan mejorar los resultados comerciales mediante acciones coordinadas de ventas y promociones que harán que el consumidor adquiera los productos ofrecidos en el punto de venta.

Resumen

El desarrollo de esta práctica empresarial tiene como objetivo fortalecer las competencias profesionales enfocadas a la gestión comercial y de internacionalización para lograr el desempeño profesional, aplicando los conocimientos específicos de la carrera, conocer un ámbito de la realidad del país, fortalecer la formación ética y resolver los desafíos profesionales que se presenten.

A continuación, podrá conocer detalladamente cada una de las actividades realizadas dentro del Canal de Ventas Viste tu Casa de la Organización Corona, multinacional con presencia en todo el continente americano, así como sus líneas de productos de acuerdo a cada una de sus divisiones de Mesa Servida, Baños y Cocinas, Superficies materiales y pinturas, Insumos Industriales y Energía, Almacenes Corona y Comercial Corona Colombia. En ese sentido se podrá evidenciar cada uno de los aportes del practicante a la compañía en el ejercicio de cada una de sus funciones.

Palabras clave: freelance, distribuidor, revestimientos, fuerza de ventas, área de cartera, trade marketing.

Abstract

The development of this business practice aims to strengthen professional skills focused on commercial management and internationalization to achieve professional performance, applying the specific knowledge of the career, knowing an area of the reality of the country, strengthening ethical training and solving professional challenges that arise.

Below, you will be able to know in detail each of the activities carried out within the Viste tu Casa Sales Channel of the Corona Organization, a multinational with a presence throughout the American continent, as well as its product lines according to each of its Table divisions Served, Bathrooms and Kitchens, Material surfaces and paintings, Industrial Supplies and Energy, Almacenes Corona and Comercial Corona Colombia. In this sense, each of the contributions of the practitioner to the company in the exercise of each of their functions can be evidenced.

Keywords: freelance, distributor, coatings, sales force, portfolio area, trade marketing.

Introducción

El siguiente informe tiene como principal enfoque dar a conocer las experiencias obtenidas dentro del desarrollo de cada una de las funciones asignadas por parte de la Gerencia Comercial del Canal VTC, evidenciando la aplicación de conocimientos y habilidades aprendidas a lo largo de los ocho semestres de formación en el aula de clase.

Además, este informe incluye la información necesaria para identificar el interés por parte de la compañía de contribuir al desarrollo profesional y laboral del estudiante en práctica universitaria, determinante en los aportes del practicante para el mejoramiento continuo de la compañía.

1. Informe práctica empresarial Organización Corona Compañía Colombiana de Cerámica S.A.S

1.1 Justificación

Con el fin de llevar a cabo la práctica empresarial como opción de grado y de acuerdo a la oportunidad ofrecida por la multinacional CORONA, se ha tomado la decisión de realizarlas en esta compañía, ya que esta organización desarrolla su actividad económica basada en operaciones de producción, comercialización, distribución y exportación de productos y materiales de construcción y relacionados, lo cual permite poner en práctica y aplicar los conocimientos adquiridos en la academia y crecer de manera profesional, aportando la mayor disposición en las tareas y actividades asignadas para cooperar en el crecimiento de la compañía.

1.2 Objetivos

1.2.1 *Objetivo General*

Apoyar la estrategia comercial de crecimiento y expansión de proyectos que el Canal VTC exige bajo la nueva dinámica Comercial de estructuración del modelo de Productividad, Desarrollo del Proyecto de aliados financieros y comerciales a fin de apoyar las estrategias de crecimiento. Conocer el modelo comercial de Freelance, el comportamiento del mercado buscando generar nuevas iniciativas de expansión e internacionalización del canal.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

1. Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.

2. Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades).
3. Apoyo en los diferentes proyectos del canal.
4. Reporte ventas vs aliados financieros.
5. Consulta de ventas en los diferentes aliados comerciales para la gestión de los Freelance.
6. Apoyo al área comercial en las actividades o reportes varios que se requieran, buscando generar resultados en ventas.

2. Perfil de la empresa

Figura 1. *Logo Empresarial*



Adaptado de Imágenes Corona (2021)

La organización Corona 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.

2.1 Canal Viste tu Casa Corona

“Transformamos Vidas y Cumplimos los Sueños de Muchos Hogares Colombianos”

Adaptado del Informe de Sostenibilidad Corona 2021 (Corona, 2021)

Viste tu Casa es un canal de ventas inclusivo que nació hace 14 años como parte del compromiso e interés de Corona por mejorar las condiciones de vivienda y la calidad de vida de consumidores de estratos 1 y 2 de las principales ciudades de Colombia. Viste Tu Casa ayuda a los colombianos de bajos recursos a cumplir el sueño de mejorar las condiciones de sus viviendas al ofrecer puerta a puerta, a través de una fuerza de ventas totalmente 100% freelance y algunos distribuidores como Jamar y Multintegral, los productos de la compañía para el mejoramiento del hogar.

2.2 Razón Social

La sociedad dentro de la Organización Corona en la cual se encuentra el canal se designa como Compañía Colombiana de Cerámica S.A.S

2.3 Domicilio de la empresa y jefe inmediato

Teléfono: (57) 321 440 23 94

E-mail: igomez@corona.com.co

Dirección: Cra. 48 #72 Sur 01 Edificio Administrativo, Sabaneta, Antioquia

Jefe Inmediato: Ivonne Maritza Gómez Nieto

2.4 Objeto social

La manufactura y comercialización de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y el sector de energía.

2.5 Misión

Somos una compañía multinacional enfocada en el sector de la construcción, que provee soluciones completas a sus clientes y consumidores. Atraemos el mejor talento y promovemos el desarrollo y el bienestar de nuestros colaboradores. Ayudamos a mejorar las condiciones de vida en nuestras zonas de influencia mejorando vidas y transformando espacios. Adaptado del Informe de Sostenibilidad Corona 2021 (Corona, 2021)

2.6 Visión

Corona será una multinacional diversificada, enfocada en soluciones y productos para el mejoramiento del hogar y la construcción nueva, especialmente en las Américas, generando valor compartido en términos económicos, sociales y ambientales. Adaptado del Informe de Sostenibilidad Corona 2021 (Corona, 2021)

2.7 Organigrama

Canal Viste tu Casa

Figura 2. Organigrama

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

2.8 Portafolio de productos

2.8.1 División de Baños y Cocinas

La División de Baños y Cocinas está dedicada al desarrollo y fabricación de productos que conforman soluciones integrales para baños y cocinas. Opera tres plantas de producción en Colombia, dos en Estados Unidos, tres en Centro América, tres en México que cuentan con tecnología de punta y cumplen con los más altos estándares de calidad para ofrecer a sus clientes y consumidores los mejores productos con el respaldo de las marcas Corona, Grival, American Standard, Ambiance, Mansfield, Orchid Ceramics y Vortens. Ofrece una gran variedad de productos que incluyen aparatos sanitarios, lavamanos, accesorios, asientos sanitarios, griferías, duchas, herrajes, muebles, elementos de plomería y gasfitería y cocinas.

2.8.2 *División de Superficies, Materiales y Pinturas*

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.

2.8.3 *División de Insumos Industriales y Energía*

Esta División está compuesta de dos negocios. El negocio de Insumos Industriales produce insumos y materias primas para las industrias de cerámica, vidrio, pintura y agricultura. Es una fuente de competitividad para sus clientes ofreciendo un suministro de insumos y minerales estable y de un alto nivel de desempeño. A su vez, el negocio de Energía de esta División fabrica y comercializa de productos y soluciones para las empresas y distribuidores del sector de energía eléctrica e industrial, y es el distribuidor para Colombia de la línea de productos para protección y maniobra de media y alta tensión de Hyundai. Comercializa sus productos en EEUU a través de Gamma Insulators y desde el 2013 participa en el negocio de refractarios a través de la adquisición de la Empresa de Refractarios Colombianos (Erecos).

2.8.4 División de Mesa Servida

La División de Mesa Servida es uno de los fabricantes más antiguos y reconocidos de vajillas de Colombia y Latinoamérica, así mismo comercializa cristalería y cubertería para completar su oferta para la mesa servida. Produce y comercializa tres líneas de productos a través de las marcas Vajillas Corona e lc (en México y Argentina): una para el hogar con múltiples y variadas colecciones, otra institucional dirigida a atender el mercado de hoteles y restaurantes, y una de Mugs, además de productos exclusivos para marcas europeas como Churchill y Arovo. Desde el 2013 es el distribuidor exclusivo del portafolio institucional de la marca portuguesa Vista Alegre en Colombia. Los principales destinos de exportación de la marca Vajillas Corona son México, Brasil, Perú y Argentina. La División de Mesa Servida también exporta a Centro América, Venezuela y Ecuador principalmente la línea de Hogar. Así mismo, a través de comercializadoras en México y Estados Unidos llega a dichos mercados con la línea Institucional.

2.8.5 Almacenes Corona

Almacenes Corona es la unidad comercial de Corona que comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos, amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con 38 puntos de venta a nivel nacional que además de vender la más amplia gama de productos Corona y de las mejores marcas nacionales e internacionales se especializa en la ejecución de proyectos completos haciendo más simple la remodelación, aportando valor agregado a los consumidores, facilitando este proceso por medio de asesoría personalizada, diseño computarizado, alternativas de pago y financiación, entrega a domicilio y garantía.

2.8.6 Comercial Corona Colombia

Comercial Corona Colombia es la Unidad Comercial encargada de las fuerzas de ventas para las Divisiones de Negocios de Baños y Cocinas y de Superficies, Materiales y Pinturas – las dos divisiones de Corona de productos de acabados para la construcción – en Colombia con el objeto de atender a los clientes y consumidores de Corona de una manera más integral y con los más altos niveles de servicio.

3 Cargo y Funciones

3.1 Cargo

Estudiante en práctica universitaria

3.2 Funciones

Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.

Semanalmente todos los integrantes del equipo comercial del Canal nos reunimos para hacer seguimiento al resultado de ventas y a partir del análisis de esos resultados decidir y tomar ciertas acciones para que la operación se encamine al cumplimiento de cada uno de los objetivos que nos vamos trazando es dichas reuniones.

Para dichas reuniones es necesario la elaboración de reportes comerciales que nos permiten evidenciar los siguientes resultados:

3.2.1 Resultados mes de Marzo

**Las siguientes cifras se encuentran en miles de pesos colombianos:*

Tabla 1. *Cumplimiento Canal y por Zona Mes Marzo*

ZONA	COLOCACION \$	VENTAS \$	PRESUPUESTO	PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PPTO
ZONA CENTRO	\$ 123.998	\$ 124.511	\$ 132.752	\$ 157.009	79%	94%
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 318.543	\$ 366.116	\$ 184.752	\$ 259.501	141%	198%
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 289.530	\$ 279.192	\$ 254.248	\$ 178.949	156%	110%
Total general	\$ 732.072	\$ 769.819	\$ 571.751	\$ 595.460	129%	135%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de marzo de la empresa Corona (Corona 2021)

Como podemos observar en la tabla en el mes de marzo en las Zonas Costa y Suroccidental estuvimos por encima del cumplimiento tanto del plan de ventas como del presupuesto mostrando la efectiva operación comercial de la fuerza de ventas de estas zonas, pero por el contrario en la Zona Centro no se logra ese cumplimiento por lo que se toman acciones por medio de un plan de incentivos que se implementa para el mejoramiento en los resultados de ventas de la zona pero que también se aplicará en las otras zonas para mantener e incrementar esos buenos resultados que se han obtenido, dicho plan se encuentra detallado más adelante.

A continuación, podemos observar los resultados incluyendo otros distribuidores:

Tabla 2. *Cumplimiento otros distribuidores*

MODELO FDV	MAR 2021	
	Colocación	Ventas \$
Ventas VTC	732.072	769.819
OTRAS VENTAS DISTRIBUIDOR	14.849	-63.655
JAMAR	14.849	11.694
MULTIINTEGRAL	0	-75.349
TOTAL VENTAS CANAL	746.921	706.164

Adaptado de Informe de Ventas del mes de marzo de la empresa Corona (Corona 2021)

Tabla 3. *Productividad Año Freelance*

MODELO FDV	AGO 2020	Sept 2020	OCT 2020	NOV 2020	DIC 2020	ENE 2021	FEB 2021	MAR 2021
Ventas	192.536	265.212	379.159	416.283	407.566	380.373	420.950	559.883
No. Freelance	36	41	57	66	73	74	73	86
Productividad	5.348	6.469	6.652	6.307	5.583	5.140	5.766	6.510

Adaptado de Informe de Ventas del mes de marzo de la empresa Corona (Corona 2021)

En esta tabla podemos observar como a lo largo de los meses se ha venido incrementando la fuerza de ventas freelance, reflejando así la efectividad de los planes de cada una de las jefes por atraer más personas y vincularlas al Canal con dicho modelo comercial.

Tabla 4. *Cumplimiento x Modelo de Ventas*

ZONA	VENTAS FDV FREELANCE	NRO FDV FREELANCE	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION	VENTAS FDV DISTRIBUIDOR
ZONA CENTRO	\$ 124.511	16	\$ 7.782	\$ 0
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 185.286	32	\$ 5.790	\$ 180.652
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 250.087	38	\$ 6.581	\$ 0
Total general	\$ 559.883	86	\$ 6.510	\$ 180.652

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

En la tabla podemos observar los buenos resultados de la dinámica comercial implementada por el canal a fin de obtener resultados positivos.

3.2.1.1 Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades). Con fin de incrementar las ventas en las zonas (en especial las de la zona Centro como lo mencionaba anteriormente) y motivar a la fuerza de Ventas para poder mejorar los resultados en l desde el equipo comercial diseñamos y lanzamos el siguiente Plan de Incentivos:

Figura 3. *Diseño Plan de Incentivos*

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

El plan consiste en poner unas metas de ventas individuales a cada uno de los vendedores de acuerdo al promedio de los resultados de ventas en los meses anteriores, por el cumplimiento de dicha meta se obtendrá un premio, cada una de las condiciones para poder participar se podrán observar a continuación, así como los respectivos premios:

Figura 4 *Diseño Plan de Incentivos*

Figura 5 *Diseño Plan de Incentivos*

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

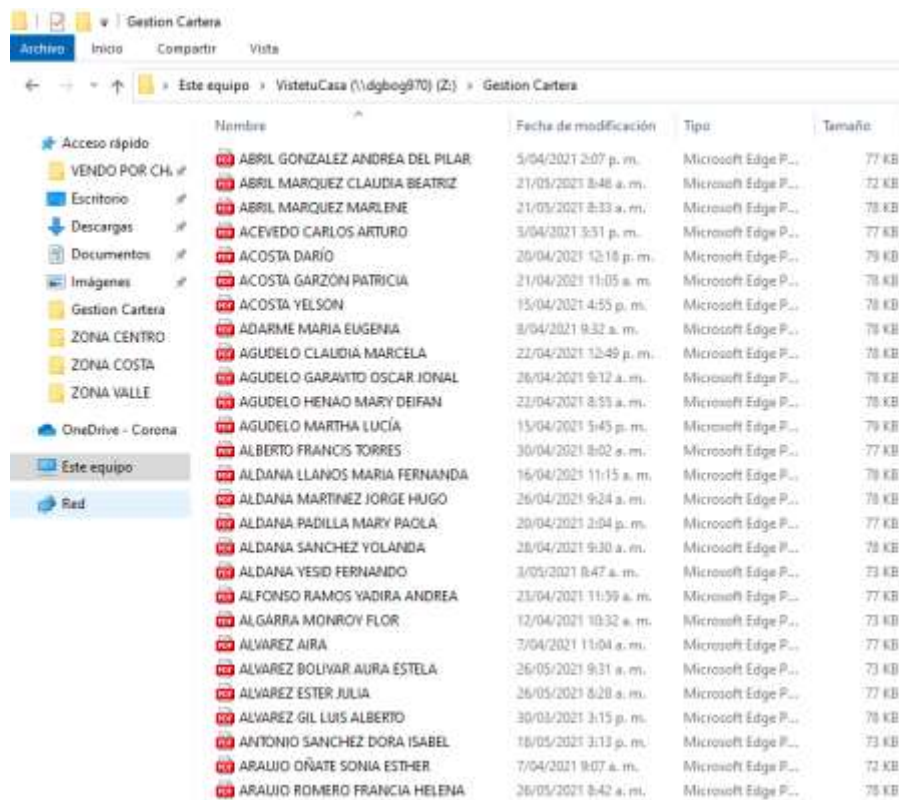
3.2.1.2 Apoyo en los diferentes proyectos del canal. *Análisis y Estados de Créditos.*

Debido a una represión en el número de reclamaciones de clientes que solicitan información sobre sus estados de créditos a la línea de atención de Colceramica 018000512030 y al estar expuestos a sanciones, demandas, daño reputacional y hasta la cárcel para el representante legal, la Jefe Nacional de Operaciones me pide apoyar el Área de Cartera para la gestión de dichas reclamaciones mediante el análisis y generación de estados de créditos, para poder realizar dichas actividades fue necesaria la capacitación en SAP Corona y SAP Vanti (Aliado financiero para dichos créditos), durante tres semanas tenía el reto a gestionar como mínimo 25 reclamaciones diarias, una vez pasada estas semanas logramos normalizar la operación pero me manifiestan la necesidad de seguir apoyando diariamente la gestión con un mínimo de 10 reclamaciones diarias para lograr mantenerla y no caer en nuevas represiones de estas solicitudes.

A la fecha de finalización de las prácticas logré gestionar y elaborar más de 2.000 estados de créditos mediante el análisis de la información de los sistemas de las dos empresas, el control

y el archivo de dicha gestión lo voy llevando en la siguiente carpeta y donde por nombres se puede observar el número de clientes que he logrado atender:

Figura 6. Análisis y Estados de Créditos



Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
ABRIL GONZALEZ ANDREA DEL PILAR	5/04/2021 2:07 p. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ABRIL MARQUEZ CLAUDIA BEATRIZ	21/05/2021 8:46 a. m.	Microsoft Edge P...	72 KB
ABRIL MARQUEZ MARLENE	21/05/2021 8:33 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ACEVEDO CARLOS ARTURO	3/04/2021 3:31 p. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ACOSTA DARIO	20/04/2021 12:18 p. m.	Microsoft Edge P...	79 KB
ACOSTA GARZON PATRICIA	21/04/2021 11:05 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ACOSTA YELSON	15/04/2021 4:55 p. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ADARME MARIA EUGENIA	8/04/2021 9:32 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
AGUDELO CLAUDIA MARCELA	22/04/2021 12:49 p. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
AGUDELO GARAYTO OSCAR IONIAL	26/04/2021 9:12 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
AGUDELO HENAO MARY DEIFAN	22/04/2021 8:53 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
AGUDELO MARTHA LUCIA	15/04/2021 5:45 p. m.	Microsoft Edge P...	79 KB
ALBERTO FRANCIS TORRES	30/04/2021 8:02 a. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ALDANA LLANOS MARIA FERNANDA	16/04/2021 11:15 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ALDANA MARTINEZ JORGE HUGO	26/04/2021 9:24 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ALDANA PADILLA MARY PAOLA	20/04/2021 2:04 p. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ALDANA SANCHEZ YOLANDA	28/04/2021 9:30 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ALDANA YESID FERNANDO	3/05/2021 8:47 a. m.	Microsoft Edge P...	73 KB
ALFONSO RAMOS YADIRA ANDREA	23/04/2021 11:59 a. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ALGARRA MONROY FLOR	12/04/2021 10:32 a. m.	Microsoft Edge P...	73 KB
ALVAREZ AIRA	7/04/2021 11:04 a. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ALVAREZ BOLIVAR AURA ESTELA	26/05/2021 9:31 a. m.	Microsoft Edge P...	73 KB
ALVAREZ ESTER JULIA	26/05/2021 8:28 a. m.	Microsoft Edge P...	77 KB
ALVAREZ GIL LUIS ALBERTO	30/03/2021 3:15 p. m.	Microsoft Edge P...	78 KB
ANTONIO SANCHEZ DORA ISABEL	18/05/2021 3:13 p. m.	Microsoft Edge P...	73 KB
ARAUJO OÑATE SONIA ESTHER	7/04/2021 9:07 a. m.	Microsoft Edge P...	72 KB
ARAUJO ROMERO FRANCIA HELENA	26/05/2021 8:42 a. m.	Microsoft Edge P...	78 KB

Hay dos modelos de estados de crédito de acuerdo a la información solicitada por el cliente en la reclamación, uno de ellos solo contiene información general del crédito puesto que en este se evidencia toda la información que se requiere, y otro que contiene el detalle de la relación de pagos por solicitud directa del cliente y donde es necesario buscar toda la información en los archivos de recaudos del canal mes por mes y así poder suministrar la información de manera completa, a continuación se pueden observar el ejemplos de dichos modelos:

Figura 7. Modelo con información general del crédito



Bogotá, 21 de abril de 2021

Señor(a)
RIVEROS RIOS LUIS ANDRES
Presente

Asunto: **Estado Crédito y Detalle de Pagos**

Estimada Cliente:

Para Corona y el programa Viste Tu Casa es un gusto apoyarlo en el sueño de complementación de su vivienda, para seguir con esta gestión apoyando su vivienda y las de miles de familias que comparten el mismo sueño.

A continuación, le informamos el estado actual de su obligación con Viste Tu Casa Corona:

No. Crédito	4001908041
Fecha Crédito	Julio/2019
1er Abono	Septiembre/2019
Valor Crédito	2.687.219
No. de Cuotas	36
Valor cuota	74.645
Valor abonado 19 cuotas	1.418.255
Saldo 17 cuotas	1.267.824

Para el programa "VISTE TU CASA CORONA" es muy grato contar con personas como usted que a través de sus comunicaciones nos permite mejorar la calidad de nuestro servicio, por eso trabajamos constantemente por entregar y dar solución a sus necesidades en el menor tiempo posible

Cordialmente,

Departamento de Cartera Corona VTC

Línea Nacional de Atención al Cliente Colcerámica S.A.S 018000512030.

Fuente: Corona (2021)

Figura 8. Modelo detallado con relación de pagos



Bogotá, 26 de mayo de 2021.

Señor(a)
MIGUEL ANTONIO MONTENEGRO PULIDO
 Presente

Asunto: Estado Crédito y Detalle de Pagos

Estimado Cliente:

Para Corona y el programa Viste Tu Casa es un gusto apoyarlo en el sueño de complementación de su vivienda, para seguir con esta gestión apoyando su vivienda y las de miles de familias que comparten el mismo sueño.

En atención a su solicitud radicada a través de la línea de atención al cliente de Colceramica S.A.S, por parte del Sr. Miguel Antonio Montenegro Pulido, con fecha 11 de mayo de 2021, según radicado 3261489; nos permitimos dar respuesta de la siguiente forma:

A continuación, le informamos el estado actual de su obligación con Viste Tu Casa Corona, el cual se encuentra en:

No. Crédito	4000978979
Fecha Crédito	Febrero/2018
Fecha 1er abono	Mayo/2018
Valor Crédito	3.451.324
No. de Cuotas	36
Valor cuota	95.861
Valor abonado 36 cuotas	3.451.324
Saldo 00 cuotas	0

Anexo detalle de los pagos que se han efectuado a través de la factura de Gas Natural vinculada a la póliza No. 4251925 cuenta contrato 60226752 por el concepto 307 (Recaudo Terceros):

DETALLE DE PAGOS

No.	Valor Cuota	No. Factura	Fecha
1	\$95.861	E181552380	may-18
2	\$95.861	E181952498	jun-18
3	\$95.861	E182354933	jul-18
4	\$95.861	E182761007	ago-18
5	\$95.861	E183169942	sep-18
6	\$95.861	E183576591	oct-18

Línea Nacional de Atención al Cliente Colceramica S.A.S 018000512030.

Fuente: Corona (2021)

Figura 9 Modelo detallado con relación de pagos

7	\$95.861	E183988145	nov-18
8	\$95.861	E184402481	dic-18
9	\$95.861	E184821072	ene-19
10	\$95.861	E190394130	feb-19
11	\$95.861	E190816812	mar-19
12	\$95.861	E191242107	abr-19
13	\$95.861	E191669366	may-19
14	\$95.861	E192096892	jun-19
15	\$95.861	E192525246	jul-19
16	\$95.861	E192958024	ago-19
17	\$95.861	E193392469	sep-19
18	\$95.861	E193831207	oct-19
19	\$95.861	E194272619	nov-19
20	\$95.861	E194713078	dic-19
21	\$95.861	E195158758	ene-20
22	\$95.861	E200420164	feb-20
23	\$95.861	E200866478	mar-20
24	\$95.861	H200062945	abr-20
25	\$95.861	E201324105	may-20
26	\$95.861	E201726638	jun-20
27	\$95.861	E202176397	jul-20
28	\$95.861	E202627566	ago-20
29	\$95.861	MIGRACION SGC	sep-20
30	\$95.861	CO30702092020	oct-20
31	\$95.861	CO30701112020	dic-20
32	\$95.861	CO30701122020	ene-21
33	\$95.861	CO30701012021	feb-20
34	\$95.861	CO30701022021	mar-20
35	\$95.861	CO30701032021	abr-20
36	\$95.861	CO30701042021	may-20

Para el programa "VISTE TU CASA CORONA" es muy grato contar con personas como usted que a través de sus comunicaciones nos permite mejorar la calidad de nuestro servicio, por eso trabajamos constantemente por entregar y dar solución a sus necesidades en el menor tiempo posible

Cordialmente,

Línea Nacional de Atención al Cliente Colceramica S.A.S 018000512030.

Fuente: Corona (2021)

3.2.1.3 Apoyo al área comercial en las actividades o reportes varios que se requieran, buscando generar resultados en ventas.

Figura 10. Logo Vendo Chat



Adaptado de Imágenes Vendo por Chat (2021)

Desde la vicepresidencia comercial se solicita al canal la búsqueda de modelos y estrategias comerciales que generen un incremento importante en los resultados de la fuerza de ventas Freelance mediante plataformas en línea, y es ahí donde nace el Proyecto Vendo por Chat “VPC”, que es un ecosistema digital que brinda soluciones para que las ventas a través de redes sociales y el chat se hagan de una forma eficiente y profesional.

Una solución que le permitirá al canal digitalizar a la fuerza de ventas, medir su gestión comercial, mejorar su productividad en las ventas generadas a través de chats y la posibilidad de conectarlos con sus clientes de una forma fácil y eficiente.

En ese sentido desde Trade Marketing solicitan mi apoyo para la gestión en la consecución de las descripciones, ventajas, imágenes y precios de cada uno de los productos que serán montados al micrositio de VPC, para esto fue necesaria mi capacitación en la plataforma corporativa de Marcas Corona y sitios en línea de la organización, una vez finalizado este proceso debí supervisar que todo se viera de manera correcta en la plataforma con el fin de minimizar cualquier anomalía en el futuro.

Se realizó un archivo de un árbol con todas las categorías y subcategorías con el fin de poder mostrar la información de manera filtrada y más sencilla para un total de 530 productos, a continuación, se puede observar el formato de dicho archivo:

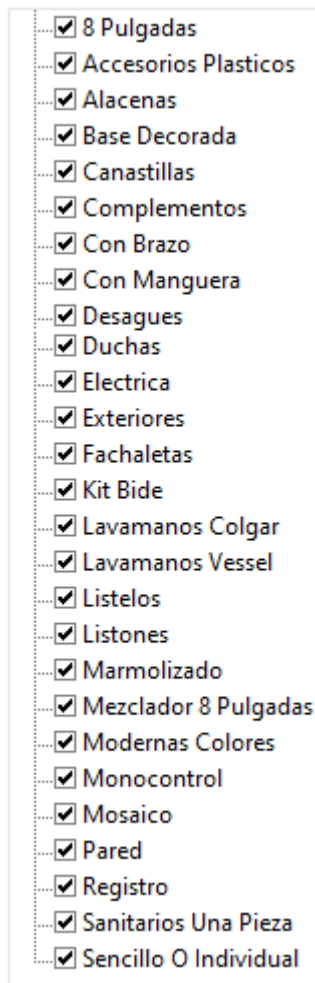
Figura 11. Árbol con todas las categorías y subcategorías de productos

	B	C	D	E	F
1	CATEGORIA	clada	cladadad	Material	Desc Material
9	Sanitarios	Sanitarios Una Pieza	Sanitarios & Combos	O29091001	SANITARIO MONTECARLO NOVO HET RD BCO
10	Sanitarios	Sanitarios Una Pieza	Sanitarios & Combos	O29091031	SANITARIO MONTECARLO NOVO HET RD BNE
26	Sanitarios	Sanitarios Una Pieza	Sanitarios & Combos	O29161001	SANITARIO MONTECARLO NOVO HET AL BCO
29	Sanitarios	Sanitarios Una Pieza	Sanitarios & Combos	O29161031	SANITARIO MONTECARLO NOVO HET AL BONE
30	Sanitarios	Sanitarios Una Pieza	Sanitarios & Combos	O29201001	SANITARIO MONTECARLO ADVANCE RD EN CJ
35	Pisos	Exteriores	Revestimientos	458572791	PISO SAN MARINO MULTICOLOR CU
36	Paredes	Fachaletas	Revestimientos	416021791	FACHALETA ANTRACITA MULTICOLOR CD
37	Paredes	Modernas Colores	Revestimientos	436849271	PARED ARCOIRIS ROJO CU
38	Paredes	Marmolizado	Revestimientos	454399601	PARED DUOMO NEGRO CD
39	Muebles Para Cocinas	Alacenas	Cocinas & Areas Servicio	612506021	ALACENA OSLO
41	Muebles Para Cocinas	Alacenas	Cocinas & Areas Servicio	AM0006781	ALACENA SAVONA
42	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O12901001	LAVAMANOS CASCADE VESSEL
43	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O12901061	LVM CASCADE MATE ARENA EN CJ
44	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O12901541	LVM CASCADE MATE GRIS ANTIQUE EN CJ
51	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O12901761	LVM CASCADE MATE TAUPE EN CJ
52	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O14761031	LVM SPAZIO II SIN DES
53	Lavamanos	Lavamanos Vessel	Lavamanos & Muebles Para Bañ	V01003001	LVM ARIA CON DES
54	Lavamanos	Lavamanos Colgar	Lavamanos & Muebles Para Bañ	O73391001	LVM ACUACER BCO
55	Griferías Para Lavaplatos	8 Pulgadas	Griferías	435080001	CJ GF LVP 8P DALIA
57	Griferías Para Lavaplatos	Pared	Griferías	517000001	SUBCJ GF LVP SENC PARED FONTANA
58	Griferías Para Lavaplatos	Sencillo O Individual	Griferías	545040001	CJ LVP GF SENC PISCIS PICO CISNE

El total de categorías fueron las siguientes:

Figura 12. Total categorías

- ☒ Complemento Plomería
- ☒ Decorados
- ☒ Desagues Y Sifones
- ☒ Griferia Duchas
- ☒ Griferia Lavamanos
- ☒ Griferías Para Lavaplatos
- ☒ Lavamanos
- ☒ Muebles Para Cocinas
- ☒ Paredes
- ☒ Pisos
- ☒ Sanitarios

Figura 13. *Subcategorías*

Una vez teniendo el catálogo con las categorías de productos empecé la consecución de las descripciones, ventajas, imágenes y precios todos productos, dicha tarea la realicé subiendo toda la información a un archivo que constantemente estaba compartiendo con el equipo comercial del canal y de VPC, cada una de las imágenes de los productos iban siendo agregadas a una carpeta compartida para lograr mayor facilidad al momento de subirlas al micrositio. A continuación, se observa la estructura de dicho archivo:

Figura 14. Estructura catálogo con las categorías de productos

	B	C	D	E
1				
2				
3	Categoría Nivel 1	Categoría Nivel 2	Categoría Nivel 3	Nombre del Producto (Máximo 50 caracteres)
23	Cocinas & Areas Servicio	Muebles Para Cocinas	Cocinas Listas Para Armar	MUEBLE SUP COMPLETO COCINA OSLO 1.50
101	Griferías	Griferías Para Lavaplatos	Sencillo o individual	CJ LVP GF SENC GALAXIA PICO CISNE
105	Griferías	Griferías Para Lavaplatos	8 pulgadas	CJ GF LVP 8P PISCIS PICO CISNE
129	Griferías	Grifería Duchas	ELECTRICA	DH ELECTRICA 110V MEGADUCHA
145	Griferías	Grifería Lavamanos	Accesorios Cer.	ACCESORIOS ASTRO AZUL CIELO
148	Griferías	Grifería Lavamanos	Accesorios Cer.	ACCESORIOS ASTRO VERDE CLARO
147	Griferías	Grifería Lavamanos	Accesorios Cer.	ACCESORIOS ALLEGRO BLANCO

	Referencia	Descripción del Producto (Máximo 360 caracteres)	Multimedia Mensaje Multimedia Ingresa el nombre del archivo que deseas cargar, recuerda que debe coincidir con el nombre del archivo del producto que adjuntas	Precio (Máximo 12 caracteres)
23	861656021			\$560.890
101	505080001	Resistente a la corrosión, pelado y decoloración por agua. Recubrimientos no tóxicos. Condición de servicio recomendada, uso doméstico. Elaborado en resina de alta ingeniería, soporta altas presiones y temperatura elevadas. Genera un chorro de agua espumoso, agradable al tacto y a la vista, ahorra.	Agregado en carpeta	\$71.896
105	545060001	Elaborado en resina de alta ingeniería, soporta altas presiones y temperatura elevadas. Genera un chorro de agua espumoso, agradable al tacto y a la vista, ahorra agua. Acabado brillante, brinda la apariencia de material acero.	agregado en carpeta	\$93.390
129	734250001	Ducha eléctrica con certificación RETIE fabricado en aleaciones de cobre, acero, plata, níquel, cromo, aluminio, elastómeros y termoplásticos. 3 temperaturas (FRÍO, TIBIO Y CALIENTE) es posible alcanzar la temperatura ideal y tener el consumo de energía eléctrica de acuerdo a la necesidad. En días y/o regiones más frías, se puede disfrutar de agua caliente en la	agregado en carpeta	\$68.090
145	O68031111	Kit de accesorios para baño con diseñados para brindar orden y elegancia al baño, terminación resistente y duradera. Producto de fácil limpieza e instalación.		\$39.490
146	O68031411	Kit de accesorios para baño con diseñados para brindar orden y elegancia al baño, terminación resistente y duradera. Producto de fácil limpieza e instalación.		\$39.490
		Juego de accesorios en porcelana sanitaria, brindando un toque de	agregado en carpeta	\$10.590

En la siguiente captura de imagen se evidencia la carpeta compartida donde se iban agregando cada una de las imágenes conseguidas para ser subidas a la plataforma (se recolectaron más de 1.800 fotos de los productos desde Marcas Coronas):

Figura 15. Carpeta compartida de productos

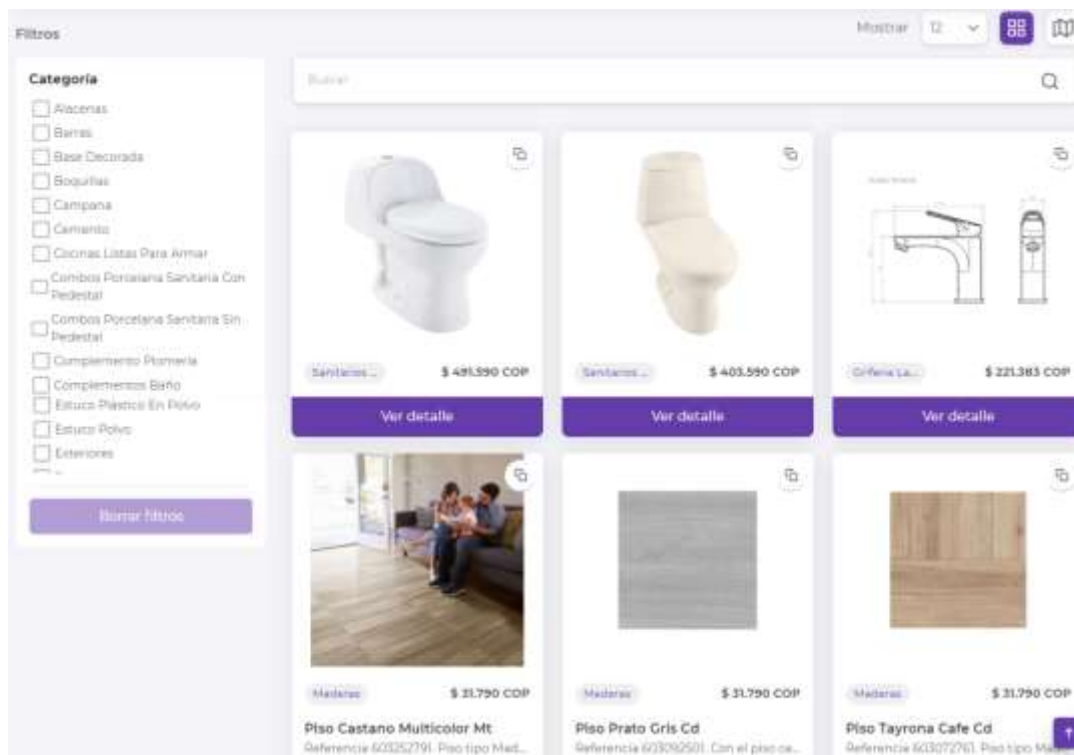
Mis archivos > Fotos > vtc fotos

	Nombre ▾	Modificado ▾	Modificado por ▾	Tamaño de arch... ▾	Compartir
	1 Base+Plantilla Corona.xlsx	14 de mayo	Cristian Esteban Rojas ...	449 KB	 Compartido
	114751001.jpg	11 de mayo	Andres Felipe Penaran...	343 KB	 Compartido
	114751001-2.jpg	11 de mayo	Andres Felipe Penaran...	113 KB	 Compartido
	125521711.jpg	10 de mayo	Cristian Esteban Rojas ...	102 KB	 Compartido
	125521711-2.jpg	10 de mayo	Cristian Esteban Rojas ...	107 KB	 Compartido
	125521711-3.jpg	10 de mayo	Cristian Esteban Rojas ...	120 KB	 Compartido
	125521711-4.jpg	10 de mayo	Cristian Esteban Rojas ...	123 KB	 Compartido

Posterior a la finalización de la etapa anterior me asignaron la revisión de que todo se hubiera subido de manera correcta al micrositio de VPC, validando en la página pude notificar al equipo comercial que todo estaba funcionando de manera idónea y se programa para el 1 de junio la salida en vivo y de capacitación a la fuerza de ventas para la operación de VPC, a continuación, se evidencian imágenes de como se ve el micrositio:

Figura 16. Vista principal micrositio

Adaptado de Imágenes Vendo por Chat (2021)

Figura 17. Vista Categorías y diferentes productos

Adaptado de Imágenes Vendo por Chat (2021)

Figura 18. Vista una vez seleccionado el producto de interés

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

3.2.1.4 Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.

Semanalmente todos los integrantes del equipo comercial del Canal nos reunimos para hacer seguimiento al resultado de ventas y a partir del análisis de esos resultados decidir y tomar ciertas acciones para que la operación se encamine al cumplimiento de cada uno de los objetivos que nos vamos trazando es dichas reuniones.

Para dichas reuniones es necesario la elaboración de reportes comerciales que nos permiten evidenciar los siguientes resultados:

3.2.2 Resultados mes de Abril

**Las siguientes cifras se encuentran en miles de pesos colombianos:*

Tabla 5. Cumplimiento Acumulado Ene – Abr 2021

	Ene	Feb	Mar	Abr	ACUMULADO
VENTAS	\$ 396.400	434.344	772.126	675.938	\$ 2.278.809
PPTO	109%	84%	135%	96%	106%
PLAN	105%	107%	130%	81%	103%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

Con este cuadro dentro del Informe de Cierre de Ventas del mes de abril todo el equipo comercial podemos observar los resultados de cada uno de los meses transcurridos que van del año, así como su respectivo cumplimiento por mes y a nivel general respecto al plan y el presupuesto del canal.

Tabla 6. *Cumplimiento Canal y por Zona Mes Abril*

ZONA	COLOCACION \$	VENTAS \$	PRESUPUESTO	PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PPTO
ZONA CENTRO	\$ 111.731	\$ 112.164	\$ 163.845	\$ 172.700	65%	68%
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 328.732	\$ 319.949	\$ 223.853	\$ 387.537	83%	143%
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 232.693	\$ 243.825	\$ 315.141	\$ 276.300	88%	77%
Total general	\$ 673.156	\$ 675.938	\$ 702.839	\$ 836.537	81%	96%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

Como podemos observar en la tabla en el mes de abril solo la Zona Costa estuvo por encima del cumplimiento tanto del plan de ventas como del presupuesto, pero por el contrario en la Zona Centro y Sur Occidental no se logra ese cumplimiento por lo que se toman acciones por medio de un plan de incentivos que se implementa para el mejoramiento en los resultados de ventas de las zonas a fin de incrementar y mejorar los resultados que se han obtenido, dicho incentivos se encuentran detallados más adelante.

A continuación, podemos observar los resultados incluyendo otros distribuidores:

Tabla 7. *Resultados otros distribuidores mes de abril*

MODELO FDV	ABR 2021	
	Colocación	Ventas \$
Ventas VTC	673.156	675.938
OTRAS VENTAS DISTRIBUIDOR	0	58
JAMAR	0	58
MULTINTEGRAL	0	0
TOTAL VENTAS CANAL	673.156	675.996

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

Tabla 8. *Productividad Año Freelance*

MODELO FDV	Sept 2020	OCT 2020	NOV 2020	DIC 2020	ENE 2021	FEB 2021	MAR 2021	Abr 2021
Ventas	265.212	379.159	416.283	407.566	380.373	420.950	562.686	568.046
No. Freelance	41	57	66	73	74	73	87	84
Productividad	6.469	6.652	6.307	5.583	5.140	5.766	6.468	6.762

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

En esta tabla podemos observar que la fuerza de ventas freelance se redujo en un total de tres vendedores respecto al mes de marzo, razón por la cual se deja como tarea cada uno de los planes de las jefes por atraer más personas y vincularlas al Canal con dicho modelo comercial.

Tabla 9. *Cumplimiento x Modelo de Ventas*

ZONA	VENTAS FDV FREELANCE	NRO FDV FREELANCE	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION	VENTAS FDV DISTRIBUIDOR	NRO FDV EFICACIA	PRODUCTIVIDAD VS FACTURACION
ZONA CENTRO	\$ 113.086	14	\$ 8.078	\$ 0	0	\$ 0
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 223.012	32	\$ 6.969	\$ 96.536	0	\$ 0
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 231.949	38	\$ 6.104	\$ 0	0	\$ 0
Total general	\$ 568.046	84	\$ 6.762	\$ 96.536	0	\$ 0

Adaptado de Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona (Corona 2021)

En la tabla podemos observar los buenos resultados de la dinámica comercial implementada pero donde también existe la necesidad de seguir tomando acciones que permitan un mayor fortalecimiento del modelo comercial Freelance

3.2.2.1 Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades). En consecuencia, con los resultados de ventas en el mes de abril, desde el quipo comercial generamos los siguientes incentivos comerciales a fin de mejorar e incrementar resultados y motivar a los vendedores a colocar ventas a pesar de las dificultades que se empiezan a presentar desde el inicio del paro nacional del 28 de abril.

Figura 19. *Generación de informes de incentivos y apoyo en actividades mes de abril*



Adaptado de Imágenes Corona (2021)

El plan consiste en cumplir unas metas de ventas en el mes de mayo, por el cumplimiento de dicha meta se obtendrá un premio, cada una de las condiciones para poder participar se podrán observar a continuación, así como los respectivos premios:

Figura 20. Premios

Mecánica

Objetivo
Aumentar la colocación de estas categorías

Pagos
Se pagara por medio de **sodexo**
Que se entregaran en el mes de Junio

Colocación
Se sumaran los pedidos grabados

Fecha del Incentivo
desde el 1 de Mayo del 2021 hasta el 31 de Mayo del 2021.

Corona

Retos a cumplir
Si cumplo el reto ¡Gano!

1	2	3
Combos Sanitarios	Muebles lavamanos y Sanitario	Cocinas y Alacenas
4 Combos	2 Muebles sanitarios + 2 Sanitarios	1 Cocina + 1 Alacena
VENDE \$\$\$ GANA	VENDE \$\$\$ GANA	VENDE \$\$\$ GANA
\$15.000	\$15.000	\$30.000

Si cumpliste el reto 3, por cada cocina adicional que vendas ganaras: **\$15.000**

Corona

Aun tenemos mas para ti
Si cumpliste algún reto de los anteriores
Y
sumas ventas de **5 millones** en estas categorías:

Cocinas	Griferías	Lavamanos & Muebles	Sanitarios	Plomería
Ganaras: \$30.000				

Corona

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

Debido a toda la situación presentada por el paro nacional los resultados del canal no están siendo los mejores durante el mes de mayo, esto como consecuencia a todos los bloqueos que se presentan, siendo la Zona Sur Occidental y Centro las más afectadas, por eso desde el equipo comercial del canal tomamos la decisión de crear un incentivo adicional que nos permita lograr colocar ventas a pesar que por las circunstancias del momento no se pueda estar facturando los pedios, pero que nos permitirá lograr una mayor facturación en el mes de junio y así ver compensado seguramente los malos resultados que se esperan venir en el mes de mayo.

A continuación, se detalla dicho incentivo:

Figura 21. *Incentivo Detallado*



Figura 22 *Incentivo Detallado*

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

3.2.2.2 Apoyo en los diferentes proyectos del canal. En reunión con todo el equipo comercial y de operación me plantean que desde mi práctica empresarial desarrolle una propuesta que atienda una necesidad directa en el canal, que consiste en crear un proceso de operación donde en cada uno de los cortes de cada mes se les informe a los freelances la liquidación de comisiones de Ventas que le serán pagados, puesto que esto se encuentra estipulado en el contrato con cada uno de los vendedores como una obligación del canal.

Para poder desarrollar dicho proceso programé reuniones con las jefes de ventas y del equipo de operaciones, donde definimos primeramente que con la ayuda de la auxiliar de operaciones crearemos cada corte un archivo donde se encuentre la información general de las comisiones que se pagarán, así como el detalle de cada una de las ventas que se les será pagadas a los vendedores, esta información se ve reflejada de la siguiente manera:

Figura 23. Detalle de las ventas

						Suma de Venta	
Zona	Subzona	Asesoras VT	Ced	Cod SAP Proveedc	Nombre Asesoras VTC	Neta	
ZONA CENTRO	ZONA SUR	8000017266	51703738	1000013824	FRANCY HELENA GONZALEZ CHAPARRO	41.504	
ZONA SUR OCCIDENTAL	VALLE NORTE	8000019902	31946938	1000015003	MARIA NELLY RENTERIA RENTERIA	6.290.521	
ZONA SUR OCCIDENTAL	VALLE NORTE	8000019902	31946938	1000015003	MARIA NELLY RENTERIA RENTERIA	661.664	
ZONA CENTRO	SABANA DE OCCIDENTE	8000019802	51849575	1000014729	LUZ DARY DUARTE RODRIGUEZ	2.685.021	
ZONA CENTRO	SABANA DE OCCIDENTE	8000019994	52873559	1000015095	YAMILE ACOSTA BEDOYA	3.968.333	
ZONA CENTRO	SUR OCCIDENTE	8000017178	35393872	1000013613	YENY MIREYA JIMENEZ ESCOBAR	276.295	
ZONA CENTRO	SUR OCCIDENTE	8000017183	60307331	1000013500	OLGA MARINA OROZCO JAIMEZ	5.450.426	
ZONA CENTRO	SUR OCCIDENTE	8000017488	51650259	1000013645	DELIA STELLA DIAZ ADAN	6.641.658	
ZONA CENTRO	SUR OCCIDENTE	8000019797	35355037	1000014727	CLEMENCIA ZULETA URREGO	325.286	
ZONA COSTA ATLANTICA	BARRANQUILLA	8000017455	32873524	1000013673	ELVIA ROSA CABALLERO JIMENEZ	1.195.862	
ZONA COSTA ATLANTICA	BARRANQUILLA	8000019533	72158595	1000014676	ERIK FERNANDO TAPIA BOVEA	2.608.109	

Suma de Venta	%	% Cesantia	Valor Cesantia	M e Cta	O					
Neta	Comisi	Comercial	Valor Comisi	Comercial	Total Comisi	Cobro	Fecha Pago	T	MEDIO DE PAGO	2c
41.504	10%	8,33%	4.150	346	4.496	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert bancaria			2c
6.290.521	10%	8,33%	629.052	52.421	681.473	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert bancaria			1a
661.664	10%	8,33%	66.166	5.514	71.680	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert bancaria			1a
2.685.021	10%	8,33%	268.502	22.375	290.877	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c
3.968.333	10%	8,33%	396.833	33.069	429.903	Ve planilla c o prox 25 may	Al Cert Bancaria			2c
276.295	10%	8,33%	27.630	2.302	29.932	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c
5.450.426	10%	8,33%	545.043	45.420	590.463	Ve planilla c o prox 25 may	ok TPAGA			2c
6.641.658	10%	8,33%	664.166	55.347	719.513	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c
325.286	10%	8,33%	32.529	2.711	35.239	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c
1.195.862	10%	8,33%	119.586	9.966	129.552	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c
2.608.109	10%	8,33%	260.811	21.734	282.545	Ve planilla c o prox 25 may	ok TPAGA			2c
2.037.334	10%	8,33%	203.733	16.300	220.033	Ve planilla c o prox 25 may	ok Cert Bancaria			2c

Este archivo contiene información sobre: zona, subzona, el código del vendedor, el número de cédula, el código SAP, el nombre completo del vendedor, la suma de ventas neta que se vaya a liquidar en el corte, el porcentaje y valor de la comisión y de la cesantía a la comisión, el total de la comisión a pagar, el medio de pago y la fecha a pagar.

A su vez en el archivo habrá hojas nombradas con la fecha de cada uno de los cortes donde se podrá encontrar la información detallada de cada una de las ventas realizadas por los vendedores durante dicho periodo, la información se ve de la siguiente manera:

Figura 24. Formato corte de ventas

Zona de ventas	Solicitante	Nombre Solicitante	Localidad	Calle
ZONA CENTRO	1000055953	BOZO MARTINEZ SANDRA HELENA	MAORIO	CR 1E ESTE 11 98 BRR SAN DIEGO
ZONA CENTRO	1000073462	GARCIA FORERO NESTOR GREGORIO	BOGOTA D.C.	CR 8 113A SUR 10 BRR BOSQUE LIMONAR
ZONA CENTRO	1000073462	GARCIA FORERO NESTOR GREGORIO	BOGOTA D.C.	CR 8 113A SUR 10 BRR BOSQUE LIMONAR
ZONA CENTRO	1000075257	AVENDAÑO GODOY YENNY ALICIA	BOGOTA D.C.	CR 80N 73A 52 SUR BRR BOSA LAUREES
ZONA CENTRO	1000108242	SOLANO LOZANO ANGIE PAOLA	BOGOTA D.C.	CL 34A BIS SUR 93 82 BRR RIVERAS DE
ZONA CENTRO	1000113294	FLORES GUTIERREZ JOLMAN JAVIER	BOGAMOSO	VDA CARTAGENA SECTOR TINTAL
ZONA CENTRO	1000113631	LOPEZ HERNANDEZ JOHN FREDDY	BOGOTA D.C.	CL 1300 BIS 124 98 BRR SUR LA CANI
ZONA CENTRO	1000114695	MURCIA ALARCON YHONATHAN	TDCANCIPRA	CR 12 13 SUR 28
ZONA CENTRO	1000115057	PAEZ GONZALEZ AURORA	BOGOTA D.C.	CR 88F 73A 19 SUR BRR BOSA SAN BERN
ZONA CENTRO	1000115057	PAEZ GONZALEZ AURORA	BOGOTA D.C.	CR 88F 73A 19 SUR BRR BOSA SAN BERN
ZONA CENTRO	1000115057	PAEZ GONZALEZ AURORA	BOGOTA D.C.	CR 88F 73A 19 SUR BRR BOSA SAN BERN
ZONA CENTRO	1000115137	MEDINA BELTRAN ALBA FABIOLA	TDCANCIPRA	VDA BAZO MANANTIAL SEC LA AURORA
ZONA CENTRO	1000115341	GAITAN FONSECA ANDREA HELENA	BOGAMOSO	TV 4 5 ST BRR LA FLORIDA
Liquid Comisión Cesantia Cial				
Ventas 10 Mar2021				
Ventas 24 Mar2021				
Ventas 13 Abr2021				
Ventas 26 Abr2021				
Ventas 10May21				

Fecha Factura	Sec. Factura	Doc. Ventas	Aseguras VTC	Nombre Aseguras VTC	Asegur Especializado	SubZona	Venta Venta	Modelo FDI
30.04.2021	94241510	104184328	8000018902	LUIZ DARY DUARTE RODRIGUEZ	10000337	SABANA DE OCCIDENTE	832.670,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94239227	104184356	8000018902	LUIZ DARY DUARTE RODRIGUEZ	10000337	SABANA DE OCCIDENTE	92.012,0 FDI/FREELANCE	
07.05.2021	94231075	104184356	8000018902	LUIZ DARY DUARTE RODRIGUEZ	10000337	SABANA DE OCCIDENTE	160.748,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94239257	104184349	8000017178	YENNY HUREVA OMENEZ ESCOBAR	10000335	SUR OCCIDENTE	3.803.930,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94239228	104184350	8000019766	INEIDA PARDO AGUILAR	10000335	SUR OCCIDENTE	579.150,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94241511	104196170	8000019779	LINA MARIA ZOSRO SANABRIA	10000335	SUR OCCIDENTE	300.235,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94239229	104195728	8000017183	OLGA MARINA ORDOZCO JIMENEZ	10000335	SUR OCCIDENTE	1.395.819,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94234368	104191888	8000017488	DELIA STELLA DIAZ ADAN	10000335	SUR OCCIDENTE	137.768,0 FDI/FREELANCE	
27.04.2021	94231944	104185316	8000019766	INEIDA PARDO AGUILAR	10000335	SUR OCCIDENTE	1.204.140,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	65315349	80632287	8000019766	INEIDA PARDO AGUILAR	10000335	SUR OCCIDENTE	-1.204.140,0 FDI/FREELANCE	
07.05.2021	94231078	104185316	8000019766	INEIDA PARDO AGUILAR	10000335	SUR OCCIDENTE	1.653.956,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94234370	104114054	8000017183	OLGA MARINA ORDOZCO JIMENEZ	10000337	SUR OCCIDENTE	1.285.829,0 FDI/FREELANCE	
30.04.2021	94241512	104146728	8000019542	KAROLL VANNEZA MORENO FONSECA	10000337	SABANA DE OCCIDENTE	1.187.080,0 FDI/FREELANCE	

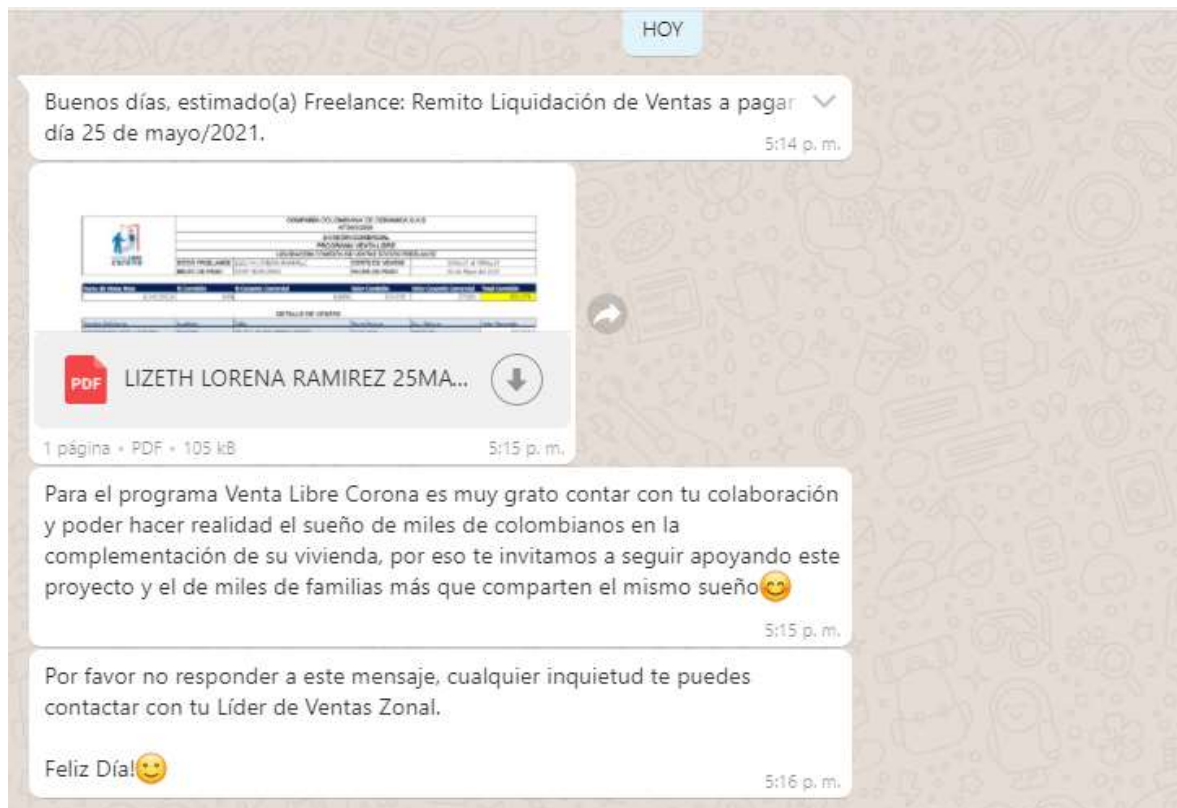
Ya una vez este archivo se encuentre listo podré realizar el reporte a cada uno de los vendedores que será enviado con unos días de anterioridad al pago, a continuación, se puede observar un ejemplo de dicho reporte en formato pdf:

Figura 25. Reporte vendedores pdf

	COMPAÑÍA COLOMBIANA DE CERAMICA S.A.S				
	NIT.860002536				
	DIVISIÓN COMERCIAL				
	PROGRAMA VENTA LIBRE				
	LIQUIDACIÓN COMISIÓN DE VENTAS SOCIOS FREELANCE				
SOCIO FREELANCE	LIZETH LORENA RAMIREZ		CORTE DE VENTAS	26Abr21 al 10May21	
MEDIO DE PAGO	CERT BANCARIA		FECHA DE PAGO	25 de Mayo del 2021	
Suma de Venta Neta	% Comisión	% Cesantía Comercial	Valor Comisión	Valor Cesantía Comercial	Total Comisión
3.242.522,0	10%		8,33%	324.252	27.021
					351.273
DETALLE DE VENTAS					
Nombre Solicitante	Localidad	Calle	Fecha Factura	Doc. Factura	Valor Facturado
SALDARRIAGA MAYA LUZ ELENA	GUACARÍ	CR 3E 1 51 BRR CETBAS VERDES	27.04.2021	94232153	173.832,0
ZUÑIGA OSPINA CARLOS MARIA	GUACARÍ	CL 8A 4 ESTE 55 BRR EL SOL	29.04.2021	94238613	2.729.187,0
BRAVO MICOLTA SATURIA	CANDELARIA	CL 5 16 34 BRR LA GERMANIA	01.05.2021	94242639	339.503,0
				TOTAL VENTAS	3.242.522,0
Ventas del Corte pendientes para el próximo pago					
Nombre Solicitante	Localidad	Calle	Fecha Factura	Doc. Factura	Valor Facturado
OLAYA CARDENAS JOSE EDINSON	GUACARÍ	CL 3 SUR 1A 89 BRR EL SOL	29.04.2021	94238614	2.260.552,0
				TOTAL VENTAS	2.260.552,0

Este reporte contiene información acerca del corte de ventas, el medio de pago, la fecha de pago, la suma de ventas, el porcentaje y valor de la comisión y de la cesantía a la comisión, el detalle de ventas que serán pagadas y si es el caso el detalle de ventas que serán pagadas el próximo corte de acuerdo a los límites establecidos legalmente y que se irán acumulando.

Una vez todos los reportes de cada uno de los vendedores se hayan generado se enviarán por vía WhatsApp con un mensaje predeterminado que creé a fin de motivar su apoyo y gestión en el programa, con la siguiente estructura:

Figura 26. *Envío reporte vía Whatsapp*

Con el objetivo de tener almacenado todos los reportes por cada uno de los vendedores diseñé la siguiente estructura de archivo en la carpeta compartida con todo el quipo de la gerencia comercial del canal:

Liquidación Freelances > > Zona “XYZ” > > Carpeta con el acumulado de los reportes cada “VENDEDOR X”

Una vez terminé de diseñar y establecer este proceso programé reunión para presentar la propuesta, la cual fue aprobada por unanimidad por parte de todo el quipo de la Gerencia Comercial y donde establecimos que dicho proceso comenzaría desde el corte del 11 de mayo al 27 de mayo de 2020 y así sucesivamente para cada uno de los próximos cortes de Ventas.

3.2.2.3 Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.

Semanalmente todos los integrantes del equipo comercial del Canal nos reunimos para hacer seguimiento al resultado de ventas y a partir del análisis de esos resultados decidir y tomar ciertas acciones para que la operación se encamine al cumplimiento de cada uno de los objetivos que nos vamos trazando es dichas reuniones.

Para dichas reuniones es necesario la elaboración de reportes comerciales que nos permiten evidenciar los siguientes resultados:

3.2.3 Resultados mes de Mayo

**Las siguientes cifras se encuentran en miles de pesos colombianos:*

Tabla 10. Cumplimiento Acumulado Ene – May 2021

	Ene	%	Feb	%	Mar	%	Abr	%	May	%	ACUMULADO	%
VENTAS	\$396.400		434.344		772.126		675.938		390.169		\$2.668.978	
PPTO	451.016	88%	518.572	84%	571.751	135%	702.722	96%	813.455	48%	3.057.517	87%
PLAN	377.546	105%	405.736	107%	595.460	130%	836.537	81%	941.918	41%	3.157.197	85%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

Con este cuadro dentro del Informe de Cierre de Ventas del mes de mayo desde el equipo comercial podemos observar los resultados de cada uno de los meses transcurridos que van del año, así como su respectivo cumplimiento por mes y a nivel general respecto al plan y el presupuesto del canal.

Tabla 11. *Cumplimiento Canal y por Zona Mes Mayo*

ZONA	COLOCACION \$	VENTAS \$	PRESUPUESTO	PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PPTO
ZONA CENTRO	\$ 99.210	\$ 105.264	\$ 189.909	\$ 308.798	34%	55%
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 270.767	\$ 258.782	\$ 259.611	\$ 425.320	61%	100%
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 67.616	\$ 26.123	\$ 363.934	\$ 207.800	13%	7%
Total general	\$ 437.592	\$ 390.169	\$ 813.455	\$ 941.918	41%	48%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

Como podemos observar en la tabla en el mes de Mayo solo en la Zona Costa hubo un cumplimiento del presupuesto pero por debajo del plan de ventas, en las Zona Centro y Sur Occidental no se logra el cumplimiento del plan de ventas ni del presupuesto, esto como resultado de los bloqueos por el paro nacional que impide el transporte de nuestros productos lo que se traduce en perdida de ventas, desde la gerencia comercial con cierto nivel de preocupación por la situación actual del país tomamos las acciones que sean posibles y mediante un plan de incentivos que nos permita al menos lograr una mayor colocación para que cuando sea posible se logren facturar la mayor cantidad de pedidos posibles, y de tal manera compensar en el mes de junio la gran caída que tuvo el mes de mayo.

A continuación, podemos observar los resultados incluyendo otros distribuidores desde el mes de enero hasta el mes de mayo:

Tabla 12. *Resultados otros distribuidores mes de mayo*

	Ene	%	Feb	%	Mar	%	Abr	%	May	%	ACUMULADO	%
Ventas+Otras Dist	436.729		488.571		711.097		675.996		398.265		2.710.659	
PPTO	451.016	97%	518.572	94%	571.751	124%	702.722	96%	813.455	49%	3.057.517	89%
PLAN	377.546	116%	405.736	120%	595.460	119%	836.537	81%	941.918	42%	3.157.197	86%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

Tabla 13. *Productividad Año Freelance*

MODELO FDV	Sept 2020	OCT 2020	NOV 2020	DIC 2020	ENE 2021	FEB 2021	MAR 2021	Abr 2021	May 2021	Prom General
Ventas	265.212	379.159	416.283	407.566	380.373	420.950	562.686	568.046	284.158	185.106
No. Freelance	41	57	66	73	74	73	87	84	58	37
Productividad	6.469	6.652	6.307	5.583	5.140	5.766	6.468	6.762	4.899	4.794

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

En esta tabla podemos observar que la fuerza de ventas freelance se redujo en un total de 26 vendedores respecto al mes de abril, una disminución muy fuerte como consecuencia del paro nacional, que como se puede observar en el informe de este mes afectó en gran escala las ventas del canal y de toda la organización.

En la siguiente tabla del informe podemos observar el cumplimiento por modelos de ventas durante el mes de mayo, donde se observa las bajas cifras como consecuencia de compleja realidad del país en estos momentos:

Tabla 14. *Ventas mes de mayo*

ZONA	VENTAS FDV FREELANCE	NRO FDV FREELANCE	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION	VENTAS FDV DISTRIBUIDOR	NRO FDV DISTRIBUIDOR	PRODUCTIVIDAD VS FACTURACION
ZONA CENTRO	\$ 105.264	14	\$ 7.519	\$ 0	0	\$ 0
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 153.518	31	\$ 4.952	\$ 105.793	0	\$ 0
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 25.376	13	\$ 1.952	\$ 0	0	\$ 0
Total general	\$ 284.158	58	\$ 4.899	\$ 105.793	0	\$ 0

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

3.2.3.1 Consulta de ventas en los diferentes aliados comerciales para la gestión de los Freelance. Desde el inicio de mis prácticas las Jefes de Ventas Zonales me manifestaron la necesidad de apoyarlas en el seguimiento de todas las ventas pendientes por cuestiones técnicas, comerciales o financieras, ya que muchas veces se perdían dichas ventas por la falta de gestión de los freelances. En ese orden de ideas tomé la decisión de hacer un reporte diario con todos aquellos

pedidos pendientes que cada mañana voy compartiendo con cada una de ellas y apoyo en su gestión para lograr la facturación y están se puedan ver reflejadas en los resultados de ventas del canal a final de mes.

Dicho reporte que realizo diariamente contiene información básica que nos permita una mayor facilidad en su gestión, datos importantes como: zona de ventas, cédula del cliente, código lisim y nombre del freelance, aliado financiero, la observación por la que esa venta se encuentra pendiente y el estado de la misma.

Toda esta información nos permite identificar rápidamente el asesor y poder apoyarlo en la gestión.

Para elaborar este reporte me baso en la información que diariamente nos llega al correo de socios del canal, que funciona como torre de control donde llegan todas las solicitudes de ventas y temas relacionados con la gestión comercial.

Tabla 15. Estructura básica del reporte diario

CONTROL PEDIDOS PENDIENTES						
FECHA		martes, 4 de mayo de 2021				
ZONA	CC CLIENTE	PROMOTOR	NOMBRE PROMOTOR	ALIADO	OBSERVACIÓN	ESTAD
VALLE	34506423	3619724	MARTHA PIEDAD BRAVO PINEDA	BRILLA (GASES DE OCCIDENTE)	Facturas vencidas	PTE
COSTA	26662423	3619653	KATHERINE ISABEL ARZUAGA	BRILLA (GASES DEL CARIBE)	PDTE TTO, FALTAN DOCUMENTOS	PTE
COSTA	49661340	3619890	DIANA ELVIRA VARELO	BRILLA (GASES DEL CARIBE)	HUELLA PIXELADA	PTE
COSTA	22509402	3619652	OCTAVIO DE JESUS MARIMON	BRILLA (GASES DEL CARIBE)	Cliente no puede comprar	PTE
COSTA		3619667	LUZ ESTELLA MERCADO	BRILLA (GASES DEL CARIBE)	Cliente no puede comprar, cc errada, en parte post de la sol no abre	PTE
VALLE	6404784	3619939	DORA LINA LUCUMI	CONTADO	PTE VOUCHER	PTE
COSTA	22509335	48027119		BRILLA (GASES DEL CARIBE)	Coti no corresponde y diligenciar campos	PTE

Adaptado de Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona (Corona 2021)

3.2.3.2 Análisis de información de ventas, resultados por canal, por zona y freelance.

Semanalmente todos los integrantes del equipo comercial del Canal nos reunimos para hacer seguimiento al resultado de ventas y a partir del análisis de esos resultados decidir y tomar ciertas

acciones para que la operación se encamine al cumplimiento de cada uno de los objetivos que nos vamos trazando es dichas reuniones.

Para dichas reuniones es necesario la elaboración de reportes comerciales que nos permiten evidenciar los siguientes resultados:

3.2.4 Resultados mes de Junio

*Las siguientes cifras se encuentran en miles de pesos colombianos:

Tabla 16. Cumplimiento Acumulado Ene – Jun 2021

	Ene	%	Feb	%	Mar	%	Abr	%	May	%	Jun	%	ACUMULADO	%
VENTAS	\$396.400		434.344		772.126		675.938		390.169		501.099		\$3.170.077	
PPTO	451.016	88%	518.572	84%	571.751	135%	702.722	96%	813.455	48%	897.874	56%	3.955.391	80%
PLAN	377.546	105%	405.736	107%	595.460	130%	836.537	81%	941.918	41%	845.232	59%	4.002.428	79%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona (Corona 2021)

Con este cuadro dentro del Informe de Cierre de Ventas del mes de junio desde el equipo comercial observamos el comportamiento del cumplimiento del canal respecto al presupuesto y al plan, como se evidencia el cumplimiento respecto al presupuesto aumentó en 8 puntos porcentuales y respecto al plan que se incrementó en un 18%, teniendo en cuenta que el valor para el plan en el mes de junio era más bajo en comparación al mes anterior.

Tabla 17. Cumplimiento Canal y por Zona Mes Junio

ZONA	COLOCACION \$	VENTAS \$	PRESUPUESTO	PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PPTO
ZONA CENTRO	\$ 109.921	\$ 82.209	\$ 209.664	\$ 168.731	49%	39%
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 182.300	\$ 193.221	\$ 286.377	\$ 438.966	44%	67%
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 238.054	\$ 225.670	\$ 401.834	\$ 237.535	95%	56%
Total general	\$ 530.274	\$ 501.099	\$ 897.874	\$ 845.232	59%	56%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona (Corona 2021)

En base al cuadro con las cifras del cierre del mes de Junio se evidencia que respecto al cumplimiento tanto del presupuesto como del plan hubo una mejor dinámica comercial que se ve traducido en unos mejores porcentajes respecto al mes de mayo, periodo que se vio altamente afectado como consecuencia del paro nacional, sin embargo las cifras de cumplimiento en el canal no son las mejores ni las esperadas por parte del equipo que lideramos este canal, indudablemente aún la situación del país durante este mes no es la mejor por las mismas razones del paro nacional que no permiten la completa normalización de nuestra operación comercial por las regiones del país. Observamos que este mes la Zona más afectada es la Zona Centro con un cumplimiento bastante bajo respecto a las otras zonas. Para esta reunión nos acompañó la vicepresidente comercial, quién manifestó su gran preocupación por la situación del país que afectó sin lugar a dudas los resultados del canal, una vez hecho este diagnóstico nos planteamos diferentes estrategias comerciales con el fin de direccionar a la fuerza de ventas a la gestión de una mayor colocación que nos permita compensar todo esto periodo de bastantes dificultades.

A continuación, podemos observar los resultados incluyendo otros distribuidores desde el mes de enero hasta el mes de junio:

Tabla 18. resultados incluyendo otros distribuidores mes de junio

	Ene	%	Feb	%	Mar	%	Abr	%	May	%	Jun	%	ACUMULADO	%
Ventas+Otras Dist	436.729		488.571		711.097		675.996		398.265		522.488		3.233.147	
PPTO	451.016	97%	518.572	94%	571.751	124%	702.722	96%	813.455	49%	897.874	58%	3.955.391	82%
PLAN	377.546	116%	405.736	120%	595.460	119%	836.537	81%	941.918	42%	845.232	62%	4.002.428	81%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona (Corona 2021)

Tabla 19. *Productividad Año Freelance*

MODELO FDV	ENE 2021	FEB 2021	MAR 2021	Abr 2021	May 2021	Jun 2021
Ventas	380.373	420.950	562.686	568.046	284.158	491.723
No. Freelance	74	73	87	84	58	74
Productividad	5.140	5.766	6.468	6.762	4.899	6.645

Adaptado de Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona (Corona 2021)

En esta tabla podemos observar que la fuerza de ventas activa para este mes aumentó en 16 vendedores respecto al mes de mayo, un buen indicador que nos permite ver un mejor panorama en el objetivo de normalizar la operación del canal.

En la siguiente tabla del informe podemos observar el cumplimiento por modelos de ventas durante el mes de junio, donde se observa mejores cifras respecto al mes anterior como consecuencia de compleja realidad del país en estos momentos:

Tabla 20. *Cumplimiento ventas mes de junio*

ZONA	VENTAS FDV FREELANCE	NRO FDV FREELANCE	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION	VENTAS FDV DISTRIBUIDOR	NRO FDV DISTRIBUIDOR	PRODUCTIVIDAD VS FACTURACION
ZONA CENTRO	\$ 82.290	14	\$ 5.878	\$ 0	0	\$ 0
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 193.780	30	\$ 6.459	-\$ 207	0	\$ 0
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 215.653	30	\$ 7.188	\$ 0	0	\$ 0
Total general	\$ 491.723	74	\$ 6.645	-\$ 207	0	\$ 0

Adaptado de Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona (Corona 2021)

3.2.4.1 Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades). Partiendo de los resultados que se obtuvieron en el mes de junio desde el área de Trade marketing diseñamos el siguiente incentivo denominado “Con cocinas me hago la prima”, dicha estrategia nace a partir de la idea de poder brindarle a los freelances unos ingresos adicionales que representen lo que sería su prima ya que por las condiciones contractuales y de

vinculación al programa venta libre no da lugar a ella y que seguramente será una razón de motivación para ellos en la gestión de mayores ventas, de igual manera se aprovecha para elegir la categoría de cocinas ya que es importante aumentar las ventas de esta unidad de negocio dentro del canal.

A continuación, se detalla dicho incentivo:

Figura 27. *Incentivo mes de junio*



Figura 28 Incentivo mes de junio

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

Como consecuencia de los bajos resultados durante estos dos meses del paro nacional desde la gerencia comercial definimos un plan de referidos que nos permita aumentar la fuerza de ventas freelance en el canal, es así como creamos en el siguiente incentivo que nos permita alcanzar dicho objetivo y mejorar resultados:

Figura 29. Plan de referidos


The advertisement for Corona's referral program features a family photo and the Corona logo. It promotes a national referral program where users can earn \$50,000 by referring someone to the 'venta libre' community. The text includes: 'Puedes referir a nivel nacional.', 'Ejemplo si vives en Bogotá y sabes de alguien en Cali que quiera vender aplica.', '¿Pregúntale los requisitos a tu contacto corona?', 'Ayúdanos a crecer la comunidad de venta libre', and a list of conditions: 'Refiere a alguien para pertenecer a la comunidad de venta libre' and 'Si la persona que referiste termina el proceso exitosamente con código te vas a GANAR \$50.000 por cada persona'. A note at the bottom states 'Valido Hasta el 31 de Agosto'.

Adaptado de Imágenes Corona (2021)

3.2.5 Resultados mes de Julio

*Las siguientes cifras se encuentran en miles de pesos colombianos:

Tabla 21. Cumplimiento Acumulado Mar – Jul 2021

	Mar	%	Abr	%	May	%	Jun	%	Jul	%	ACUMULADO	%
VENTAS	772.126		675.938		390.169		501.099		624.660		\$ 3.794.736	
PPTD	571.751	135%	702.722	96%	813.455	48%	897.874	56%	841.879	74%	4.797.270	79%
PLAN	595.460	130%	836.537	81%	941.918	41%	845.132	59%	802.873	78%	4.805.301	79%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona (Corona 2021)

En base a las cifras presentadas en este cuadro podemos observar el gran éxito de cada una las estrategias que fuimos diseñando durante la operación comercial, como se evidencia en las cifras del cierre del mes de julio logramos mejores resultados proyectando al canal a los excelentes resultados que se estaba obteniendo durante el primer trimestre del año, después de dos meses tan complicados durante el segundo trimestre del año como lo fueron el mes de mayo y junio, esto sin

desconocer que aún quedan grandes retos para volver a dichas cifras iniciales pero que sin lugar a dudas se trabajará en la misma línea hasta conseguir las proyecciones definidas mes a mes.

Tabla 22. *Cumplimiento Canal y por Zona Mes Julio*

ZONA	COLOCACION \$	VENTAS \$	PRESUPUESTO	PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PLAN	% CUMPLIM VTAS vs PPTO
ZONA CENTRO	\$ 135.764	\$ 137.558	\$ 196.596	\$ 140.010	98%	70%
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 265.307	\$ 212.463	\$ 385.692	\$ 402.986	53%	55%
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 297.423	\$ 274.639	\$ 259.591	\$ 259.877	106%	106%
Total general	\$ 698.494	\$ 624.660	\$ 841.879	\$ 802.873	78%	74%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona (Corona 2021)

Las cifras que podemos observar durante el mes de julio reflejan una mejor dinámica comercial logrando obtener muy buenos resultados, dentro de lo más destacable podemos observar como cambió completamente el panorama en la zona sur occidental, una de las más golpeadas por el paro nacional durante los dos meses inmediatamente anteriores, consiguiendo superar las proyecciones que se habían definido para el mes de julio. En ese mismo sentido le siguió la Zona Centro que mejoró indiscutiblemente sus porcentajes respecto al cumplimiento de las metas planteadas, por el contrario, en la zona costa del país no se obtienen los mejores resultados, lo que nos lleva a redefinir las estrategias para esta región del país que se ha destacado por ser de las más fuertes durante el transcurso del año.

A continuación, podemos observar los resultados incluyendo otros distribuidores desde el mes de marzo hasta el mes de julio:

Tabla 23. Resultados incluyendo otros distribuidores mes de julio

	Mar	%	Abr	%	May	%	Jun	%	Jul	%	ACUMULADO	%
Ventas+Otras Dist	711.097		675.996		998.265		522.488		629.470		3.862.617	
PPTO	571.751	124%	702.722	96%	813.455	49%	897.874	58%	841.879	75%	4.797.270	81%
PLAN	595.460	119%	836.537	81%	941.918	42%	845.232	62%	802.873	78%	4.002.429	97%

Adaptado de Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona (Corona 2021)

Tabla 24. Productividad Año Freelance

MODELO FDV	ENE 2021	FEB 2021	MAR 2021	Abr 2021	May 2021	Jun 2021	Jul 2021	Dom Gener
Ventas	380.373	420.950	562.686	568.046	284.158	491.723	578.693	469.518
No. Freelance	74	73	87	84	58	74	80	76
Productividad	5.140	5.766	6.468	6.762	4.899	6.645	7.234	6.201

Adaptado de Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona (Corona 2021)

En esta tabla podemos observar que la fuerza de ventas activa para este mes se incrementó en seis vendedores respecto al mes de junio, logrando obtener la mayor cantidad de freelances activos durante el transcurso del año, fuerza de ventas que esperamos aumentar en mayores cantidades por medio del plan de referidos que ya se encuentra detallado en este informe.

En la siguiente tabla del informe podemos observar el cumplimiento por modelos de ventas durante el mes de julio, reflejando muy buenas cifras respecto a los dos meses anteriores:

Tabla 25. Cumplimiento ventas mes de julio

ZONA	VENTAS FDV FREELANCE	NRO FDV FREELANCE	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION	VENTAS FDV DISTRIBUIDOR	NRO FDV DISTRIBUIDOR	PRODUCTIVIDAD vs FACTURACION
ZONA CENTRO	\$ 137.558	16	\$ 8.597	\$ 0	0	\$ 0
ZONA COSTA ATLANTICA	\$ 182.839	30	\$ 6.095	\$ 29.629	0	\$ 0
ZONA SUR OCCIDENTAL	\$ 258.296	34	\$ 7.597	\$ 0	0	\$ 0
Total general	\$ 578.693	80	\$ 7.234	\$ 29.629	0	\$ 0

Adaptado de Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona (Corona 2021)

3.2.5.1 Acompañamiento a las iniciativas de Trade (generación de informes de incentivos y apoyo en actividades) Después de los alentadores resultados obtenidos en el mes de Julio se define el siguiente incentivo para el mes de agosto, a fin de seguir aumentando las ventas del canal y seguir mejorando los indicadores que reflejan la efectividad de cada una de las estrategias comerciales que hemos logrado definir respecto a las particularidades de cada situación presentadas durante el año.

A continuación, se detalla el incentivo para el mes de Agosto:

Figura 30. *Detalle incentivo mes de agosto*



Adaptado de Imágenes Corona (2021)

Este incentivo tiene como finalidad aumentar las ventas de la unidad de negocio correspondiente a la división de Baños y cocinas mediante unas metas de ventas definidas:

Figura 31 Detalle incentivo mes de agosto

MECÁNICA



- Objetivo**
Aumentar la colocación de Cocinas y Alacenas
- Pagos**
Se pagara por medio de **sodexo**
Que se entregaran en el mes de Septiembre
- Colocación**
Se sumaran los pedidos grabados
- Fecha del Incentivo**
Desde el 3 de Agosto del 2021 hasta el 31 de Agosto del 2021.
- A NIVEL NACIONAL**

¿COMO GANO?
Debes vender estos productos:
Cocinas y Alacenas

Vendes	Ganas
1 Cocina + 1 Alacena	\$50.000
1 Cocina	\$30.000
1 Alacena	\$10.000

*Si es acumulable



TAMBIÉN PUEDES HACERTE TU AGOSTO EN BAÑOS



Figura 32 *Detalle incentivo mes de agosto*

Productos que participan:

Sanitarios Lavamanos & Muebles Griferías & Plomería

Tabla de premios:

Vendes		Ganas
\$500.000	a \$999.999	\$20.000
\$1.000.000	a \$1.999.999	\$30.000
\$2.000.000	a \$2.999.999	\$40.000
\$3.000.000	a \$3.999.999	\$50.000
\$4.000.000	a \$4.999.999	\$70.000
\$5.000.000		\$100.000

*No se acumula cada nivel
*No suma socios ni alianzas



Adaptado de Imágenes Corona (2021)

4 Aportes

4.1 Aportes del practicante

- Informar constantemente al equipo que lidera el canal cada uno de los resultados semanales y seguimiento de los pedidos pendientes con el objetivo de dinamizar la operación comercial.
- Apoyar el área de cartera en la represión de reclamaciones, evitando de esta manera que se presente cualquier acción legal en contra de la compañía por incumplimiento en los tiempos de respuesta a nuestros clientes.
- Creación de los procesos y operaciones internas dentro de la gerencia para la información oportuna del pago de comisiones a la fuerza de ventas freelance asociada al programa venta libre.

- Elaboración de Incentivos junto a la coordinación de trade marketing con el objetivo de incrementar las ventas y mejorar resultados por zona, canal y freelance.
- Consecución de imágenes y descripciones para el lanzamiento de Vendo por chat, nuevo canal online que permitió el crecimiento en ventas y actualización profesional de nuestros asociados.
- Liderar el área de capacitación con el objetivo de que la fuerza de ventas se apropie de los conocimientos y habilidades necesarias al momento de la realización de operaciones comerciales con nuestros clientes finales.

4.2 Aportes de la empresa

Corona dio la posibilidad de fortalecer las competencias profesionales enfocadas a la gestión comercial y de internacionalización para lograr el desempeño profesional, aplicando los conocimientos específicos de la carrera.

La oportunidad de realización de estas prácticas empresariales le permitió al practicante desarrollar un desempeño eficaz a través de la aplicación de conocimientos y habilidades adquiridos durante la formación académica de pregrado, promoviendo el desarrollo de potencialidades personales tales como creatividad, seguridad y destreza en el desempeño profesional.

En ese sentido, se logró obtener comprensión del quehacer profesional como un proceso dinámico de constante perfeccionamiento, incentivando la contribución particular que se pueda hacer en la actividad práctica.

4.3 Marco normativo

- Reglamento de la práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás.

- Ley Habeas Data 1581 de 2012.
- Estatuto y reglamento interno Programa Venta Libre Corona.

5 Recomendaciones

En los seis meses de labores dentro del canal Viste tu Casa de la organización Corona se pudo evidenciar ciertas falencias que pueden ser subsanadas mediante acciones concretas, como:

- Fortalecimiento del proceso de vinculación de socios Freelance.
- Generación de nuevas alianzas financieras que permitan ampliar la posibilidad de llegar a más personas y países de las Américas.
- Reestructuración de los procesos internos referentes a capacitación y actualización comercial a los socios freelances.
- Fortalecimiento en el área operativa comercial con el fin de dinamizar el ingreso de ventas a la torre de control, así como su respectivo proceso logístico de entrega.
- Fortalecimiento del canal vendo por chat, fortaleciendo el área de ventas online, incrementando ventas y reduciendo costos operacionales.

6 Conclusiones

En base a los lineamientos de Corona y de la Universidad Santo Tomás se logró poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos a lo largo la etapa formativa, tener un acercamiento al mundo empresarial y la oportunidad de desarrollar cada una de las habilidades profesionales que demostraron las capacidades del practicante en entornos comerciales y administrativos.

Las actividades y funciones del practicante dentro la organización permitió el mejoramiento de muchos procesos internos dentro del canal que se tradujo en el agradecimiento e interés por parte de la fuerza de ventas por seguir vinculados al programa venta libre. Evidenciar la capacidad de liderazgo del practicante con un gran equipo de trabajo comercial dispuestos a colaborar en el objetivo principal de mejorar el entorno de miles de hogares colombianos y la realización de sus sueños.

Es importante destacar la suma importancia de cada uno de los espacios académicos ofrecidos por la universidad permitiendo al egresado asumir los retos exigidos por una organización del tamaño de Corona, logrando satisfacer las necesidades y objetivos del jefe inmediato y de la empresa.

Referencias

- Corona. (2021). *Informe de Sostenibilidad Corona 2021*. Corona.
- Corona. (2021). *Informe de Ventas del mes de abril de la empresa Corona*. Corona.
- Corona. (2021). *Informe de Ventas del mes de julio de la empresa Corona*. Corona.
- Corona. (2021). *Informe de Ventas del mes de junio de la empresa Corona*. Corona.
- Corona. (2021). *Informe de Ventas del mes de mayo de la empresa Corona*. Corona.
- Corona. (2021). *Informe de Ventas del mes de marzo de la empresa Corona*. Corona.
- Ferrer, J. (2015, marzo). Definición de Distribuidor. Economía. Recuperado 26 de octubre de 2021, de <https://economia.org/distribuidor.php>
- Revestimientos. (s. f.). Construmatica. Recuperado 26 de octubre de 2021, de <https://www.construmatica.com/construpedia/Revestimientos>
- Significado de Freelance. (s. f.). Significados. Recuperado 26 de octubre de 2021, de <https://www.significados.com/freelance/>

Apéndice

Apéndice A. Desprendible de pago de comisiones (Muestra)

	COMPAÑÍA COLOMBIANA DE CERAMICA S.A.S		
	NIT.860002536		
	DIVISIÓN COMERCIAL		
	PROGRAMA VENTA LIBRE		
	LIQUIDACIÓN COMISIÓN DE VENTAS SOCIOS FREELANCE		
SOCIO FREELANCE	LIZETH LORENA RAMIREZ	CORTE DE VENTAS	26Abr21 al 10May21
MEDIO DE PAGO	CERT BANCARIA	FECHA DE PAGO	25 de Mayo del 2021

Suma de Venta Neta	% Comisión	% Cesantía Comercial	Valor Comisión	Valor Cesantía Comercial	Total Comisión
3.242.522,0	10%	8,33%	324.252	27.021	351.273

DETALLE DE VENTAS

Nombre Solicitante	Localidad	Calle	Fecha Factura	Doc. Factura	Valor Facturado
SALDARRIAGA MAYA LUZ ELENA	GUACARI	CR 3E 1 51 BRR CEIBAS VERDES	27.04.2021	94232153	173.832,0
ZUÑIGA OSPINA CARLOS MARIA	GUACARI	CL 8A 4 ESTE 55 BRR EL SOL	29.04.2021	94238613	2.729.187,0
BRAVO MICOLTA SATURIA	CANDELARIA	CL 5 16 34 BRR LA GERMANIA	01.05.2021	94242639	339.503,0
TOTAL VENTAS					3.242.522,0

Ventas del Corte pendientes para el próximo pago

Nombre Solicitante	Localidad	Calle	Fecha Factura	Doc. Factura	Valor Facturado
OLAYA CARDENAS JOSE EDINSON	GUACARI	CL 3 SUR 1A 89 BRR EL SOL	29.04.2021	94238614	2.260.552,0
TOTAL VENTAS					2.260.552,0

Apéndice B. Certificado de finalización**corona**

MADRID, 1 de Septiembre de 2021

**ADMINISTRACION DE PERSONAL
NOMINA Y BIENESTAR
DE
COMPAÑÍA COLOMBIANA DE CERAMICA S.A.S.**

CERTIFICA:

Que **ANDRES FELIPE PEÑARANDA CAVIEDES**, quien se identifica con cedula de ciudadanía número **1095841421**, realizo su práctica universitaria desempeñándose como **APRENDIZ** en **NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en **COMPAÑÍA COLOMBIANA DE CERAMICA S.A.S.** NIT **860.002.536-5**, desde el **2 de Marzo de 2021** hasta el **1 de Septiembre de 2021**.

Para cualquier información adicional por favor comunicarse con el teléfono que aparece en este documento.

Cordialmente,



**COLCERAMICA SAS
NIT. 860.002.536-5**

Jose Yefferson Torres Arevalo
Facilitador de Administración de Personal
Nómina y Bienestar
Finanzas y servicios USC
ytorres@corona.com.co

Fuente: Corona.