

MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A

Estudiante:

Diana Carolina González Parra

Código:

Documento de identidad: 52822444

Director tesis de grado

Vilma Edilia Galvis Chaparro

Universidad Santo Tomás

Facultad de Ciencia y Tecnologías

Programa: Administración de empresas

Bogotá D.C 15 de noviembre de 2023

Agradecimientos

Mgtr. Vilma Edilia Galvis Chaparro

Su apoyo y conocimiento fueron primordiales para que mi proyecto de grado se pudiera realizar con su conocimiento y profesionalismo me guio, motivo a no rendirme aun cuando en algunas ocasiones. pensé en desistir de continuar con el proyecto, pero ella me inspiro y estuvo presente, con sus palabras me llevo a no desfallecer para saber que si podía lograrlo.

A mis padres e hijos Alejo y Jerito quien son la razón principal por la cual me levanto cada día a quienes quiero enseñarles que, aunque en ocasiones la vida nos ponga mil obstáculos solo tenemos tres opciones levantarnos, levantarnos y levantarnos nunca esta perdido rendirse ustedes son mi todo y para mí es un orgullo que de su mano logre terminar mi carrera profesional , ustedes siempre fueron y serán mi motivación más grande juntos hemos pasado por duros momentos y de la mano los hemos afrontado es hora de brillar en nuestra nueva vida de la cual me siento muy esperanzada y a ti Dayro Sierra gracias por llegar a nuestras vidas eres luz y espero con mi corazón que logremos cumplir todos nuestros sueños y proyectos .

TABLA

1.3 Metodología de la investigación.	10
2 .Caracterización de la empresa.....	12
3.2.Objeto social	16
3.3 Misión:	16
3.4 Visión:.....	17
3.5Valores y Comportamientos:	17
3.6 Estructura Organizacional.....	18
3.7. Organigrama General.....	19
3.8.Análisis de Entorno Macro entorno y Micro entorno	20
4. Matriz cinco fuerzas de Porter:	21
4.1. Diagnostico	22
5.1 Generalidades de procedimiento comercial	26
Paso 1 / Tarea: Selección de botón.....	38
Paso 2 / Tarea: Registro de información del cliente.....	39
.....	40
Paso 3 / Tarea: Registro de visitas	40
Paso 4 / Tarea: Registro de información de visitas	41
Paso 5 / Tarea: Guardado de visitas planificadas	43
Paso 6 / Tarea: Actualización de visitas.....	44
Paso 7 / Tarea: Adjunto de documentación.....	45
Paso 8 / Tarea: Envío de información al responsable.....	46
Paso 9 / Tarea: Recepción de tarea para la revisión	47
Paso 10 / Tarea: Revisión de la gestión comercial realizada.....	49
Paso 11 / Tarea: Registro de aprobación y observación.....	50

Paso 12 / Tarea: Visualización de documentos cargados.....	51
Descripción: Para visualizar los documentos previamente cargados, dar clic en el apartado de “Adjuntos” que se encuentra en la parte izquierda de la venta. A continuación, encontraremos el grupo de documentos que hasta el momento se han cargado. Para volver al formulario, dar clic en el apartado de “REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL” que se encuentra ubicada a dos casillas arriba del apartado “Adjunto”	
“Adjunto”	51
Paso 12 / Tarea: Generación de tarea para registro de cupo.....	52
Paso 13 / Tarea: Envío de registro de revisión y aprobación	53
Paso 14 / Tarea: Recepción de tarea asignación de cupo.....	53
Paso 15 / Tarea: Registro y envío de cupo asignado	54
Paso 16 / Tarea: Registro de cotización	56
Paso 17 / Tarea: Finalizar gestión del cliente.....	56
Paso 18 / Tarea: Consultar información del cliente registrado.....	58
Paso 19 / Tarea: Registro de visitas de mantenimiento	59
5.3 Oportunidades de mejora Modelo comercial:.....	60
5.4. Planteamiento y formulación del problema a solucionar.....	62
6.0. Primer contacto con las agencias:	67
.....	¡Error! Marcador no definido.
6. Conclusiones.	73
Bibliografía	74

Introducción

El objetivo del presente trabajo es fortalecer y optimizar el modelo comercial que en la actualidad se está ejecutando en EXPRESO BRASILIA S.A., con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes corporativos desde el punto de vista logístico, operativo y atención al cliente. Proceso que se realizara por medio de capacitaciones con profesionales que fortalezcan las habilidades comerciales que cuenta los trabajadores a nivel nacional construyendo un equipo de trabajo que se enfoque en la fidelización y captación de clientes corporativos, a nivel nacional teniendo como objetivo el crecimiento en todas las líneas de negocio de la compañía , permitiendo que EXPRESO BRASILIA sea el mejor aliado de los clientes corporativos en el sector del transporte de pasajeros por carretera , transporte especial y mensajería prestando un servicio de calidad.

Se hace necesario dar ejecución a este modelo comercial debido a que en la actualidad se han retirado varios clientes empresariales, las ventas han bajado lo cual está afectando de manera considerable la credibilidad en marca, lo cual no puede continuar debido a que la compañía cuenta la infraestructura y con colaboradores que tiene una amplia experiencia y capacidades para cumplir con la promesa de servicio que se establece y parametriza en un cierre de negocio.

Organización del Trabajo

- Presentación de la organización y caracterización
- Análisis del micro entorno
- Análisis de macro entorno
- Análisis marketing mix 4 p y la teoría del autor Philip Kotler
- Resumen de hallazgos
- Planteamiento del problema
- Propuesta de mejora

1. Justificación

El proyecto **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A** es diseñado para fortalecer las habilidades comerciales de algunos colaboradores a nivel país que cuentan con habilidades comerciales los cuales puede contribuir, al crecimiento escalonado y eficaz del canal corporativo de la compañía es prescindible, que en un mundo tan competitivo como el actual se trabaje en fortalecer las debilidades para permanecer como líderes en un mercado por tal razón la estructuración , seguimiento y control de las promesas de ventas son vitales en área comercial la cual debe implementar estrategias enfocadas la satisfacción los clientes es decir “Poner el producto correcto en el lugar correcto” .

En los dos últimos años 2022 y 2023 la deserción de clientes a crecido de manera considerable, debido al incumplimiento con la promesa de servicio en aspectos como retraso en sus entregas, perdida de envíos, mal servicio al cliente , no respuesta a tiempo de sus requerimientos afectando notablemente su operación y su objeto social , lo cual se puede identificar y evidenciar en los últimos indicadores de satisfacción del cliente corporativo , y decrecimiento en el cumplimiento de ventas en algunas líneas de negocio por tanto el proyecto en mención se estructura para identificar las principales causas o falencias que se están presentando en la actualidad en el proceso de Posventa, el objetivo principal es estructurar un plan de retención organizado y estructurado para ,fidelización e incorporación de clientes por cada una de agencia de EXPRESO BRASILIA S.A. a nivel nacional logrando la satisfacción del cliente .

Por tal razón es importante poder integrar un equipo de líderes comerciales que se enfoquen en trabajar en equipo por medio de un plan de acción por zona con objetivos y estrategias definidas basándose en de la teoría de Philip Kotler Marketing MIX que trabaja en satisfacer la generación del deseo de los clientes aprovechando el posicionamiento que tiene la organización a nivel nacional e internacional experiencia de 64 años que lo respalda.

2.Objetivos.

2.1Objetivo general.

Incrementar las ventas a nivel nacional en las líneas de negocio de EXPRESO BRASILIA S.A. estructurando un modelo comercial enfocado en el **MARKETING MIX**.

2.2 Objetivos específicos.

- Realizar un diagnóstico general de cómo se está manejando en la actualidad el área comercial de Expreso Brasilia por medio de la Matriz cinco fuerzas de Porter.
- Estructurar un plan unificado en el cual se pueda realizar el seguimiento y control de la gestión comercial garantizando que se cumpla con lo prometido en la promesa de venta.
- Integrar los procesos de la empresa con la promesa de Venta de cada línea de negocios con el fin de poder garantizar, confianza, credibilidad en los clientes posicionándose como líderes en mercado.

1.3 Metodología de la investigación.

La metodología que se ejecutara para el proyecto en mención se realizó en dos fases las cuales serán la clasificación de la información recolectada y segunda fase el análisis de los datos hallados por zona los cuales permitirán estructurar, plantear y ejecutar estrategias asertivas en la satisfacción del cliente según zona geográfica.

La fase uno se realizó por medio de la investigación cualitativa donde se utilizó el método científico realizando visitas a clientes, encuestas de satisfacción, entrevistas internas con los directores, líderes operativos; con el fin de identificar y observar las causas por las cuales los clientes desisten de usar los servicios de EXPRESO BRASILIA S.A. , análisis contribuirán a determinar las conclusiones de la investigación para la toma decisiones que ayuden a establecer objetivos y plantear estrategias enfocadas en satisfacción del cliente y respaldo de marca.

En la segunda fase se recopilaron las respuestas y hallazgos encontrados en los clientes encuestados y visitados información que inferirá de manera sistémica para iniciar plan de acción con cada líder comercial zonal.

Según lo demostrado anteriormente y con el fin de obtener resultados se desarrollaron los siguientes documentos, esquemas y matrices que soportaron todo el estudio del caso:

- Se estructura un análisis del Micro entorno y Macro entorno el cual permite identificar una realidad general del estado del mercado actual en sector del transporte y mensajería , basándonos en 4P's del marketing difundido por Philip Kotler siempre pensando en el cliente teniendo como punto de partida ¿qué necesidades tienen mis posibles clientes?, ¿cuál es el coste de satisfacción de esos posibles clientes y qué retorno me dará cubrir dicha satisfacción?, ¿qué canales de distribución son los más convenientes para los posibles clientes?, ¿cómo y en qué medios lo comunico?

- Implementación unificada del modelo comercial el cual establece realizar seguimiento y control de la ejecución de los objetivos y compromisos adquiridos con cada cliente donde se validarán y analizarán aspectos, fundamentales que impactan la calidad en la prestación del servicio con ellos se podrán poner en pie planes de acción y actividades que permitan corregir las novedades presentadas tras un continuo seguimiento desarrollarse para mantenerse como una marca confiable

Como resultado se establece generar un modelo comercial unificado el cual tendrá seguimiento, control y ejecución por medio de la plataforma SOTF EXPET allí se registrarán las actividades todas las actividades a ejecutar.

2. Caracterización de la empresa.

- **Objeto social:** EXPRESO BRASILIA SA.
- **El sector Económico de la empresa:** Transporte
- **Su actividad económica:** Transporte de pasajeros por carretera
- **Ubicación geográfica:** Barranquilla CRA 35 # 4 -56 Murillo
- **Página WEB:** <https://www.expresobrasilia.com>
- **Tipo sociedad:** Sociedad anónima.
- **Productos:** Transporte de pasajeros por carretera, Transporte especial, Mensajería y carga.

3. Sector económico

El sector de transporte es uno de los pilares en el plan de desarrollo del gobierno del país quien busca cerrar de brechas, incentivando la conectividad, con el mejoramiento de instalaciones portuarias, muelles fluviales, la ampliación de aeródromos, la navegabilidad de ríos, la reactivación de las redes férreas y demás proyectos estratégicos que construirán una Colombia más competitiva 2022- 2026

INVERSION REGIONALIZADA 2023

POBLACIÓN	TOTAL	PROYECTOS	TOTAL	POBLACIÓN
† 62.269	60.006	3	San Andrés	La Guajira 12 136.094 1.038.397 †
† 2.803.565	240.647	12	Atlántico	Cesar 12 351.998 1.373.581 †
† 1.496.163	260.444	9	Magdalena	Sucre 11 114.454 994.060 †
† 2.247.283	290.031	12	Bolívar	N. de Santander 18 512.732 1.696.740 †
† 1.898.911	176.803	9	Córdoba	Santander 15 622.299 2.357.127 †
† 6.848.360	2.271.274	24	Antioquia	Arauca 7 63.379 313.097 †
† 595.138	91.9	11	Chocó	Boyacá 13 357.837 1.298.800 †
† 1.040.284	349.308	16	Caldas	Casanare 11 209.68 467.775 †
† 972.304	79.541	10	Risaralda	Cundinamarca 18 820.705 3.445.327 †
† 563.076	75.521	8	Quindío	Vichada 4 53.446 123.304 †
† 4.638.029	428.444	12	V. del Cauca	Meta 9 175.982 1.130.085 †
† 1.699.570	484.435	18	Nariño	Guainía 4 34.737 97.616 †
† 1.558.045	413.831	17	Cauca	Guaviare 2 0.702 56.551 †
† 1.374.384	146.945	9	Tolima	Huila 14 235.72 1.178.453 †
† 383.042	158.845	8	Putumayo	Vaupés 3 17.202 46.777 †
				Caquetá 6 85.765 425.053 †
				Amazonas 4 74.841 85.056 †

El gobierno colombiano tiene presupuestado invertir en el sector de transporte según clasificación del grafico en mención.

El sector del transporte tiene una gran participación en el PIB del país aun a pesar que la pandemia fue uno de los sectores más afectados por la crisis económica se tuvo que para su operación 7 meses , razón por la cual el gobierno dentro de su plan de trabajo para el 2023, tiene objetivo el sector dentro de las 7 tendencias logísticas verde la pretende que se cree una nueva generación de la logística priorizará la huella de carbono, los tiempos de despacho conectando al país por todas las rutas , aprovechando , el boom del e-commerce y la reactivación al 100% de la cadena de suministro, tras la pandemia y apostando e invirtiendo en vehículos eléctricos e iniciativas de puntos de reciclaje. siendo Colombia uno de los primeros países con esta iniciativa:

1. Logística verde y entregas sustentables
2. Multicourier
3. Desarrollo de Fulfillment
4. IA y automatización
5. Quick-commerce
6. Múltiples formas de Envíos
7. Robotización

Iniciativa que se respalda con el plan de desarrollo para conectar a Colombia bajo los pilares de sostenibilidad, seguridad, gobernanza, equidad, salud y conectividad, que permitan el

acceso a los bienes y servicios, a través del transporte y su infraestructura. Cerrando brechas consolidando una red de infraestructura intermodal, garantizando la transitividad de rutas tercerías, mejoramiento de instalaciones portuarias, reactivación de redes férreas que logran una Colombia más competitiva impulsando transformación tecnológica, ordenamiento territorial, transformación productiva, internacionalización.

3.1. Problema de Investigación

En los últimos años el sector del transporte ha tomado mucha fuerza en especial en el canal corporativo y EXPRESO BRASILIA S.A. con 64 años de experiencia en el sector hasta el 2017 inicio la estructuración de su área comercial enfocada en los clientes corporativos debido a que su mercado principal se focalizo en los clientes contado que abordan en cada una de sus agencias o taquillas a nivel nacional.

Por tal razón hace 6 años la gerencia general del momento hizo ver a la junta de socios que la empresa debería cambiar como el mundo lo estaba haciendo para permanecer en el mercado, se deberían crear otras líneas de negocio y crear un área comercial desde este momento se inició con la contribución y aportes en el área comercial investigación que por medio de la observación y la experiencia se identificó que para cumplir con los retos de la gerencia era indispensable darle un vuelto total al enfoque de los negocios que la empresa reto que no es fácil debido a que la empresa siempre, se dedicó a la venta de pasajes contado en las taquillas y para ingresar clientes corporativos tenía que estructurara sus objetivos marcando la diferencia frente a las otras empresas de transporte por medio de la calidad en la prestación de servicio para ello es

indispensable conocer cuáles son los competidores directos, convirtiendo sus debilidades en fortaleza para la compañía donde la comunicación asertiva con el cliente la atención al cliente y servicio posventa son esenciales para la fidelización de los clientes tanto corporativos como clientes contado

3.2. Objeto social

Empresa Colombiana de transporte terrestre de pasajeros con más de 60 años de experiencia en el sector de Transporte de pasajeros la cual Ofrece atención con altos estándares de calidad, servicio, tecnología y un moderno parque automotor que demuestra nuestra gran capacidad operativa y el compromiso que tenemos con el país ayudando a los pasajeros a cumplan sus sueños viajando por Colombia. (Expreso Brasilia S.A., 2023)

3.3 Misión:

Unimos a nuestros clientes con sus sueños de manera segura, cómoda y oportuna a través de servicios innovadores de transporte para satisfacer sus necesidades y expectativas, generando desarrollo y bienestar en el recurso humano, afiliados y accionistas. (Expreso Brasilia S.A., 2018)

3.4 Visión:

Lograr en nuestros clientes experiencias placenteras de viaje siendo líderes en cobertura y cumplimiento en el servicio de transporte de pasajeros, así como en el crecimiento de negocios conexos, garantizando el desarrollo sostenible de la organización. **(Expreso Brasilia S.A., 2018)**

3.5 Valores y Comportamientos:

Somos personas honestas.

Inspiramos confianza.

Somos Creativos.

Nos relacionamos con respeto.

Estamos comprometidos con el servicio.

3.6 Estructura Organizacional

De acuerdo con la estructura organizacional, la empresa cuenta con los siguientes rangos de jerarquía:

Junta Directiva– Gerente

Gerencias

Coordinador de Departamento

Supervisor / líder / jefe inmediato

(Manual de Estructura Organizacional, 2018)

Todos los trabajadores están subordinados a los anteriores en orden ascendente.

3.7. Organigrama General

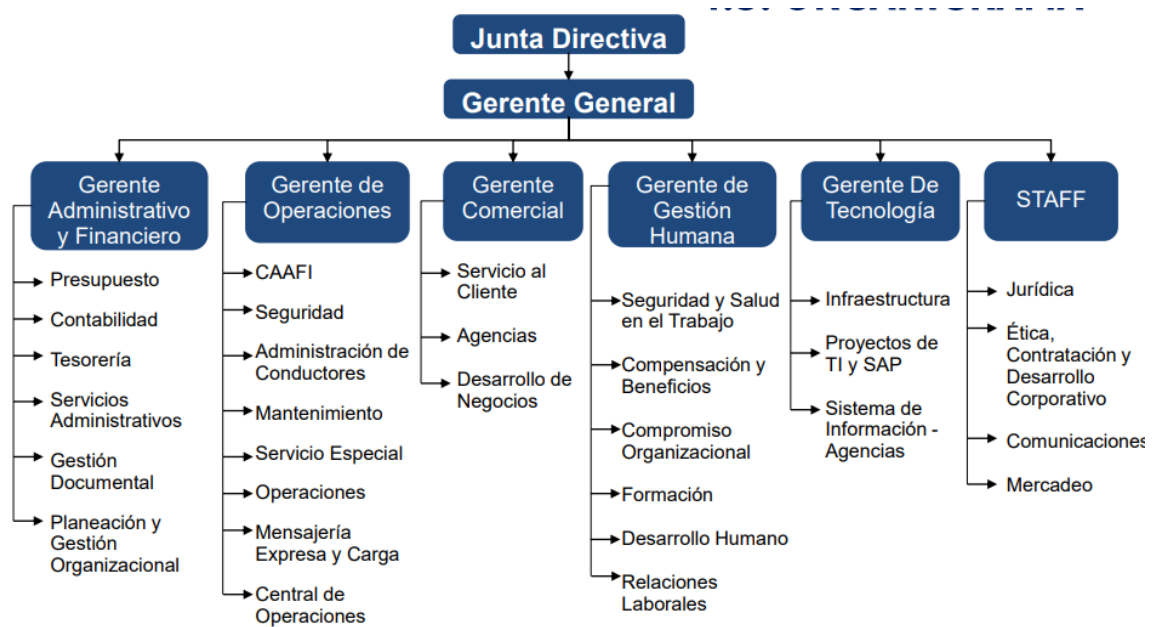


Gráfico 1 Organigrama organización. Información tomada de Manual de gestión Integral PGO – V17 donde podemos visualizar la clasificación de cargos de EXPRESO BRASILIA S.A.

3.8. Análisis de Entorno Macroentorno y Microentorno

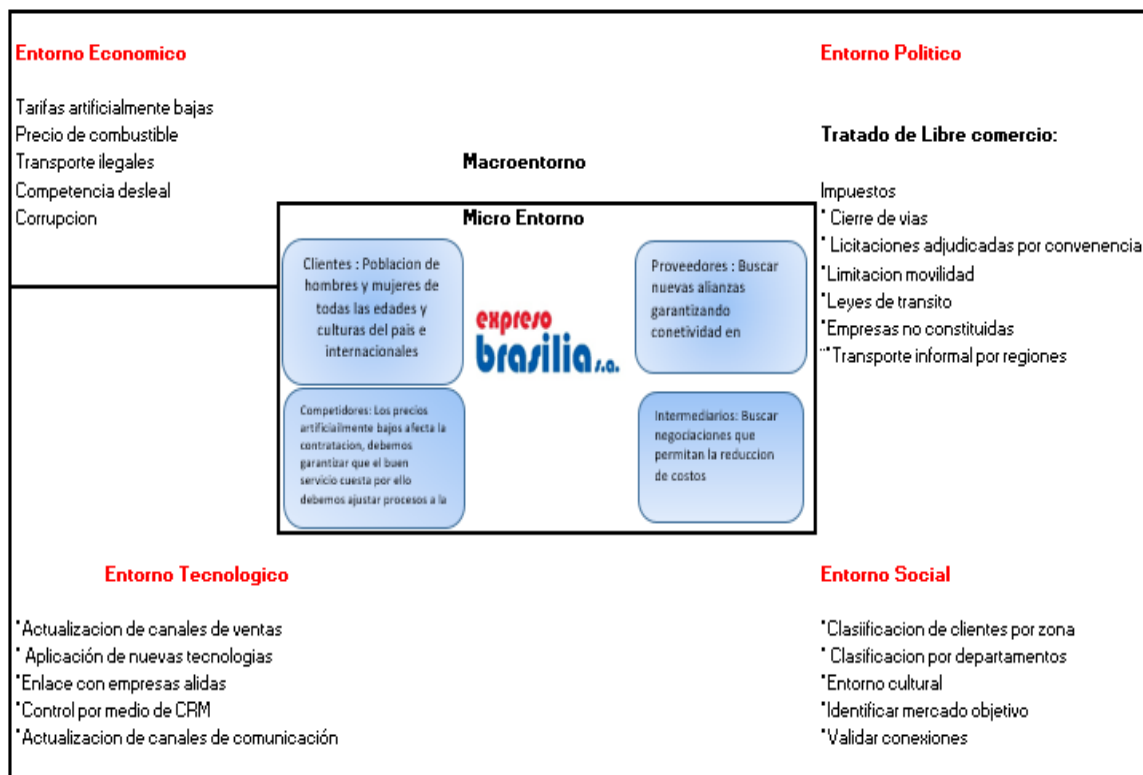


Gráfico 2. Análisis microentorno y macro entorno del sector de transporte de pasajeros en la actualidad basados en el nivel de servicio de las empresas más representativas del sector.

Fuente: Elaboración propia.

4. Matriz cinco fuerzas de Porter:

Sustitutos	Compradores	Nuevos participantes potenciales	Proveedores	Rivalidad entre competidores
En el sector de transporte y mensajería han ingresado a competir por contratos corporativos, empresas como agencias de viajes y empresas pequeñas las cuales para que se le adjudique un contrato o ganar un negocio ofrecen precios artificialmente bajos o en ocasiones ofrecen dadas a los contratantes dañando el mercado y la competencia leal.	Hoy en día las organizaciones buscan optimizar sus procesos administrativos, bajar costos y simplificar sus operaciones, razón por la cual al momento de contratar servicios de transporte y mensajería buscan una empresa que se encargue de estos servicios de manera ágil y sistemática y que sus clientes se sientan satisfechos con los servicios.	Para prestar un servicio de calidad por medio de la tecnología al realizar alianzas comerciales, se debe buscar que la conectividad permita que los usuarios puedan realizar conexiones de manera ágil y eficaz que les permitan movilizarse por el país sin contratiempos, ya que los usuarios que usan este servicio corporativo de transporte lo usan especialmente de manera laboral o médica	Ninguna empresa de transporte de pasajeros por carretera tiene cubrimiento del 100 % para movilizarse por el país razón por la cual, para poder ingresar al manejo de clientes corporativos se deben realizar alianzas estratégicas para cubrir las rutas que requieran los clientes, hoy en día se dificulta debido a que hay empresas que no cuentan con sistemas que permitan conexión directa lo que ocasiona retraso en la comunicación y mal servicio.	Las empresas de transporte más grandes del mercado como lo son Macarena, Bolivariano, Coopetran y expreso Brasilia en los últimos han creado dentro de sus líneas de negocio, el canal corporativo lo que ha hecho que la competencia es más fuerte y en ocasiones que los precios de los pasajes queden con precios artificialmente bajos afectando la operación del negocio y rentabilidad hoy.

Tabla 1. Análisis cinco fuerzas de Porter. Elaboración propia, con el fin de visualizar un panorama global del sector y según principios del DOFA se identificaron y clasificaron en las 5 fuerzas.

4.1. Diagnostico

Para identificar un diagnóstico real la empresa se realizó una encuesta de satisfacción a los clientes corporativos para poder conocer cuáles serían las principales oportunidades de mejora por zona debido que aunque hay objetivo principal cada líder comercial debe con cada una de sus agencia estructurar un plan de trabajo , con objetivos direccionados a la plan estratégico con el fin de cumplir con el 100% de la satisfacción de los clientes, lo que por efecto con llevar al cumplimiento del prepuesto asignado y garantizando el estabilidad de los colaboradores y reconocimiento de marca con el modelo de **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A**

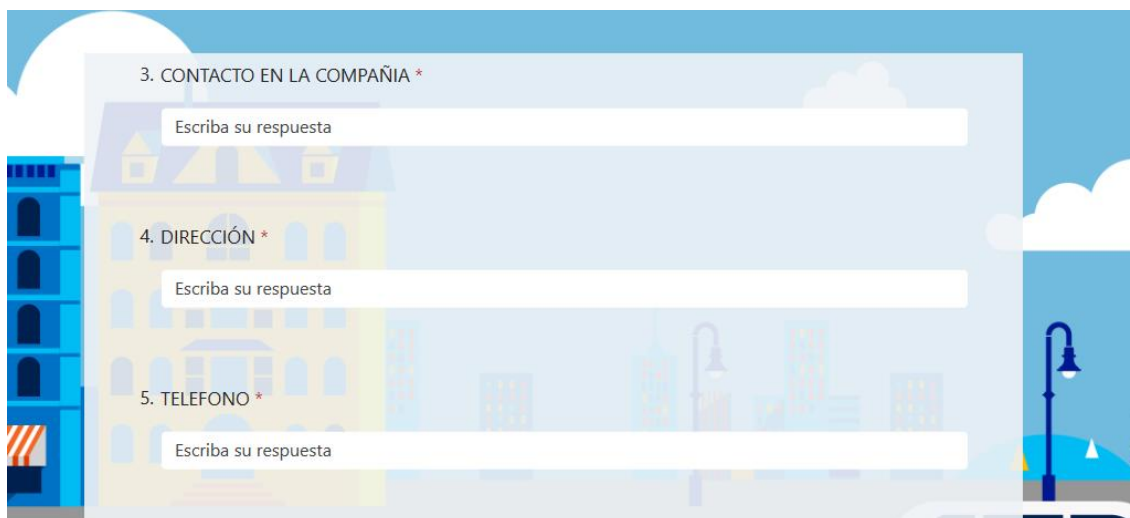
5.0 Generalidades de Encuesta a clientes

Link

<https://forms.office.com/Pages/ShareFormPage.aspx?id=zSZNtrMVyUy4vVtlwn5eHTDjBpHTyZVGhicRJzespS5UODYyV1hBQlhLMktQTEFUT1o5WkVURDg4NS4u&sharetoken=9zo0cXPGDI0vRLV6O2G8>



The image shows a digital survey form titled "CLIENTES CORPORATIVOS EXPRESO BRASILIA S.A." in a dark blue header. Below the title, a subtitle states "La encuesta tardará aproximadamente 6 minutos en completarse." The form contains two mandatory questions, each marked with a red asterisk and an "Obligatorio" label. The first question is "1. RAZÓN SOCIAL *" with a text input field labeled "Escriba su respuesta". The second question is "2. NIT *" with a text input field labeled "Escriba su respuesta". The background of the form features a stylized cityscape illustration with blue buildings, a yellow sun, and a blue sky with white clouds.



3. CONTACTO EN LA COMPAÑÍA *

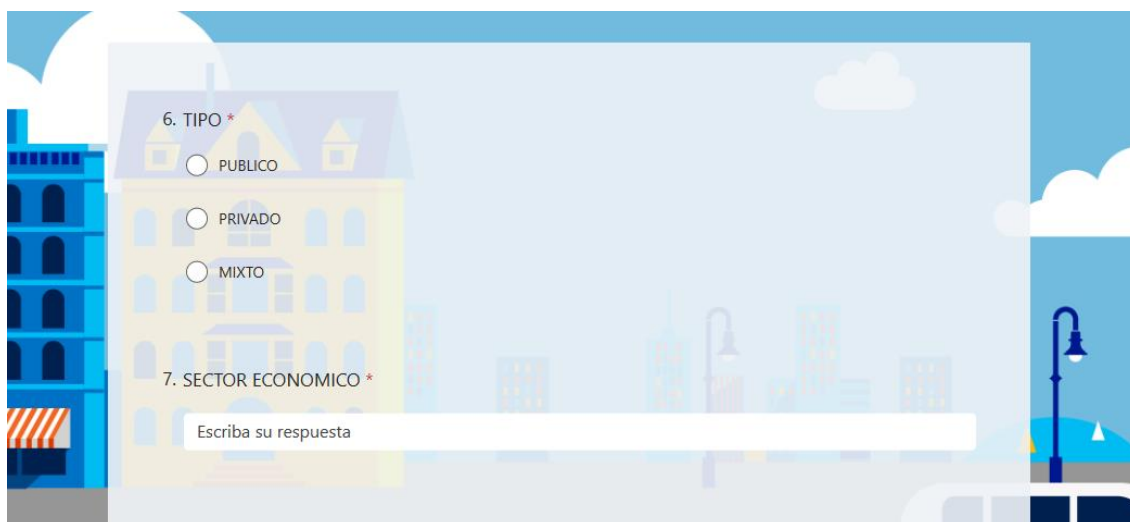
Escriba su respuesta

4. DIRECCIÓN *

Escriba su respuesta

5. TELEFONO *

Escriba su respuesta



6. TIPO *

☐ PUBLICO

☐ PRIVADO

☐ MIXTO

7. SECTOR ECONOMICO *

Escriba su respuesta

10. CIUDAD *

El valor debe ser un número.

11. DIRECTOR - EJECUTIVO DE VENTAS - ASESOR COMERCIAL-AUX DE VENTA *

Escriba su respuesta

12. AREA/AGENCIA RESPONSABLE *

Escriba su respuesta

Enviar

8. PRODUCTO *

☐ PASAJES/EXPRESOS

☐ SERVICIO ESPECIAL

☐ MENSAJERIA Y CARGA

9. TIPO PAGO *

☐ CONTADO

☐ CREDITO

☐ CONTRAENTREGA

☐ ANTICIPADO

Fuente: elaboración propia fue la encuesta de satisfacción que se aplicó a los clientes corporativos herramienta útil para las estrategias a implementar en este proyecto.

5. Análisis de las encuestas:

- * Algunas agencias no saben cuáles son clientes que existentes.
- * La información de los clientes existentes esta desactualizada.
- * En las agencias se evidencian que tiene clientes corporativos, pero se les atiende como clientes de taquillas.
- * Hay clientes existentes que no saben que existe un canal corporativo.
- * Los clientes nuevos se cansan por el tiempo tan largo de estudio de sus documentos para adquirir crédito.
- * La creación de clientes es muy larga
- * Hay que Socialización y crear nuevos convenios
- * Hay que realizar Capacitación de auxiliares de ventas en servicio al cliente.
- * Hay que realizar plan de capacitaciones para EL EQUIPO comercial.
- * Hay que parametrizar el sistema para que las ventas que un cliente corporativo que se incorpora o se le activan con las nuevas líneas de negocios con gestión de los lideres comerciales sean comisionales.

De acuerdo a los resultados arrojados por los entrevistados ellos dieron el punto de partida para que desde la gerencia general se pusiera como objetivo crear un área comercial estructurada enfocada a aumento de ventas y satisfacción del cliente final, debido a que se observó que los clientes no conocen las líneas de negocio que puede usar con EXPRESO BRASILIA S.A. , porque ni los mismo colaboradores las tienen claras razón por la cual se trabajan como áreas separadas falta de comunicación e integración dentro de los procesos que logran que la promesa de ventas

de rompa , porque entre área no se sabe que función realizar para cumplir con las promesas que deben tener los clientes corporativos .

5.1 Generalidades de procedimiento comercial

De acuerdo a lo anteriormente mencionado y los hallazgos encontrados se realiza dentro de la organización la unificación del área comercial de EXPRESO BRASILIA S.A. donde se estructura un equipo de líderes comerciales que por medio de sus habilidades pueda contribuir al fortalecer la marca prestando servicio con calidad.

Apoyado en los procesos misionales de la compañía como los son el área operativa, área financiera, servicio al cliente Unificación y estructuración que se logró para que el área comercial cumpla con las metas plateadas por la organización dirigidas a la satisfacción del cliente proceso que aunque inicio hace 6 años se debe fortalecer por medio estandarización de procesos basados dirigir ,controlar, planear, organizar.

Nota: Con el fin que los objetivos planteados se ejecuten a continuación se plasma el paso a paso del proceso comercial.

1. INFORMACIÓN GENERAL
Registro proceso comercial MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA

2. OBJETIVO
Establecer los lineamientos para el correcto cumplimiento de las actividades que realizaran en la negociación y cierre de las ventas corporativas de pasajes de la empresa.

3. ALCANCE
Aplica para lideres comerciales

4. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
ASO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO / SOPORTE
	1. Para Solicitud de servicio		
.1	Recepción de solicitud de servicio: Estas solicitudes son recibidas por los diferentes canales disponibles para el cliente: - Página web - Contacto Center. - Taquilla. - Visita al cliente. Cuando el cliente realice una solicitud de servicio a través de la página web y dependiendo del tipo de servicio seleccionado, esta solicitud será remitida por parte de servicio al cliente será direccionada por medio de SOFTEXPERT al líder comercial zonal el cual, asignara a director de zona o asesor por medio de una actividad en el sistema.	Agente Contact/ Coord comercial /LíderComercial/ Director rol Asesor	
.2	Registrar solicitud de servicio: Cuando el cliente realice su solicitud por el Contact center, el agente debe realizar el registro de la solicitud en donde indique la siguiente información: • Razón social/Nombre de persona natural • Teléfono de la empresa/Persona • Ciudad de la empresa/Persona	Asesor Agente Contact/ Coord. Unidad de negocios/Líder Comercial Zonal /Director rol Asesor comercial	Plantilla de seguimiento y gestión comercial.

	• Correo de la persona de contacto • Numero de celular de la persona de contacto. Seguidamente el agente debe indicar Tipo de servicio, descripción general del servicio y forma de pago. Cuando el servicio sea un servicio de transporte con un origen y un destino específico y con pago de contado se procederá de acuerdo con el proceso de Expresos. Los tipos de servicio son los siguientes: - Pasajes - Carga - Mensajería Expresa - Servicio especial Cuando la solicitud la realice un cliente directamente en la Taquilla o durante la visita de un director. El director debe registrar la solicitud en SOFTEXPERT. Este registro busca realizar trazabilidad de la gestión realizada a cada solicitud, tanto para el Director que atiende el requerimiento como para el Líder zonal quien realiza seguimiento.		
.3	Recibir y atender Solicitud: Cuando la solicitud sea asignada por el Líder Comercial Zonal, el Director debe recibir la solicitud y contactar al cliente para empezar con la gestión. Cuando un Director/Rol Asesor comercial recibe la solicitud por parte del cliente, el podrá tramitarla de manera inmediata, siempre reportando al líder Comercial zonal, el nuevo cliente. En caso de que no pueda atenderla debe remitirla al Líder de la Unidad de negocio para que el asigne a otro asesor/director Cuando se trate de solicitudes de participación en procesos de contratación se deben seguir los pasos descritos en el punto 2. De este documento.	Director Rol Asesor comercial/Líder Comercial	SOFTEXPER, seguimiento y gestión comercial.

.4	Realizar cotización: Una vez atendida la solicitud se procede a realizar la cotización del servicio. Esta cotización debe ser elaborada por el Asesor/Director y revisada por el Líder Comercial Zonal esto según los parámetros definidos para presentación de cotizaciones valor de cotización y la política de cotización y descuento.	Asesor comercial	Cotización/Política de cotización y descuentos.
.5	Realizar negociación: El asesor realiza seguimiento a la cotización enviada a los clientes y si el cliente solicita ajuste en la oferta económica, evalúa la viabilidad de realizar ajustes, en caso de que sea viable, se realiza el ajuste y se envía nuevamente al cliente. Si el cliente acepta la cotización, se continua con la siguiente actividad, si no, se descarta el cliente.	Asesor comercial	Cotización
.6	Verificar tipo de pago: Una vez el cliente acepte la cotización se verifica la forma de pago (crédito/pago anticipado). En caso de que el pago sea tipo crédito se continua con la siguiente actividad y si es pago anticipado se le solicitan al cliente todos los documentos requeridos para el estudio sarlaft. Se solicita la firma del formato “Autorización tratamiento de datos y verificación centrales de riesgos”, y se continua con la actividad 1.8. En cuanto a la verificación de documentos.	Asesor comercial	“Autorización tratamiento de datos y verificación centrales de riesgos”
.7	Solicitar Diligenciamiento de solicitud de crédito: Se debe solicitar al cliente diligenciar el formato de solicitud de crédito y se deben recibir todos los documentos soporte requeridos para el estudio de la solicitud de crédito.	Asesor comercial	Solicitud de crédito/ Acuerdo Comercial
.8	Revisar solicitud de crédito y verificar documentos: Una vez el cliente envíe la documentación solicitada se procede a revisar la veracidad y vigencia de los documentos, si existe inconsistencia se le solicita corrección al cliente. En caso de que la documentación este de acuerdo con lo requerido por la empresa, se procederá con la siguiente actividad.	Administrativa comercial	Solicitud de crédito/ Acuerdo Comercial

.9	Realizar análisis de riesgos SARLAFT: La Administrativa comercial debe solicitar el concepto de análisis de SARLAFT, del cliente. Este concepto es generado una vez se realice consulta del cliente y sus socios en las listas restrictivas disponibles. Si el concepto es favorable se continua con el análisis financiero del cliente, en caso de que el concepto sea desfavorable se descarta el cliente.	Oficial de cumplimiento	
.10	Realizar evaluación financiera: Una vez recibido el concepto favorable de SARLAFT, la Administrativa comercial solicita el concepto de evaluación financiera. Esta es realizada teniendo en cuenta los estados financieros del cliente de los últimos dos años en donde se evalúan los siguientes indicadores financieros: Liquidez, rotación de cartera, rotación de inventario, endeudamiento, rentabilidad, intensidad de riesgo y frecuencia de riesgo. A partir de este análisis el Jefe de Tesorería debe informar el monto máximo de cupo crédito que se soporta el cliente. Una vez finalizado el análisis se debe enviar al Gerente administrativo y financiero quien revisará el análisis financiero y dará visto bueno al monto recomendado por el Jefe de Tesorería. Se debe, indicar el valor del monto tentativo a asignar cupo. Si el valor el cliente lo puede pagar. De acuerdo a la información de acuerdo al capital de trabajo de acuerdo a los estados financiera.	Jefe de tesorería	Documentación del Cliente
.11	Aprobar solicitud de crédito: Teniendo en cuenta los dos conceptos (SARLAF y Financiero) y el monto de crédito solicitado por el cliente, la aprobación de este se realizará de acuerdo con política de nivel de atribución. Sin embargo, esta solicitud siempre llevará el concepto del Gerente comercial y Coordinador de unidad de negocio. Cuando la solicitud sea aprobada se debe indicar el cupo de crédito asignado. En caso de que no sea aprobado el crédito al cliente, el Asesor/Director deberá analizar el caso con la Directora Nacional de	Gerente Comercial.	Solicitud de crédito

	Negocios y la Jefe Jurídica, para evaluar posibles garantías que permitan aprobación del crédito, o presentarle otras opciones de pago.		
.12	Gestionar elaboración de contrato: Una vez aprobado el crédito se contacta al cliente para iniciar con la elaboración del contrato. Si el cliente maneja su propia minuta se recibe y revisa la minuta. En caso que, el cliente no tenga modelo de minuta de contrato, se le enviará el modelo de minuta de Expreso Brasilia para su revisión y firma.	Asesor Comercial	Minuta de contrato/ constitución de garantías (según aplique)
.13	Revisar minuta Luego que el asesor comercial/Director de agencia recibe la minuta de contrato del cliente, la envía al Director Nacional de Nuevos Negocios, quien revisa a nivel técnico y comercial que contenga todas las condiciones acordadas durante la negociación. Posterior a esto se envía el contrato al jefe de jurídica y Gerente administrativo y financiero quienes revisan y dan visto bueno a los términos legal y términos de pago y facturación respectivamente.	Director Nacional de Nuevos negocios	Contrato del cliente
.14	Firma de contrato Una vez se tenga el visto bueno del jefe de Jurídica y del Gerente Administrativo y financiero se procede a solicitar la firma del contrato por el Gerente General.	Gerente General	Contrato del cliente
.15	Creación del cliente en el sistema (SAP y sistema de agencias). Con el contrato firmado el Asesor/Director de agencia diligencia junto con el cliente el formato de “Creación del cliente” y lo envía al Analista comercial y Analista de datos maestros para que realicen la creación del cliente en el sistema, de acuerdo con los lineamientos establecido.	Analista de Datos maestros/ Analista comercial	Solicitud, aprobación y cobro de créditos
.16	Creación del Contrato en el Sistema de Agencias: Una vez creado el cliente, el analista de datos Maestros notifica al Analista comercial para la creación del contrato en Sistema de Agencias	Analista Comercial / Coordinador de Unidad de negocio	

	El contrato debe crearse con el nombre del cliente, identificación, el tipo de servicio, modalidad de pago, plazo, presupuesto o cupo, y se le asigna el número de contrato con el cual se llevará a cabo el control documental y demás registros necesarios.		
.17	Creación del contrato en la Web Corporativa. Cuando el contrato va a ser ejecutado con la herramienta Web Corporativa, debe crearse previo al inicio de la ejecución. Se crea con el objeto, el cliente, el valor o presupuesto, y el usuario administrador del contrato. La clave generada para el acceso a los usuarios de la herramienta debe notificarse a la persona designada por el cliente para tal fin, como usuario administrador. Cuando la herramienta web no vaya a ser administrada directamente por el cliente, debe notificarse al administrador de contrato en Expreso Brasilia, que corresponde al coordinador de ventas institucionales, o al director de agencia, según la instructiva herramienta web corporativa.	Coordinador de Ventas Corporativas	
.18	Elaborar Acuerdo de nivel de servicio (ANS) con el cliente. Teniendo en cuenta las condiciones comerciales pactadas con el cliente se debe elaborar el Acuerdo de nivel de servicio, donde se debe indicar la información general del cliente, fecha de inicio y fin del contrato, información para facturación, información comercial del servicio, especificaciones de la operación, requerimientos tecnológicos, de calidad, salud y seguridad en el trabajo, seguridad vial y ambiental y la frecuencia de seguimiento al contrato.	Asesor/Director de agencia	Acuerdo De Nivel De Servicio Ventas Corporativas (ANS)
.19	Enviar el ANS a las áreas involucradas de la empresa	Director de agencia	Acuerdo De Nivel De Servicio Ventas Corporativas (ANS)

	Una vez elaborado el ANS del contrato, se debe comunicar a todas las áreas interesadas e involucradas en los procesos del cliente. Las áreas a las que se le debe comunicar el ANS son: Equipo comercial y fuerza de ventas, Operaciones, Mantenimiento, Gestion humana, SST, PGO, Gerencia de TI, Facturación y cartera, contabilidad, servicios administrativos. En la medida que sea necesario se incluirán otras áreas.		
.20	Informar al cliente que su contrato se encuentra creado. Se debe informar al cliente que la empresa ha creado el contrato en el sistema y se encuentra lista para recibir sus solicitudes. Cuando el cliente va a manejar el contrato con la herramienta web corporativa, además, se informa también el usuario y la clave correspondiente. A partir de este momento el contrato empieza a ejecutarse y el Asesor/Director de agencia o responsable del cliente, debe realizar seguimiento y control de la operación y ejecución proceso de Post venta.		
	2. Proceso de contratación		
.1	Descargar información en SECOP/ o Recibir invitación: Los procesos de contratación con entidades públicas se direccionan con el asesor especializado. Los procesos de contratación con entidades privadas serán manejados por los Asesores/Directores de agencia y ejecutivos de venta, con el apoyo y seguimiento del líder comercial zonal y el Coordinador de ventas institucionales. Cuando se abre un proceso de licitación en la plataforma de SECOP, se procede a estudiar los pliegos y/o términos de condiciones del proceso. Si se considera que la empresa puede cumplir con las condiciones del proceso se envía al	Coordinador de ventas Institucionales/ Asesor comercial	

	Director Nacional de Nuevos Negocios para su evaluación y direccionamiento. Nota: Los Asesores/Directores podrán realizar las cotizaciones previas para estudios previos de mercado de las Entidades Públicas.		
.2	Evaluar viabilidad en el cumplimiento de requerimientos Se revisa la información del proceso y se valida que la empresa cumpla con los requisitos Jurídicos: habilitantes del proceso como Experiencia y Capacidad. Financieros: Cumplimiento de indicadores de capacidad financiera y organizacional. Si es viable la presentación de oferta con esos requisitos, se verifica cumplimiento técnico: Que la empresa esté en capacidad de ofrecer y cumplir los requerimientos del servicio objeto del proceso. En caso de que no se cumpla con algún requisito se evalúa si es necesario realizar observación a los pliegos, se envían las observaciones correspondientes y se espera respuesta de la entidad. Si la entidad no acepta las observaciones y esto restringe la participación de la empresa, se descarta el proceso de contratación; o se evalúa la opción de presentar oferta como proponente plural. En caso de que la entidad acepte las observaciones, se avanza con la preparación de la propuesta. Se procede a evaluar si para la ejecución del contrato se requiere realizar convenio y si el valor del contrato supera las atribuciones del Gerente General. Si requiere convenio, o por su presupuesto supera las atribuciones del Gerente General, se debe continuar con la siguiente actividad.	Asesor/Director- Coordinador / Director Nacional de Negocios	

.3	Presentar proceso a la Gerencia General y solicitar autorización de junta de presentar propuesta con convenio. El director Nacional de Nuevos negocios debe presentar a la Gerencia General el objeto del proceso de contratación, monto, cobertura y si se requiere de realizar convenio con otra empresa. Si la Gerencia General aprueba la participación en el proceso, pero por el monto del contrato supera su nivel de atribución, o requiere convenio para proponente plural, solicita a la junta la autorización para presentar oferta. En caso de que no supere las atribuciones del Gerente General se presenta a la Gerencia General y con su aprobación se continua con la elaboración de la propuesta técnica y económica.		
.4	Presentar a la junta: Se presenta el objeto del proceso de contratación, monto, cobertura y si se requiere de realizar convenio con otra empresa. La Junta de acuerdo con lo expuesto por el Gerente General decide si participa o no. En caso de que apruebe la participación se continua con la siguiente actividad. Cuando no apruebe la participación se descarta el proceso.		
.5	Realizar convenio: Con la autorización de la junta o según sea el caso, se tramita la conformación del convenio, o proponente plural según sea el caso. Para la firma del convenio se evalúa cuál de las empresas aliadas cumple con las condiciones indicadas en el pliego y con la que es viable constituir proponente plural. Esta evaluación se realiza a través del estudio de indicadores financieros y técnicos (capacidad de la empresa en el cubrimiento de rutas y capacidad operativa).		

	Para esta evaluación se consulta el RUP (registro único de proponente) y el certificado de existencia y representación legal. Se presenta a la Gerencia General el análisis de las posibles empresas para hacer convenio. Una vez seleccionada se procede a hacer contacto con la empresa y se fijan las condiciones de constitución y funcionamiento de proponente plural. Si la empresa acepta las condiciones se realiza la firma el documento de constitución de proponente plural.		
.5.1	Constitución de proponente plural: En caso de que propuesta se presente en la modalidad de proponente plural, la Dirección de Nuevos Negocios debe gestionar la elaboración del documento de constitución, con el área jurídica, así como el cumplimiento de requisitos financieros con el área contable. Una vez se llegue a acuerdo en las condiciones del consorcio, o unión temporal, debe tramitar la firma por el Representante Legal y demás requisitos necesarios para presentar la propuesta.	Líder comercial	
.6	Elaborar propuesta técnica y económica Convenio: El asesor comercial o Director de agencia dependiendo del tipo de servicio elabora las propuestas y hace la solicitud de documentación requerida por el proceso de contratación a las áreas encargadas: Documentos financieros, documentos de vehículos, procesos, certificaciones y documento de gestión humana. Las propuestas para los procesos de contratación con entidades públicas deben ser tramitados por el asesor comercial de ventas institucionales y el Coordinador de ventas Institucionales, esto debido a la especialidad de este tipo de procesos públicos (SECOP)	Líder comercial zonal / Coordinador de venta institucional Asesor comercial	

.6	Presentar propuesta: Para los procesos de contratación con entidades privadas la cotización y la presentación de la oferta la realizará el Director de agencia que atienda la solicitud. Estos procesos de contratación son recepcionados por cualquier canal y/o por cualquier Director de agencia o asesor comercial. Para los procesos de contratación con entidades públicas la oferta se presenta de acuerdo con el cronograma emitido por la entidad en la plataforma del SECOP. Durante la elaboración de la oferta económica el monto definido a presentar al cliente debe ser aprobado según lo definido en la política de descuento y autorización para presentación de propuesta.		
	Recibir respuesta de adjudicación del proceso Una vez la entidad presenta los resultados se hace la revisión de la evaluación de la propuesta y las observaciones generadas. En caso de que requiera realizar subsanaciones, se realizan las que haya a lugar y se presentan nuevamente. De acuerdo con el cronograma se recibe respuesta de adjudicación. Si el contrato es adjudicado, se procede con firma del contrato y constitución de pólizas y se continua como se indica desde la actividad 1.4 del presente documento.		

Tabla 1. Generalidades procedimiento comercial este será el procedimiento y control que deben cumplir los colaboradores que pertenezcan al área comercial. Elaboración propia.

5.2. SISTEMA DE CONTROL ACTIVIDADES AREA COMERCIAL

INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN
COMERCIAL EN
SOFTEXPERT

Con el fin que el modelo MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A logre cumplir con los objetivos planteados se hace necesario que integración de sistema de medición que permita controlar la ejecución de las actividades planteadas a cada uno de los lideres comerciales a nivel nacional razón por la cual el departamento comercial junto con el área de sistema diseñó la herramienta que se muestra a continuación

Paso 1 / Tarea: Selección de botón

Descripción: Ir a SoftExpert: <https://softexpert.expresobrasilia.com/softexpert/login>, ingresar su usuario y contraseña. Seleccionar el botón “REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL” que se encuentra en la sección de “Soluciones Organizacionales” ubicada en la parte derecha del portal de inicio



	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 39 DE 76
---	---	--

Paso 2 / Tarea: Registro de información del cliente

Descripción: Seleccionado el botón, se mostrará el formulario de registro donde se deberá ingresar los siguientes campos:

- **Información del cliente:**
 - NIT o cédula del cliente, según aplique
 - Nombre o razón del cliente, según aplique
 - Ciudad
 - Dirección
 - Tipo de negocio
 - Sector económico
- **Información contacto del cliente**
 - Nombre de la persona con la que se realiza la gestión comercial
 - Cargo
 - Celular
- **Información modelo comercial**
 - Tipo de servicio
 - Tipo de pago
 - Consumo estimado

- Tiempo de facturación
- Competencia

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente

NIT / cédula (solo número) *	Nombre / razón social *	Tipo de negocio *	Sector económico *
Ciudad *	Dirección *		

Información de contacto de empresa

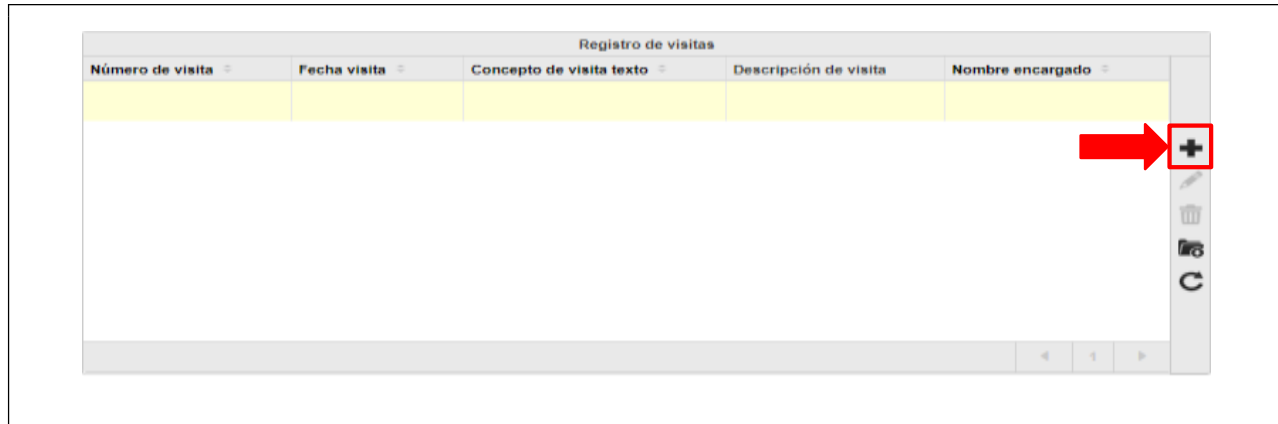
Nombre *	Cargo *	Celular *

Información modelo comercial

Tipo de servicio *	Tipo de pago *	Consumo estimado	Tiempo de facturación de cada mes	Competencia

Paso 3 / Tarea: Registro de visitas

Descripción: Dentro del formulario, encontraremos la tabla de “Registro de visitas” para ingresar tanto las visitas que se planearán y las que se realizarán. Para esto, dar clic en el botón de “incluir” que se encuentra en la parte derecha de la ventana.



Paso 4 / Tarea: Registro de información de visitas

Descripción: A continuación, aparecerá un formulario donde se debe diligenciar la siguiente información:

- Número de visita
- Concepto de visita
- Fecha de visita (Planificada o efectuada)
- Descripción de la visita. Si se está registrando una visita planificada, se debe

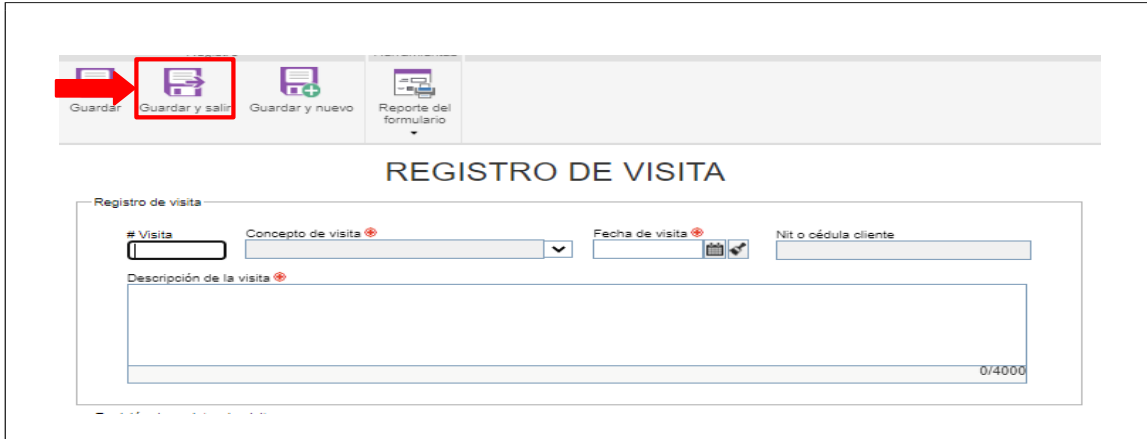
diligenciar “Visita pendiente por realizar” para aclarar que es una visita que se programó con el cliente

Por último, dar clic en la opción de “Guardar y salir” que se encuentra en la parte superior izquierda para grabar la información

REGISTRO DE VISITA

Registro de visita			
# Visita	Concepto de visita	Fecha de visita	Nit o cédula cliente
Descripción de la visita			
0/4000			
Revisión de registro de visita			
¿Visita aprobada?	Observaciones		
	0/4000		
Revisado por	Fecha de revisión		

	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 43 DE 76
---	---	--



Paso 5 / Tarea: Guardado de visitas planificadas

Descripción: En caso de grabar una visita planificada donde no se requiera revisión por parte del responsable, se debe dar clic en el botón “Guardar” que se encuentra en la parte superior izquierda (A) y cerrar la ventana (B). No se debe ejecutar la tarea dado que no es necesario que pase a la etapa de revisión.

De esta forma, se registrará la información de la visita programada, pero permanecerá en “Tareas” del director o asesor hasta que se ejecute la visita y se ingrese la información correspondiente.

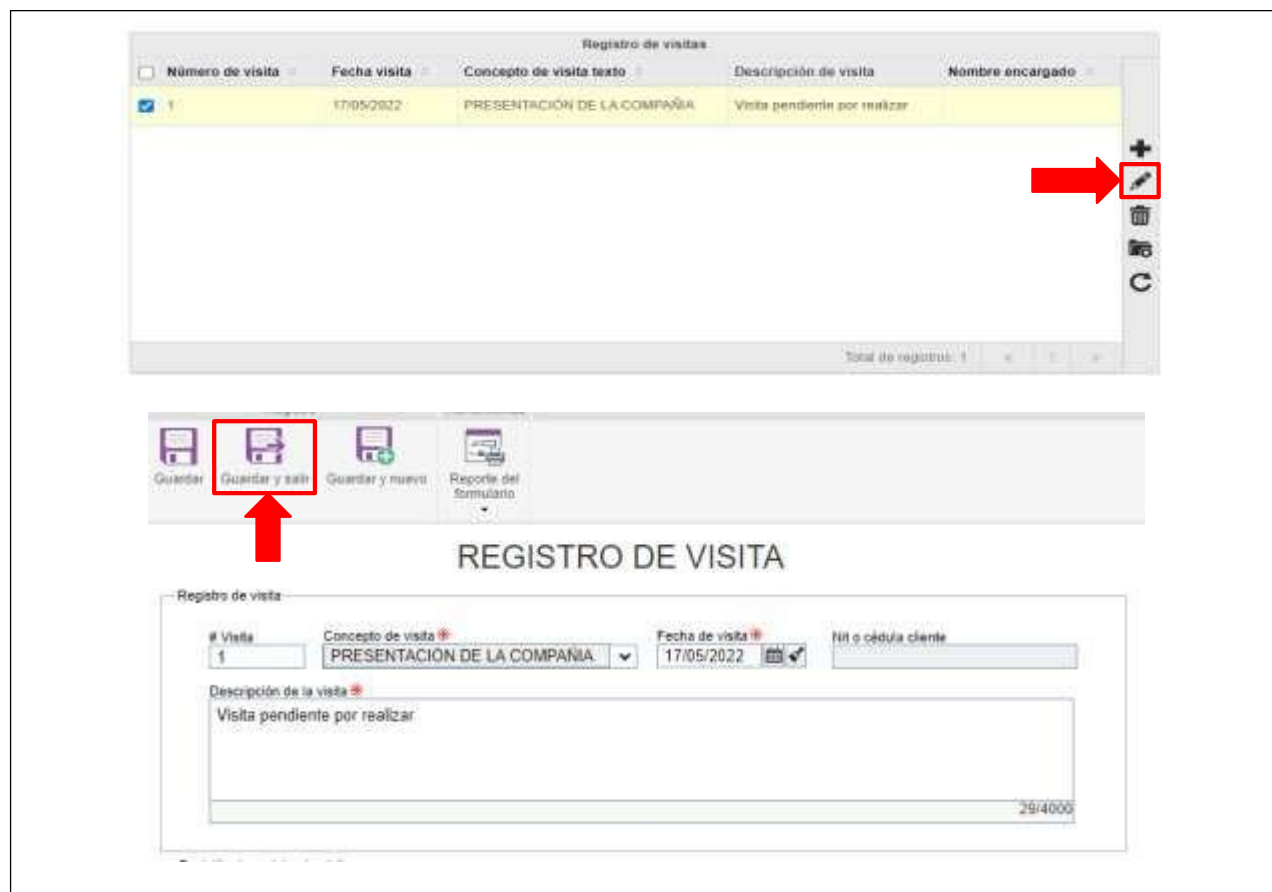


Paso 6 / Tarea: Actualización de visitas

Descripción: Realizada la visita, se procede a diligenciar la información de la misma. Si la visita fue programada en el sistema (es decir, que se registró previamente), se selecciona y se da clic en el botón “modificar” que se encuentra en la parte derecha de la tabla.

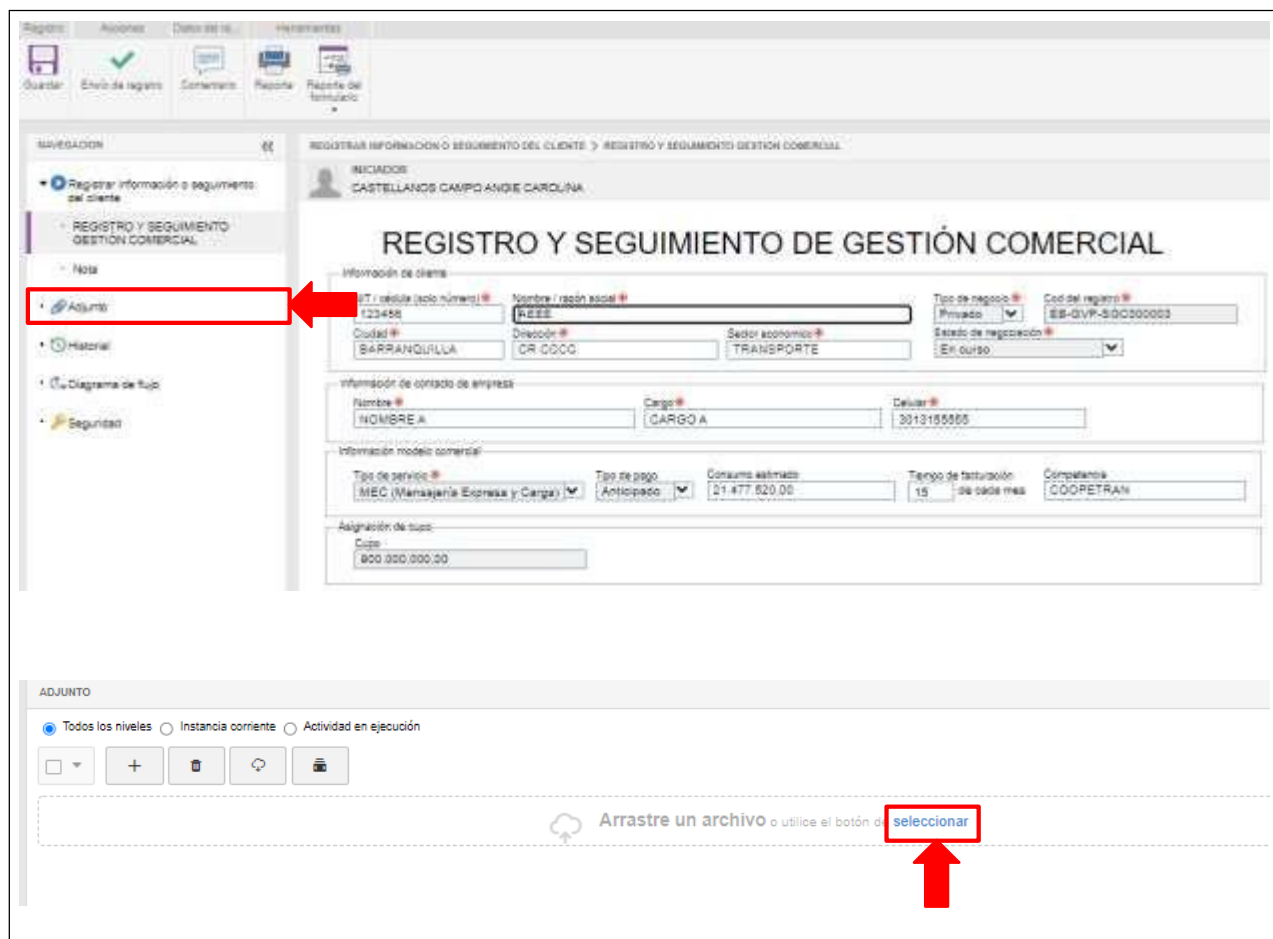
A continuación, se visualizarán los datos de la visita seleccionada y se podrá editar dicha información para actualizarla. Por último dar clic en la opción de “Guardar y salir”

Si se va a registrar una visita que se realizó, pero no se planificó consultar el paso 4 del presente instructivo



Paso 7 / Tarea: Adjunto de documentación

Descripción: Si durante la(s) visita(s) realizada(s) se recibió documentos por parte del cliente, estos se podrán adjuntar en el formulario dando clic en el apartado de “Adjuntos” que se encuentra en la parte izquierda de la ventana. Luego, se da clic en la opción “seleccionar” y se eligen los archivos para cargarse.



REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente:

Nombre / razón social: FREE
Código: 123456
Ciudad: BARRANQUILLA
Código: CR 0000
Sector económico: TRANSPORTE
Tipo de negocio: Privado
Código del registro: EB-GVP-00000003
Estado de negocio: En curso

Información de contacto de empresa:

Nombre: NOMBRE A
Cargo: CARGO A
Celular: 3013155555

Información modelo comercial:

Tipo de servicio: MEC (Mantenimiento Express y Carga)
Tipo de pago: Anticipo
Consumo estimado: 21.477.520.00
Tiempo de facturación: 15 días de cada mes
Compañía: COOPETRA

Asignación de supervisor:

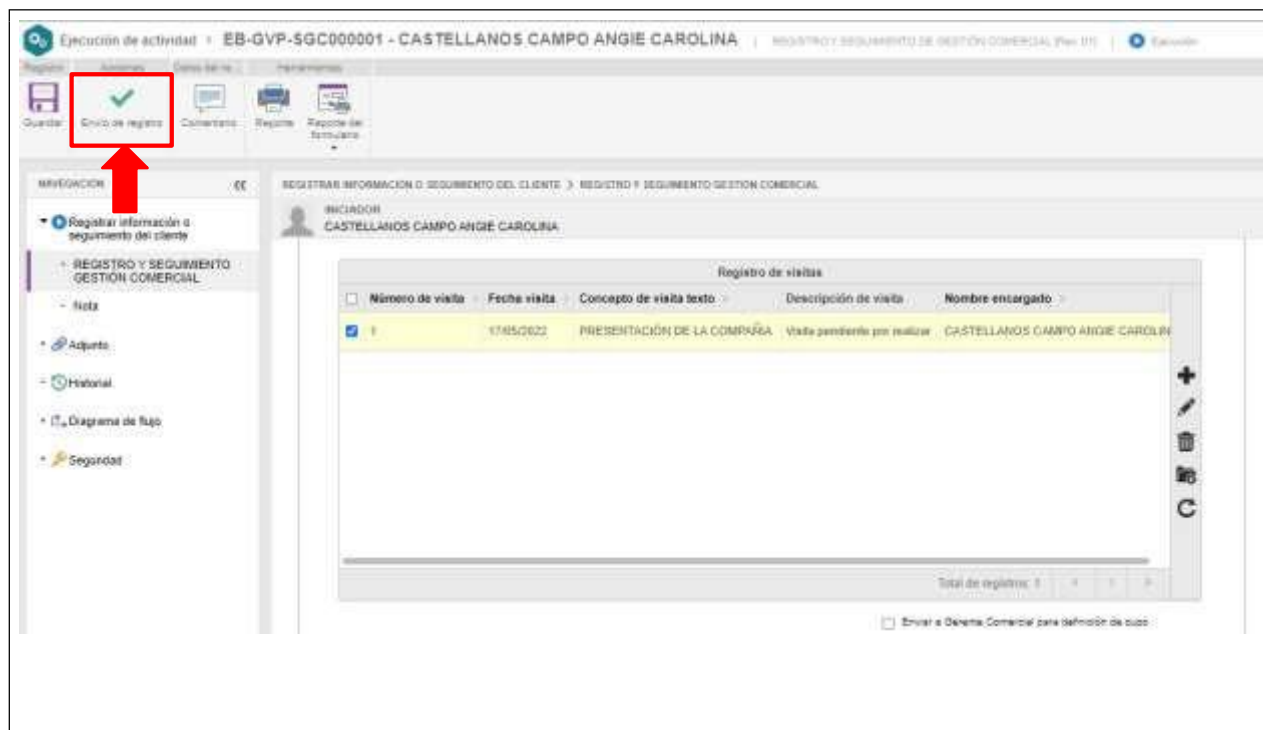
Código: 800.000.000.00

ADJUNTO

☒ Todos los niveles ☐ Instancia corriente ☐ Actividad en ejecución

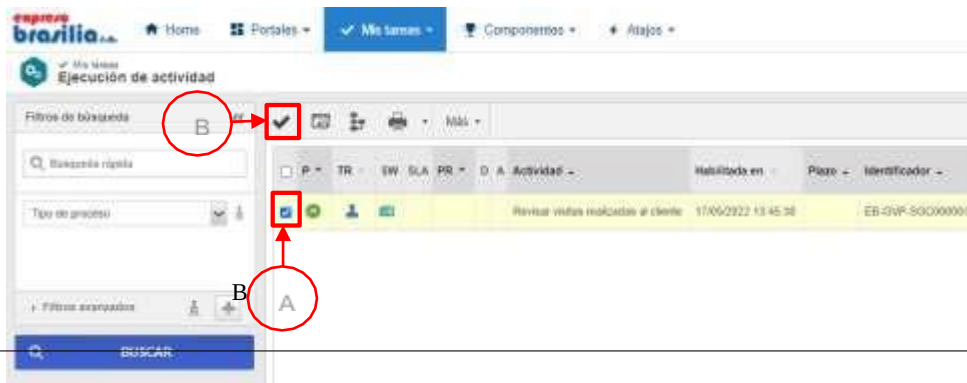
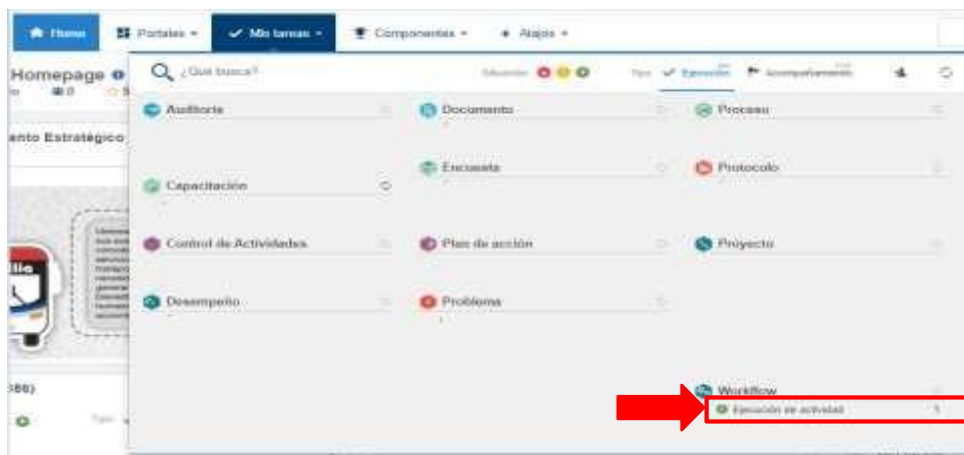
Paso 8 / Tarea: Envío de información al responsable

Descripción: Para enviar a revisión y aprobación el registro de las visitas y/o documentación cargada, se debe dar clic en el botón de “Envío de registro” que se encuentra ubicado en la parte izquierda superior de la ventana. De manera inmediata, la tarea será entregada al responsable para que revise la información ingresada y realice sus observaciones.



Paso 9 / Tarea: Recepción de tarea para la revisión

Descripción: Cuando el director o el asesor ejecute la actividad, el responsable recibirá la tarea para la revisión del registro realizado. Para visualizarla, se debe dirigir a la pestaña de “Mis Tareas” que se encuentra en la parte superior izquierda del sistema, luego a la sección de “Workflow” y por último a “Ejecución de actividad”. A continuación, se listarán las tareas filtradas por el proceso seleccionado, se escoge la tarea de interés (A) y se da clic en el botón “ejecutar” (B)



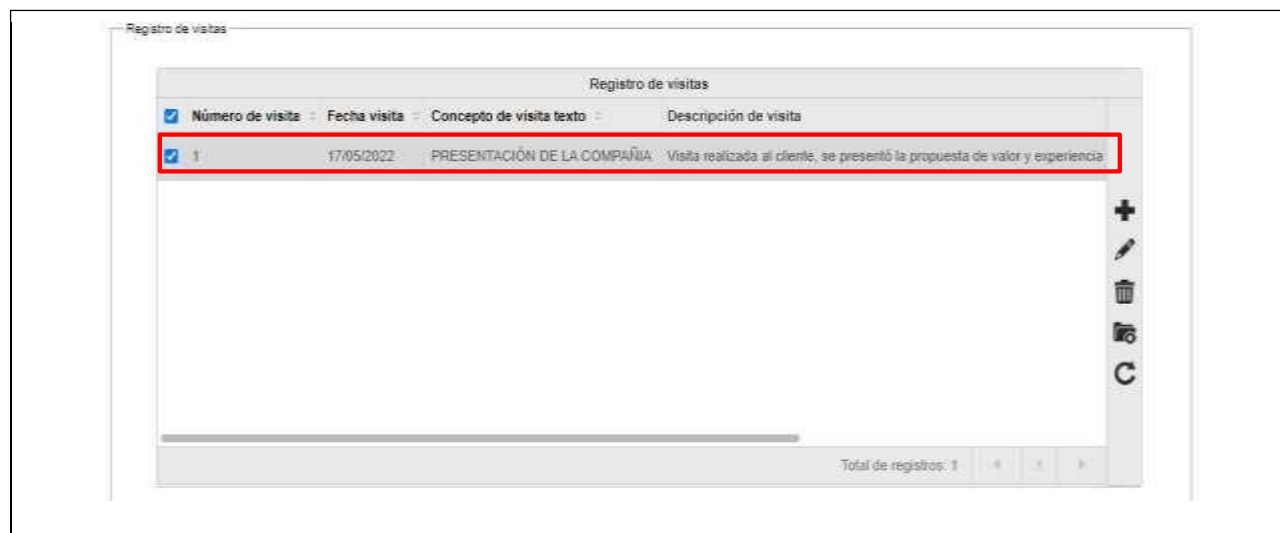
	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 49 DE 76
---	---	--

Paso 10 / Tarea: Revisión de la gestión comercial realizada

Descripción: Se visualizará el formulario con todos los datos del cliente y las visitas realizadas por el encargado. Los datos del cliente solo se podrán visualizar, pero no modificar.

Para revisar las visitas se debe seleccionar y dar doble clic sobre ella, de esta forma, aparecerá la información diligenciada por el director de agencia o asesor tales como número, fecha y descripción de la visita.

Observación: Si la visita tiene como descripción “Pendiente por realizar” es una visita planificada que no debe ser revisada por el momento, por lo tanto, se debe omitir y revisar las otras visitas que se hayan efectuado y no hayan sido aprobadas con anterioridad.



	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 50 DE 76
---	---	--



Paso 11 / Tarea: Registro de aprobación y observación

Descripción: Dentro del mismo formulario se contará con los siguientes campos

- ¿Visita aprobada?: Indicar Si / No según corresponda
- Observaciones: Campo para el diligenciamiento de anotaciones u observaciones con respecto a la visita, puntos a tener en cuenta, consideraciones, cambios a realizar, etc.
- Revisor por: Nombre de la persona que realiza la revisión. Se trae de manera automática.
- Fecha de revisión: Se trae de manera automática

Registrado los datos pertinentes, se debe dar clic en el botón de “guardar y salir” ubicado en la parte superior

Revisión de registro de visita

¿Visita aprobada? ☒ Observaciones 0/4000

Revisado por: CASTELLANOS CAMPO ANGIE CAROLINA Fecha de revisión: 17/05/2022

Registro: Guardar Guardar y salir Guardar y nuevo Herramientas: Reporte del formulario

REGISTRO DE VISITA

Registro de visita

Paso 12 / Tarea: Visualización de documentos cargados

Descripción: Para visualizar los documentos previamente cargados, dar clic en el apartado de “Adjuntos” que se encuentra en la parte izquierda de la venta. A continuación, encontraremos el grupo de documentos que hasta el momento se han cargado. Para volver al formulario, dar clic en el apartado de “REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL” que se encuentra ubicada a dos

cas.

Guardar Visita revisada Finalizar registro Comentario Reporte Reporte del formulario

NAVEGACION

- Revisar gestión comercial realizada
 - REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL
 - Nota
 - Adjunto**
 - Historial
 - Diagrama de flujo

ADJUNTO

Todos los niveles Instancia corriente Actividad en ejecución

Arrastre un archivo

ACTA DE REUNIÓN
 XLSX 70.6 KB
 INSTANCIA EB-GVP-SGC000003

Registro Acciones Datos del re. Herramientas

Guardar Visita revisada Finalizar registro Comentario Reporte Reporte del formulario

NAVEGACION

- Revisar gestión comercial realizada
 - REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL**
 - Nota
 - Adjunto
 - Historial

REVISAR GESTION COMERCIAL REALIZADA > REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTION COMERCIAL

INICIADOR
 CASTELLANOS CAMPO ANGIE CAROLINA

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN C

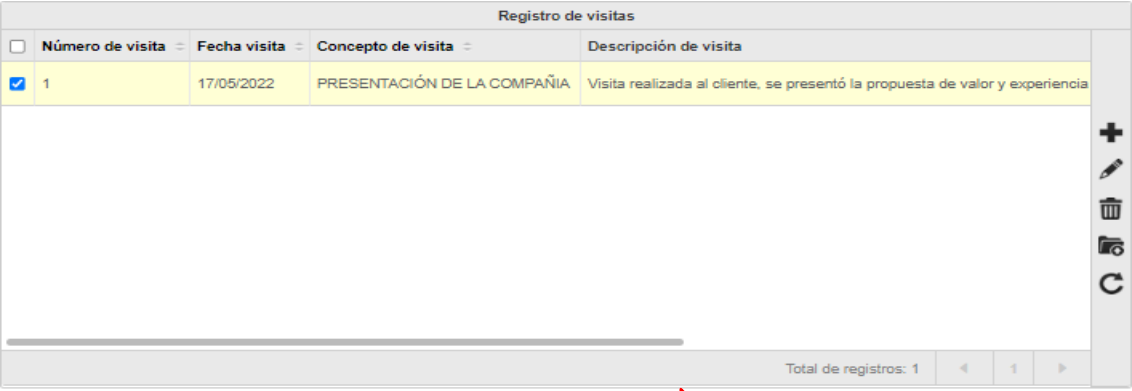
Información de cliente

NIT / cédula (solo número) 123456 Nombre / razón social AEEE
 Ciudad BARRANQUILLA Dirección CR CCCC Sector económico TRANSPORTE
 Tipo de negocio Privado Estado de negocio En curso

	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 52 DE 76
---	---	--

Paso 12 / Tarea: Generación de tarea para registro de cupo

Descripción: Durante la revisión de las visitas registradas, el encargado podrá generar la tarea al Gerente Comercial para la definición del cupo del cliente. Para esto, debe marcar la casilla de “Enviar al gerente comercial para definición de cupo” que se encuentra debajo de la tabla de “Registro de visita”



The screenshot shows a web interface titled "Registro de visitas". It contains a table with the following columns: "Número de visita", "Fecha visita", "Concepto de visita", and "Descripción de visita". The first row is highlighted in yellow and contains the values: "1", "17/05/2022", "PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA", and "Visita realizada al cliente, se presentó la propuesta de valor y experiencia". Below the table, there is a checkbox labeled "Enviar a Gerente Comercial para definición de cupo". A red arrow points to this checkbox.

Número de visita	Fecha visita	Concepto de visita	Descripción de visita
1	17/05/2022	PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA	Visita realizada al cliente, se presentó la propuesta de valor y experiencia

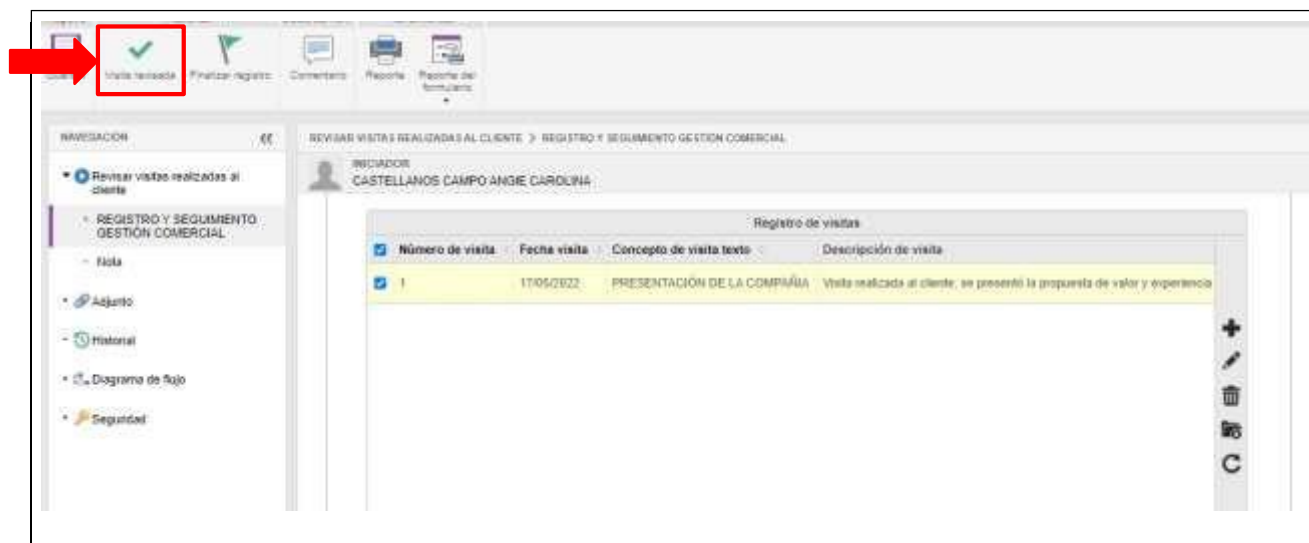
Enviar a Gerente Comercial para definición de cupo

	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 53 DE 76
---	---	--

Paso 13 / Tarea: Envío de registro de revisión y aprobación

Descripción: Una vez indicadas las observaciones y la aprobación de las visitas, se debe dar clic en “Visitas revisada” que se encuentra la parte superior izquierda para ejecutar la tarea y devolverla al director o asesor para que siga registrando su gestión comercial con el cliente.

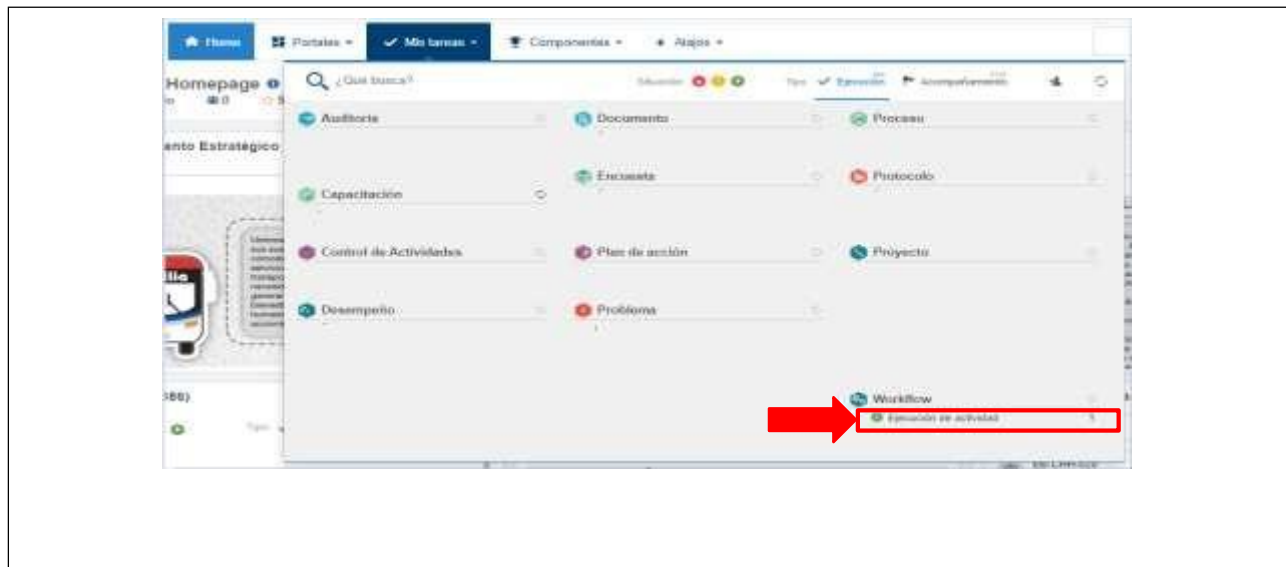
Si la casilla de “Enviar al gerente comercial para definición de cupo” está marcada se le asignará la tarea al gerente para la definición del cupo



Paso 14 / Tarea: Recepción de tarea asignación de cupo

	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 54 DE 76
---	---	--

Descripción: Cuando el revisor ejecute la actividad, el responsable recibirá la tarea para asignar el cupo al cliente. Para visualizarla, se debe dirigir a la pestaña de “Mis Tareas” que se encuentra en la parte superior izquierda del sistema, luego a la sección de “Workflow” y por último a “Ejecución de actividad”. A continuación, se listarán las tareas filtradas por el proceso seleccionado, se escoge la tarea de interés (A) y se da clic en el botón “ejecutar” (B)



Paso 15 / Tarea: Registro y envío de cupo asignado

Descripción: La persona encargada de definir el cupo asignado para el cliente, tendrá que ingresar el valor en el campo “Cupo” que se encuentra en la sección de “Asignación de cupo” del formulario. Para enviar, debe seleccionar el botón “Cupo asignado” que se encuentra en la parte superior izquierda.

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente

NIT / cédula (solo número)

123456

Nombre / razón social

AEEE

Tipo de negocio

Privado

Cod del registro

EB-GVP-SGC000003

Ciudad

BARRANQUILLA

Dirección

CR CCCC

Sector economico

TRANSPORTE

Estado de negociación

En curso

Información de contacto de empresa

Nombre

NOMBRE A

Cargo

CARGO A

Celular

3013155555

Información modelo comercial

Tipo de servicio

MEC (Mensajería Expresa y Carga)

Tipo de pago

Anticipado

Consumo estimado

21.477.520,00

Tiempo de facturación

15 de cada mes

Competencia

COOPETRAN

Asignación de cupo

Cupo



	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 56 DE 76
---	---	--

Paso 16 / Tarea: Registro de cotización

Descripción: Durante la gestión con el cliente, el director o asesor tendrá los campos para registrar el porcentaje o las condiciones definidas para la cotización y negociación de la misma en la sección de “Resumen de cotización”.



Paso 17 / Tarea: Finalizar gestión del cliente

Registrada y enviada la última visita al cliente, el encargado de revisión podrá dar cierre a la gestión del mismo. Antes de dar por finalizada la gestión, se debe actualizar e indicar el estado de la gestión, definir si se cierra con negociación exitosa o se cierra con negociación descartada

Por último, se debe dar clic en el botón de “Finalizar registro” ubicado en la parte superior izquierda para dar cierre a la gestión.

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente:

NIT / cédula (solo número)	Nombre / razón social	Tipo de negocio	Cod del registro
123456	AEEE	Privado	EB-GVP-SGC000003
Ciudad	Dirección	Sector económico	Estado de negociación
BARRANQUILLA	CR CCCC	TRANSPORTE	En curso

Información de contacto de empresa:

Nombre	Cargo	Celular
NOMBRE A	CARGO A	3013

Red arrows point to the 'Estado de negociación' dropdown menu and the 'En curso' option.

Regimen: Registrar Datos de la: Herramientas

Guardar  Comentar: Reporte Reporte del formulario

SELECCIONAR: Registrar gestión comercial realizada

REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL

Nota

Adjunto

Historial

REVISAR GESTIÓN COMERCIAL REALIZADA: REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL

INICIADOR: CASTELLANOS CAMPO ANDRÉ CAROLINA

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente:

NIT / cédula (solo número)	Nombre / razón social	Tipo de negocio	Cod del registro
123456	AEEE	Privado	EB-GVP-SGC000003
Ciudad	Dirección	Sector económico	Estado de negociación
BARRANQUILLA	CR CCCC	TRANSPORTE	En curso

	EXPRESO BRASILIA S.A. INSTRUCTIVO REGISTRO Y SEGUIMIENTO GESTIÓN COMERCIAL EN SOFTEXPERT	Código: EB-GVP-INS-022 Versión: 00 Vigencia: - Página: 58 DE 76
---	---	--

Paso 18 / Tarea: Consultar información del cliente registrado

Descripción: Si durante el registro se ingresa un NIT o cédula de un cliente existente, de manera automática, se reflejarán los datos asociados del mismo. De esta forma podremos conocer el estado de la gestión (si se encuentra en curso, si fue una negociación concluida y aceptada o, por el contrario, fue una negociación descartada), así mismo, podremos conocer la persona responsable de la gestión.


INICIADOR
CASTELLANOS CAMPO ANGIE CAROLINA

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL

Información de cliente

NIT / cédula (solo número)
123456

Nombre / razón social

Tipo de negocio

Cod del registro
EB-GVP-SGC000004

Ciudad

Dirección

Sector económico

Estado de negociación

Información de contacto

Nombre
12345676

Cargo

Celular

Información modelo comercial

Tipo de servicio

Tipo de pago

Consumo estimado

Tiempo de facturación de cada mes

Competencia

Asignación de curso



REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN COMERCIAL				
Información de cliente				
NIT / cédula (solo número) *	Nombre / razón social *	Tipo de negocio *	Cod del registro *	
123456	AEEE	Privado	EB-GVP-SGC000004	
Ciudad *	Dirección *	Sector económico *	Estado de negociación	
	CR CCCC	TRANSPORTE	En curso	
Información de contacto de empresa				
Nombre *	Cargo *	Celular *		
NOMBRE A	CARGO A	3013155555		
Información modelo comercial				
Tipo de servicio *	Tipo de pago *	Consumo estimado	Tiempo de facturación	Competencia
MEC (Mensajería Expresa y Carga)	Anticipado	21.477.520.00	15 de cada mes	COOPETRAN
Asignación de cupo				
Cupo				
900.000.000,00				
Encargado				
Cédula encargado	Nombre encargado	Cargo	Área	
1143460626	CASTELLANOS CAMPO ANGIE CAROLINA	ADMINISTRATIVO PLANEACION Y G	AREA DE PLANEACION Y GESTION ORGA	

Paso 19 / Tarea: Registro de visitas de mantenimiento

Descripción: Si el encargado de gestión asociado al cliente coincide con la persona conectada, se habilitará la tabla de visita para su registro correspondiente, de no ser así, solo se mostrarán los datos, pero no se habilitará ningún campo para ingresar información.

Dentro de la tabla, se podrá registrar las visitas de mantenimiento realizadas al cliente, para que luego sea revisada por el encargado.

Para mayor información, consultar el paso 3 y 4 del presente instructivo

Registro de visitas					
Número de visita	Fecha visita	Concepto de visita	Descripción de visita	Nombre encargado	¿Aprobada?

Tabla realizada por CASTELLANOS CAMPO ANGIE CAROLINA de
planeación y Gestión organizacional de Expreso Brasilia.

5.3 Oportunidades de mejora Modelo comercial:

La implementación del modelo **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO** **BRASILIA S.A**, se implementó de acuerdo a las necesidades del mercado liderado por la gerencia comercial quienes se apoyó en procesos como planeación y Gestión organizacional, líderes comerciales, directores en cabeza de departamento de ventas institucionales área donde labora la autora del proyecto en mención ,proceso que tuvo resultado debido a que hoy tenemos clientes muy grandes y hemos podido cumplir las metas asignadas pero se debe seguir logrando que los colaboradores implicados capten y adopten la estandarización como un proceso que lograra que por medio de, medición y control se cumplan de manera organizada y sistémica los objetivos planteados basándose en experiencia en se cuenta en el sector y combinado los conocimientos que la autora adquirió como administradora de empresa de la universidad Santo Tomas Con lo anteriormente mencionado el proyecto **MARKETING MIX CORPORATIVO**

EXPRESO BRASILIA S.A., logro hacer crecer el área comercial a nivel nacional y busca continuar creando estrategias de fidelización y captación de clientes para obtener una participación importante en el mercado teniendo una de las mejores operaciones del país trabajando en equipo

- **Direccionamiento estratégico:** El proceso comercial de organización se centralizo con los líderes comerciales zonales y los coordinadores de cada unidad de negocio quienes tiene que la responsabilidad de, garantizar un único proceso comercial desde el primer acercamiento al cliente, cierre de negocio y servicio POS ventas garantizando, sinergias entre las áreas involucradas en atención al cliente.

- **Gestión comercial:** La estrategia del área comercial se centrará en que cada líder comercial por zona geográfica inicie gestión donde identifique los clientes existentes y sus inconformidades transformándolas en oportunidades de mejora para el ingreso de nuevos clientes proceso que será apoyado con el direccionamiento de la gerencia comercial.

- **Recursos humanos:** El modelo **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A.**, en el último semestre tuvo el efecto esperado debido a que el área que se inició con su estandarización liderado por la autora cumplió con el cumplimiento del presupuesto asignado para el 2023 ahora se debe continuar el proceso de capacitación y de inducción enfocados en las líneas de negocio, seguridad en el trabajo, manejo de habilidades comerciales, atención de servicio al cliente.

- **Infraestructura, equipos y herramientas:** Se debe fortalecer el sistema **SOFTEXPERT** herramienta que será útil para cada proceso de la venta corporativa y la conexión con cada área involucrada en el proceso

5.4. Planteamiento y formulación del problema a solucionar

De acuerdo a lo anteriormente mencionado el objetivo principal del proyecto en mención es la estandarización del proceso comercial para todas las líneas de negocio de la compañía basándonos en marketing mix "poner el producto correcto en el lugar correcto, al precio correcto, en el momento correcto" razón por la cual se estructura un único modelo comercial estableciendo que cada zona, cree su plan de trabajo basados en los estudios de mercado del sector ejecutado a través de las 4Ps del marketing que hacen referencia a Product, Price, Placement y Promotion, sus términos en inglés. Estas se traducen en Producto, Precio, Distribución/Plaza, Promoción/Comunicación.

Entre las causas identificadas en el análisis realizado se puede identificar que los clientes se han marchado debido a que la falta de coordinación entre las áreas, con la promesa de venta, razón por la cual se debe trabajar en las siguientes características:

1. El cliente es lo primero: El interés: La distribución tiene que estar planificada para que el cliente quiere o suele encontrar ese producto/servicio, la comunicación dirigida en los medios y lugares donde el cliente suele estar, y el precio ha de estar en consonancia con lo que está dispuesto a pagar.



2. Variables interdependientes: Las 4Ps se planifican conjuntamente para que tengan el efecto esperado.
3. Control: Vigilar y controlar resultados del plan marketing-mix.
4. Flexibilidad: En caso que, los objetivos no logren el marketing-mix se puede aumentar, cambiar o modificar su estructura, pero siempre cumpliendo con las dos primeras de las características, interdependencia y el cliente es lo primero.
5. Aportes a los hallazgos.

5.5. OBJETIVOS VS Marketing-Mix

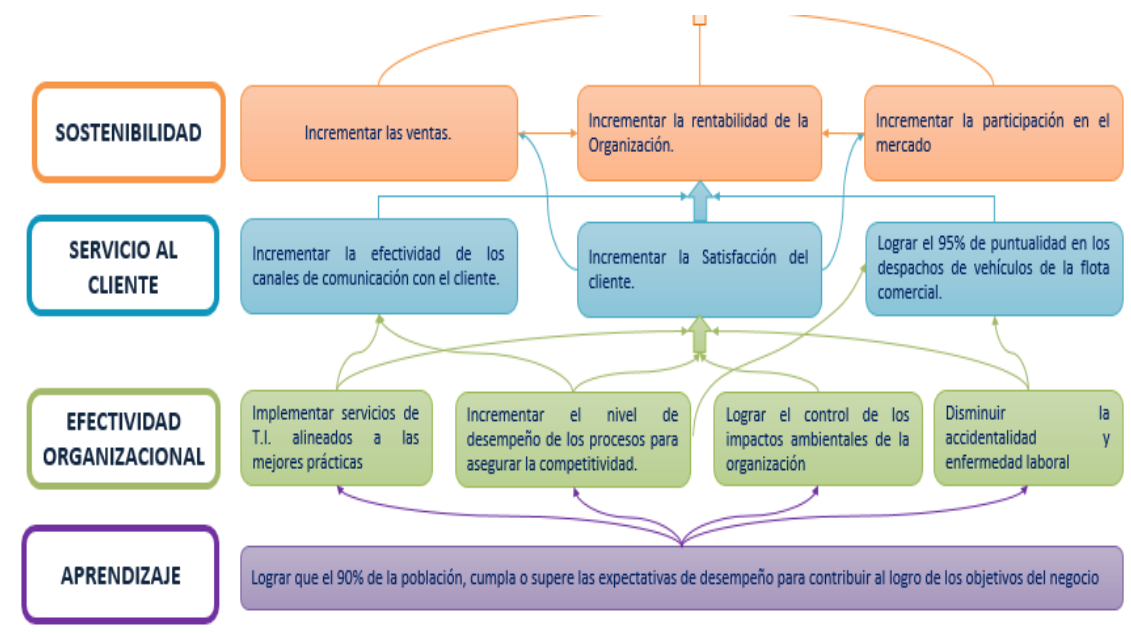


Grafico (Expreso Brasilia S.A., 2023; Planear, organizar, dirigir y controlar la administración, 2018)

LINEAS DE NEGOCIO



Gráfico 3. Líneas de negocio EXPRESO BRASILAS.A. Elaboración propia.

El plan de trabajo por zonas de debe enfocar

- ¿Qué necesidades tienes mis clientes existentes y nuevos?
- ¿Cuál es coste de satisfacción de los posibles clientes?
- ¿Qué canales de comunicación son los más eficientes?
- ¿Qué canales de comunicación son los más convenientes?
- ¿Cómo y en que medio me comunico?



5.6. *PILARES Marketing-Mix*



Gráfico 4. Bases Marketing Mix . Elaboración propia.

La investigación e implementación del modelo en mención por parte de autora partió de las bases señaladas en la gráfica en mención, enfocado en la posventa debido a que se lograron cerrar clientes muy grandes como lo son EPS, ARL, FUERZAS MILITARES y por medio del **Marketing-Mix** se lograra que con los mismos clientes y

el voz a voz permitan que se generen nuevas oportunidades de negocio, logrando la retención de clientes, aumento de ventas y captación de nuevos clientes .

5.7 CANALES DE COMUNICACION

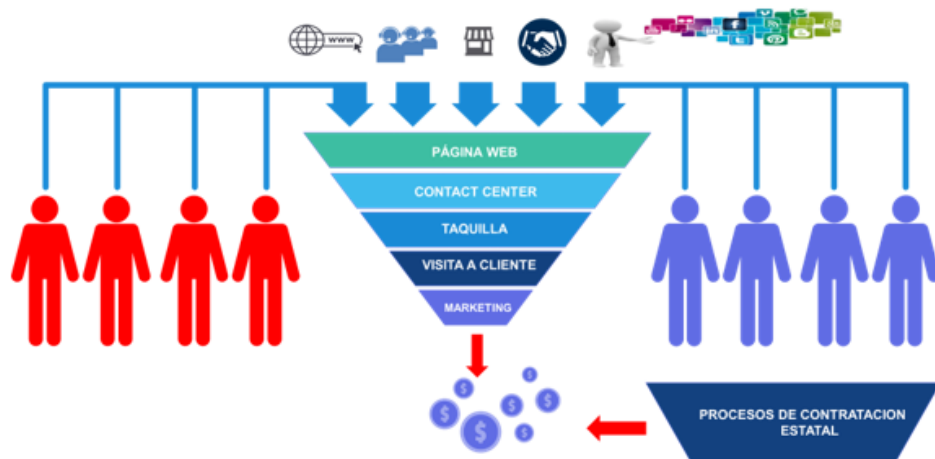


Gráfico 4. Canales de comunicación modelo comercial de EXPRESO BRASILAS.A.

Elaboración propia.

6.0. Primer contacto con las agencias:

Se realizaron 19 vistas a nivel nacional donde se contó con la asistencia de los directores, sub directos, líderes comerciales a nivel nacional, dando a conocer el manejo de **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A** desde una visión comercial donde cada uno de los líderes con los objetivos y herramientas otorgadas realizaron su plan de trabajo para el 2024.

1.MANEJO DE SOFTEXPERT:



Fotografía 1. Equipo comercial Bogotá EXPRESO BRASILIAS.A. Derechos de autor

Descripción; Todos los canales de primer contacto con el cliente corporativos se capacitaron en sus ciudades de origen y ahora conocen cómo direccionar, perfilar, crear un cliente corporativo y asesorar a un cliente que mencione una posible garantía o campaña. Dichos canales conocen los Técnicos definidos para atención de garantías



2.EXPRESO BRASILIA CUCUTA



Fotografía 2. Equipo comercial Cúcuta EXPRESO BRASILIAS.A. Derechos de autor

Descripción: En la agencia de Cúcuta por su ubicación geográfica se desarrolló una campaña de descuento para usuarios venezolanos debido a que el transporte informar se los estaba llevando y los buses salían a pérdida debido a ello la ocupación aumenta día tras día.

3.CAPACITACION EXPRESO BRASILIA MONTERIA



*Fotografía 3. Equipo comercial Montería área de mensajería y carga - pasajes
EXPRESO BRASILIAS.A. Derechos de autor*

Descripción: En esta capacitación asistieron los líderes de la región quienes hoy en día son la zona que más clientes corporativos a vinculado con los parámetros del proceso comercial.

4-CAPACITACION EXPRESO BRASILIA BUCARAMANGA



Fotografía 4. Equipo comercial Bucaramanga EXPRESO BRASILIAS.A. Derechos de autor.

Descripción: Logramos reunir los líderes de carga, directores y subdirectores zona que estaba muy dividida y tras acompañamiento han logrado trabajar en equipo en especial en el crecimiento de mensajería y carga debido a que hoy el producto que está trayendo perdida a la empresa.



5.CAPACITACION CALI



Fotografía 5. Equipo comercial Cali y operación EXPRESO BRASILIAS.A. Derechos de autor

Descripción: Este grupo de persona son la gran representación que el trabajo en equipo da frutos, en la ciudad de Cali se aumentado las ventas en carga y mensajería en 20 %

6. CAPACITACION EXPRESO BRASILIA RECONOCIMIENTO

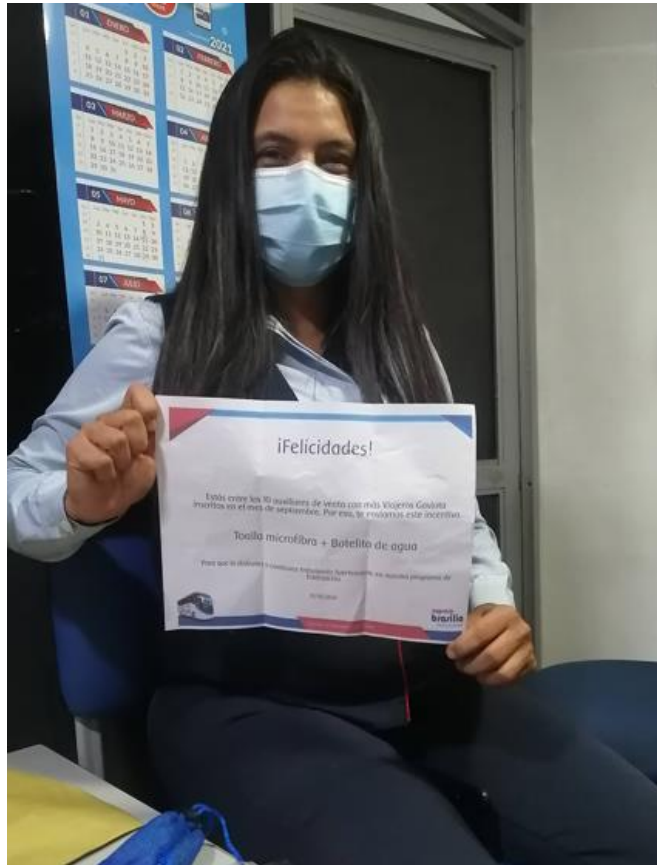


Gráfico 3. Capacitación operativos Fuente: Elaboración propia.

Descripción: Se otorgó un bono y comisiones a la auxiliar operativa a nivel nacional que más prospectos de clientes capto para que el área comercial lograra cerrar negocios esto fue en la ciudad de Cúcuta.

6. Conclusiones.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto por autora del proyecto en mención dio cumplimiento objetivo propuesto, en la implementación del programa **MARKETING MIX CORPORATIVO EXPRESO BRASILIA S.A** plan que permitió el fortalecimiento del área comercial de EXPRESO BRASILIA SA. Formando a cada director , subdirector ,líder comercial , asesores comerciales del país quien participaron demostraron por medio de su experiencia y habilidades que aplicando las bases del **MARKETING MIX** se potencializaron sus agencias y la captación y fidelización logro que para el cierre de 2023 al empresa se posicionará como la mejor empresa de transporte de pasajeros por carretera, servicio especial y envíos a nivel nacional caracterizándonos por el buen trato con el cliente interno y externo.

Proceso que logro que se realizar un diagnóstico general de cómo se está manejando en

la actualidad el área comercial de Expreso Brasilia por medio de la Matriz cinco fuerzas de Porter. logrando que se llevara a cabo un plan unificado a nivel nacional con todos los líderes comerciales por medio del seguimiento y control de la gestión comercial plan que se continúa trabajando hasta lograr Integrar los procesos de la empresa con la promesa de Venta de cada línea de negocios con el fin de poder garantizar, confianza, credibilidad en los clientes posicionándose como líderes en mercado.



Bibliografía

- 2, A. (s.f.). 2006, LEY 1010 DE. En L. 1. 2006.
- ARTICULO 5. (2006). CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. En
M. D. SOCIAL.
- Buelga, G. M. (2004). *Desarrollo Comunitario y potencializacion
(empowerment)*. Barcelona : UOC.
- C-823/06, S. (s.f.).
- COLOMBIA, C. D. (2006). LEY 1010 DE 2006. BOGOTA
COLOMBIA.
- CONTABLE, S. S. (s.f.). Obtenido de
<https://www.siigo.com/blog/contador/cuales-son-los-grupos-en-niif/>
- DESAROLLO, P. D. (9 de Noviembre de 2023).
[https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/11459/plan-nacional-de-
desarrollo-sector-transporte/](https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/11459/plan-nacional-de-desarrollo-sector-transporte/).
- ELECTRONICO, C. C. (09 de AGOSTO de 2023). CAMARA
COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO. Obtenido de
<https://www.ccce.org.co/noticia/noticias-ccce/>
- f, R. V. (2013). La sociedad por acciones simflificadas. Legis.
- I, I. A. (2008). COLEGIO DE BACHILLERES. Obtenido de
[http://lms.colbachenlinea.mx/tc-
colbach/contenido/materias/01Primero/cvcs1/HTML/presentacin_general.html](http://lms.colbachenlinea.mx/tc-colbach/contenido/materias/01Primero/cvcs1/HTML/presentacin_general.html)
- Iverson, K. M. (2013). LA EPISTEMOLOGÍA EVOLUCIONISTA Y
CONOCIMIENTO SEGUN PLATON. *Revista Humanidades*.



Kuhn, T. (2007). ¿Lógica del descubrimiento o psicología de la investigación? 1.

Nateras González, M. E. (2005). La importancia del método en la investigación. *Espacios Públicos*, 277-285.

Ortega. (s.f.). *Epistemology according to historical reason*.

Planear, organizar, dirigir y controlar la administración. (2018).

Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/empresario/planear-organizar-dirigir-y-controlar-la-administracion-de-una-mipyme/>.

PRESUNTIVO, A. 4. (2011). CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

Rivo, E. (1992). EXTERNALIZACION MAS ALLA DE LA SUBCONTRATACION. En E. Rivo, *EXTERNALIZACION MAS ALLA DE LA SUBCONTRATACION* (págs. 725 -729).

Ruggiero¹, A. M. (1998). DEL ESTATUS EPISTEMOLOGICO A LA EPISTEMOLOGIA. 70.

S.A, E. B. (2018). *MANUAL DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL*. BOGOTA: PG.

S.A., E. B. (FEBRERO de 2023). www.expresobrasilia.com. Obtenido de <https://www.expresobrasilia.com/>

Social, M. d. (2011). ARTICULO 64. CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

7.ANEXO A: CONGRESO DE VENTAS 2024



Gráfico 10. Capacitación directores 2024 y presentación de resultados 2023 Fuente:

Elaboración propia