

**Plan de Mejora Práctica Profesional**  
**Compañía Colombiana de Cerámica S.A.S. - ChatBot**

Nicolás Andrés González Duarte

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Docente: Ernesto Arguello Pirazan

Trabajo Presentado Para Optar al Título de  
Profesional en Negocios Internacionales

Bogotá D.C. 2022

## Tabla de contenido

<b>Parte I</b> .....	<b>3</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>3</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>4</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>Parte II</b> .....	<b>5</b>
<b>La Empresa</b> .....	<b>5</b>
<i>Misión</i> .....	5
<i>Visión</i> .....	5
<i>Valores</i> .....	5
<i>Ubicación Geográfica</i> .....	5
<i>Organigrama</i> .....	6
<i>Departamento</i> .....	6
<i>Análisis DOFA</i> .....	7
<b>Parte III</b> .....	<b>8</b>
<b>Planteamiento Plan de Mejora Respecto a las Prácticas</b> .....	<b>8</b>
<b>Importancia, Limitaciones y Alcances del Trabajo de Prácticas Profesionales</b> .....	<b>8</b>
<b>Objetivo General</b> .....	<b>8</b>
<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>9</b>
<b>Parte IV</b> .....	<b>9</b>
<b>Contenido Plan de Mejora</b> .....	<b>9</b>
<i>Propuesta de Mejora</i> .....	9
<b>Conclusiones</b> .....	<b>9</b>
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	<b>10</b>
<b>Parte V</b> .....	<b>10</b>
<b>Seguimiento Práctica</b> .....	<b>10</b>
<i>Programación de Actividades Realizadas en la Organización de Acuerdo a sus Prácticas Profesionales</i> .....	10
<b>Cumplimiento de Objetivos Trazados por mes</b> .....	<b>11</b>
<i>Ciclo 1 (07 septiembre – 07 noviembre)</i> .....	11
<i>Ciclo 2 (07 noviembre – 07 enero)</i> .....	11
<i>Ciclo 3 (07 enero – 06 marzo)</i> .....	11

## **Parte I**

### **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la sabiduría y el entendimiento para afrontar y fortalecerme ante los baches del camino, y así lograr culminar una hermosa etapa de mi vida, en donde me formé profesionalmente para empezar un camino lleno de éxito.

De esta manera, quiero agradecer a todos mis amigos, compañeros, maestros y familiares que fueron incondicionales para el desarrollo de esta meta, agradecerles por su apoyo, su interés en mí, sus conocimientos y sus consejos. A la empresa Colceramica - Corona, especialmente al canal VTC por acogerme y permitirme conocer el mundo laboral y empresarial, fortaleciendo mi desempeño como profesional y dándome unas excelentes bases para mi futuro laboral.

A su vez, agradezco a mi tutor de proyecto, quien fue esa persona que me dio aquel último empujón para culminar esta meta, que con su experiencia y conocimiento me guio durante el desarrollo de este trabajo. Le doy mi total gratitud por su gran labor de enseñar y formar personas para enfrentarse a la vida profesional, laboral-empresarial.

Por último, agradezco al motor de mi vida, mi familia, en especial a mis padres, hermanos y novia, por ser mi constante motivación, por su apoyo y confianza en mí, por su paciencia, dedicación y amor incondicional que me brindan día a día.

¡Muchas gracias por todo!

### **Resumen**

Este es un documento presentado para optar por el título de profesional en negocios internacionales en la modalidad de opción de grado de prácticas profesionales de la universidad Santo Tomás, que se acompaña de un plan de mejora en donde se debe demostrar los conocimientos adquiridos y funciones realizadas en la empresa Colceramica Corona.

De acuerdo a las falencias y aspectos por mejorar de la compañía, se pensó en la implementación de un Chatbot, un proyecto digital con el fin de mejorar la experiencia en ventas de los asesores, buscando facilitar la comunicación con el equipo comercial de las diferentes regionales obteniendo la información relevante requerida en tiempo real para gestionar sus ventas.

## **Abstract**

This is a document presented to apply for the title of professional in international business in the modality of degree option of professional practices of the Santo Tomas University, which is accompanied by an improvement plan where you must demonstrate the knowledge acquired and functions performed in the company Colceramica Corona.

According to the shortcomings and aspects to be improved in the company, the implementation of a Chatbot was thought of, a digital project in order to improve the sales experience of the consultants, seeking to facilitate communication with the sales team of the different regions, obtaining the relevant information required in real time to manage their sales.

## **Introducción**

Hoy en día la mayoría de empresas se encuentran en fases de implementación de proyectos de mejora y optimización de procesos, con el fin de mejorar los niveles de eficiencia y efectividad al menor costo posible, que les permita ser aún más competitivos y rentables, distinguiéndose de la competencia por su servicio al cliente y operatividad organizacional interna. La optimización de procesos tiene su enfoque en ayudar a la empresa a reestructurar sus procesos de negocio.

Por lo anterior, según el diario Gestión de Lima (2016) durante la ejecución de un proceso, intervienen personas, recursos tecnológicos, materiales, tiempo, infraestructura física y entre otros. La buena o mala ejecución de estos recursos determina al final el grado de satisfacción del cliente final y por consiguiente la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, Alcaide y Díez (2019) en su libro *Customer Experience* la transformación digital ha posibilitado el cambio rápido y continuo en la sociedad, en las organizaciones y en las tecnologías que la han propiciado. A su vez, aporta importantes ventajas competitivas a las compañías tales como: La automatización de procesos y relaciones mediante la inteligencia artificial y su aplicación a bots; Enriquecer la experiencia del cliente y asesores ofreciendo comodidades, facilidades y mayor placer en la interacción; y por último personalizar y customizar, mediante la adaptación de mensajes y contenido a cada quien.

## Parte II

### La Empresa

#### *Misión*

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.

#### *Visión*

Estamos comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta en términos sociales, económicos y ambientales. Las acciones que realizamos en el presente buscan garantizar a las futuras generaciones la satisfacción de sus necesidades. Desarrollamos proyectos desde una perspectiva de la triple cuenta de resultados en donde aprovechamos nuestras fortalezas de negocio y generemos valor compartido para nuestros grupos de interés.

#### *Valores*

1. Pasión por el servicio.
2. Somos íntegros, austeros, sencillos y respetuosos.
3. Responsables con la sociedad.

#### *Ubicación Geográfica*

- **Colombia.** 39 Centros Corona, 40 Tiendas Homecenter.
- **29 Plantas.** 2 en Estados Unidos, 3 en México, 3 en Centroamérica y 20 en Colombia.



*Organigrama*



*Departamento*

El programa **Canal VTC - Viste Tu Casa** nace en el año 2006 en respuesta a la necesidad de llegar a los Colombianos de bajos ingresos que no estaban siendo atendidos por la

compañía. Su mercado objetivo son los estratos 1, 2 y 3. La estrategia empezó a tener un gran éxito comercial y un valioso impacto social. Hoy en día el canal tiene presencia en 35 ciudades, municipios y localidades, con un total de 90 asesores freelance en promedio.

El Canal VTC tiene una estructura de apoyo fundamental para su desarrollo:

- ∓ Área de Trade Marketing
- ∓ Área de Gestión Social.
- ∓ Área de Logística y Transporte.
- ∓ Área de Postventa.
- ∓ Otras áreas de apoyo como Capacitaciones, Ingeniería Comercial, Gestión Humana, Abastecimiento, Financiera, Relaciones Laborales.

### **Análisis DOFA**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Es una compañía con gran reconocimiento a nivel mundial en el mercado de productos para el hogar.</li> <li>● Alianzas comerciales estratégicas.</li> <li>● Antigüedad de la compañía.</li> <li>● Distribución de enfoques en los diferentes canales de la empresa.</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● No cuenta con un sistema unificado de información que almacene los diferentes procesos de la compañía.</li> <li>● Limitaciones en licencias de uso de la ERP SAP.</li> <li>● Los asesores necesitan información actualizada incluso fuera del horario comercial para gestionar ventas.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gran demanda de productos manufacturados.</li> <li>● Clientes fidelizados en cantidad por la calidad de los productos.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Poca oferta para la cantidad demandada por el mercado.</li> <li>● Retrasos en despachos de mercancía.</li> <li>● Falta de comunicación asertiva con los asesores.</li> </ul>

### **Parte III**

#### **Planteamiento Plan de Mejora Respecto a las Prácticas**

Durante la ejecución del cargo de practicante en el área de gerencia comercial se encontraron falencias en el servicio y atención a los asesores freelance, quienes son los encargados de gestionar sus ventas de acuerdo a la información brindada de disponibilidad de productos en stock disponibles y los estados de pedidos ya generados en sistema SAP. Teniendo en cuenta que a muchos de los asesores les era casi imposible realizar sus ventas fuera del horario laboral ya que no contaban con toda la información necesaria para ofrecer a sus clientes los productos disponibles en el stock de la compañía.

De acuerdo a estas falencias captadas en la compañía se realizará un plan de mejora en donde se pueda dar solución mediante la implementación de un chatbot, mejorando así la productividad y experiencia en ventas de los asesores freelance, y por supuesto aumentando los índices de competitividad y rentabilidad de la compañía.

#### **Importancia, Limitaciones y Alcances del Trabajo de Prácticas Profesionales**

El plan de mejora se propone para que tenga acogida en el área de ventas, mejorando el servicio a los asesores freelance, aumentando sus ventas y dando una mejor organización a las labores que el cargo de practicante ejerza, buscando ser más eficiente en el desarrollo de funciones más allegadas a la carrera profesional para la que se preparó durante años.

Este plan de mejora se toma como un proyecto y es de suma importancia ya que con él se optimizaría un proceso que toma bastante tiempo, aumentaría la eficiencia del practicante a cargo y se disminuiría notablemente los tiempos de espera de respuesta para los asesores freelance mientras que estos incrementan su volumen de ventas junto con su rentabilidad y la de la empresa misma.

#### **Objetivo General**

Facilitar la comunicación para el equipo comercial del canal VTC mejorando así los indicadores de satisfacción y ventas de la compañía.

## Objetivos Específicos

- Empatizar con los usuarios y escuchar activamente las brechas del servicio actual.
- Extraer, procesar y presentar la información recogida para la formulación del chatbot, mediante el diseño del algoritmo de servicio, la arquitectura de integración del software, configuración del chatbot y pruebas funcionales.
- Implementar y entrenar el bot con el feedback del usuario y huella digital que este genera para mejorar el servicio.

## Parte IV

### Contenido Plan de Mejora

#### *Propuesta de Mejora*

Teniendo en cuenta las falencias captadas en el servicio se procede a identificar el mapa de ejecución en la implementación de este proyecto digital. Para empezar, se debe extraer toda la información necesaria de SAP y ofimáticos, se procesa esos informes en un almacén de datos y de allí se alimentará el bot y se realizará su entrenamiento de acuerdo a la huella digital que dejarán los asesores al hacer uso de esta herramienta. Para la realización de este proyecto se involucran los asesores freelance, el practicante, la gerencia de ventas y el departamento de marketing.

### Conclusiones

Con la implementación de este proyecto digital mejoraría la empresa en seis aspectos fundamentales:

- 1. Autoservicio:** Optimización del proceso a cargo del practicante.
- 2. Oportunidad:** De ser más eficientes y competitivos incursionando en la era digital.
- 3. Efectividad en ventas:** Incremento en indicadores de ventas y rentabilidad para los asesores y para la empresa.
- 4. Centralización de la información:** Unificación de la información en un almacén de datos.
- 5. Apertura de nuevos canales digitales:** Se puede implementar en otras áreas de la empresa, por ejemplo, en el área de logística para despacho de pedidos, toma de pedidos, etc.

6. **Control y medición:** El Bot arroja métricas digitales que permite llevar un control de la información mediante estadísticas.

### **Referencias bibliográficas**

1. Corona. (s. f.). *Informe de Sostenibilidad*. Recuperado el 25 de agosto de 2022, de [https://empresa.corona.co/storage/app/media/Actualizaciones/Informe\\_Sostenibilidad\\_2018/corona\\_informe\\_sostenibilidad\\_2018.pdf](https://empresa.corona.co/storage/app/media/Actualizaciones/Informe_Sostenibilidad_2018/corona_informe_sostenibilidad_2018.pdf)
2. Alcaide, J. C., & Díez, M. (2019). *Customer Experience*. ESIC.
3. Alva, G. (2016, 21 mayo). *¿Cuáles son las ventajas de optimizar los procesos en las empresas?* Gestión. Recuperado 29 de agosto de 2022, de <https://gestion.pe/tendencias/son-ventajas-optimizar-procesos-empresas-121297-noticia/?outputType=amp>
4. Corona. (s. f.). *Quiénes somos*. Recuperado 28 de agosto de 2022, de <https://empresa.corona.co/nuestra-compania/quienes-somos>

## **Parte V**

### **Seguimiento Práctica**

#### ***Programación de Actividades Realizadas en la Organización de Acuerdo a sus Prácticas Profesionales***

El proyecto que desempeñé en la compañía fue el de apoyar la estrategia de crecimiento y expansión del canal en la estructuración del modelo de productividad, apoyo al desarrollo del proyecto de aliados financieros y comerciales, manejo del modelo freelance, manejo de servicios, análisis del comportamiento del mercado.

## **Cumplimiento de Objetivos Trazados por mes**

### ***Ciclo 1 (07 septiembre – 07 noviembre)***

**Actividades.** Estados de pedidos, disponibilidad de productos en inventario, liquidaciones de pago, recepción de llamadas y atención a asesores comerciales, apoyo en el diseño de estrategias comerciales con aliados.

**Logros.** Aprender a liquidar pagos, análisis de aliados estratégicos para ver viabilidad.

**Dificultades.** Uso de la ERP SAP, adaptación al modo de trabajo general en la compañía.

### ***Ciclo 2 (07 noviembre – 07 enero)***

**Actividades.** Administrar precios y portafolio que se ofrecen al público con ayuda del departamento de trade marketing, estados de pedidos, disponibilidad de productos, liquidación de pagos, comunicación con asesores, descargue de facturas de SAP.

**Logros.** Manejo de portafolio y actualización de precios, manejo más avanzado de SAP.

**Dificultades.** Tiempos de entrega de la modificación del portafolio tan amplio que tiene la compañía.

### ***Ciclo 3 (07 enero – 06 marzo)***

**Actividades.** Manejo de bases de datos, verificación de documentos de aliados estratégicos como Rut, retenciones, aceptación de ingresos al programa, pagos a proveedores, actualización de Rut de clientes, entrega de bonos a asesores, entrenamiento del siguiente practicante.

**Logros.** Manejo de información, generación de informes detallados de ingresos al programa, manejo de bases de datos en la nube de la empresa.

**Dificultades.** Explicar todo el proceso al practicante, realizar pagos a proveedores.