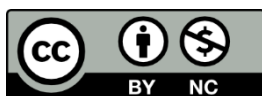


INFORME FINAL SODIMAC Y MOVILCO SAS



MICHELL IVONNE VELASQUEZ SERNA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2022

INFORME FINAL SODIMAC Y MOVILCO SAS

MICHELL IVONNE VELASQUEZ SERNA

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de Profesional en
Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. JESUS ANDRES VELASQUEZ BALAGUERA

Magister en Logística Integral y Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2022

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. Eduardo GIL GONZALES, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. Ernesto José CAMARGO HERNANDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

Resumen	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
Justificación	13
Objetivos.....	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos.....	14
Perfil de la Empresa – SODIMAC	15
Reseña Histórica	15
Razón Social	15
Objeto Social.....	16
Misión	16
Visión.....	16
Principios y Valores	16
Organigrama	17
Portafolio de Productos y Servicios	18
Cargo y Funciones	20
Cargo.....	20
Funciones	20
Perfil de la Empresa – Movilco SAS.....	25
Reseña Histórica	25
Razón Social	25
Objeto Social.....	25
Misión	25
Visión.....	26
Principios y Valores	26
Organigrama	27
Portafolio de Productos y Servicios	28

Cargo y Funciones	29
Cargo	29
Funciones	29
Aportes.....	33
Aportes del Practicante a la Empresa.....	33
Aportes a la Formación Profesional.....	33
Conclusiones y Recomendaciones.....	34
Referencias	35
Anexos	36

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama Área Comercial.....	17
Figura 2 Portafolio de Productos Sodimac	18
Figura 3 Portafolio de Servicios Sodimac	19
Figura 4 Plataforma RetailCompass	20
Figura 5 Histórico	22
Figura 6 Canasta	22
Figura 7 Plataforma Siinco	23
Figura 8 Análisis Excel	24
Figura 9 Organigrama Movilco SAS	27
Figura 10 Mapa del circuito.....	29
Figura 11 Geolocalización	30
Figura 12 MovilBox.....	32

Lista de Anexos

Anexo 1 Área comercial	36
Anexo 2 Zona de Gestión Comercial.....	36
Anexo 3 Zona de trabajo	37
Anexo 4 Jefe de Área.....	37

Agradecimientos

Agradezco primeramente a mi mamá, quien es la persona más importante en mi vida y la razón por la cual logre culminar esta etapa tan importante, gracias a ella por sus enseñanzas, por demostrarme a ser fuerte y no rendirme, por su paciencia a lo largo de la carrera y por su apoyo. Quiero agradecer también a toda mi familia porque fueron un pilar importante, a mi tía Yenny por acompañarme en el inicio de mi carrera, por darme confianza y enseñarme a disfrutar de esta etapa, a mi tía Andrea y a su esposo por estar al final de esta, por darme consejos y aliento para enfrentarme a lo que sigue después de este logro tan importante, a mi hermana y mi prima por ser mi apoyo incondicional y siempre estar presente.

Agradezco también a mis amigos, a todos los que conocí a lo largo de mi carrera pues cada uno aportó a mi crecimiento personal y profesional, pero sobre todo quiero agradecer a esa compañera de primer semestre que se convirtió en mi amiga y mi apoyo y a la que le debo el no haberme rendido en situaciones difíciles.

Por último, agradezco a la Gobernación por permitirme ser parte de su programa, por el apoyo económico que me brindó a lo largo de la carrera y por las oportunidades que brinda a aquellos que desean poder obtener un título universitario.

Glosario

- KPI (Key Performance Indicator): Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio.□
- Retail: Venta al detalle o comercio minorista, hace referencia al sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes.□
- Omnicanal: Es un modelo de comunicación utilizado por las empresas para mejorar la experiencia de sus clientes, permitiéndoles estar en contacto constante con la empresa a través de múltiples canales al mismo tiempo.□
- Canal de distribución TAT (tienda a tienda): Es una técnica de venta que permite llegar a la mayoría de la población, que consta en la visita de distribuidores enviados por empresas a los vendedores locales para comercializar un producto.□
- Indicadores: Son unidades de medición que permiten evaluar el rendimiento de los procesos internos de una organización.□
- Telecomunicaciones: Son la transmisión a distancia de datos de información por medios electrónicos y/o tecnológicos.□
- MovilBox o MB: Aplicación en la cual se generan las rutas para los asesores TAT, además de poder gestionar la supervisión y reportes de manera óptima.□
- RetailCompass: Plataforma de monitoreo de precios, surtido, disponibilidad, posicionamiento, despachos y más, que ayuda a incrementar las ventas en el canal online.□

Resumen

En el presente trabajo se plasmará la experiencia del estudiante en cuestión, en las empresas de SODIMAC Y MOVILCO SAS, las cuales son compañías enfocadas en el sector comercial, por un lado, SODIMAC que se caracteriza por ser la empresa con los precios más bajos en el mercado y MOVILCO SAS el cual es distribuidor de Claro SA, una de las empresas de telecomunicaciones más grande de Colombia, ambas se enfocan en el servicio al cliente y satisfacer las necesidades de los usuarios.

En SODIMAC el rol de practicante de apoyo analista cumple una función de suma importancia para la empresa ya que se concentra en día a día analizar el mercado competitivo para asegurar el tener los mejores precios en el mercado. Por otro lado, en MOVILCO SAS la gestión se mantuvo en la de realizar el seguimiento de indicadores que permiten tomar decisiones de compra o sugerir la creación de estrategias para mejorar los factores que se relacionan en el área comercial. En el presente informe también se verá reflejado cómo se puso en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y cómo estos, ayudaron a realizar aportes mientras diversas situaciones se presentaban en las diferentes ramas del cargo.

Palabras Claves: Comercio, Indicadores, Reportes, Mercado, Telecomunicaciones, Análisis

Abstract

In this work the experience of the student in question will be reflected in the companies SODIMAC and MOVILCO SAS, which are companies focused on the commercial sector, on the one hand, SODIMAC which is characterized by being the company with the lowest prices in the market and MOVILCO SAS which is a distributor of Claro SA, one of the largest telecommunications companies in Colombia, both focus on customer service and meet the needs of users.

In SODIMAC the role of analyst support practitioner fulfills a very important function for the company since it is focused on analyzing the competitive market on a daily basis to ensure the best prices in the market. On the other hand, in MOVILCO SAS management remained in the monitoring of indicators that allow making purchasing decisions or suggesting the creation of strategies to improve the factors that relate to the commercial area. This report will also reflect how the knowledge acquired throughout the career was put into practice and how it helped to make contributions while various situations arose in the different branches of the position.

Keywords: Trade, Indicators, Reports, Market, Telecommunications, Analysis, Market, Reports

Introducción

En el presente documento, se mostrará de forma detallada el proceso que se realizó a lo largo de la práctica profesional realizada en las empresas SODIMAC Y MOVILCO SAS en la ciudad de Villavicencio. Por un lado, SODIMAC es una empresa dedicada al comercio de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar, quienes dicen tener los precios más bajos del mercado. Esta empresa se caracteriza por ser un establecimiento donde se puede encontrar todo para el hogar de tus sueños, inclusive el mercado objetivo va dirigido para familias que busquen construir de un modo de personalizado su vivienda; cuenta con servicios como remodelación de interiores y asesoramiento de construcción.

Al ser una cadena comercial tan grande y estar ubicada en diferentes lugares del país, esta requiere personal capacitado que pueda analizar de manera eficiente los KPI, estos indicadores que permiten tener el conocimiento pleno del funcionamiento del sector comercial, adicionalmente se hace necesario segmentar la información obtenida de dichos indicadores de manera organizada para garantizar que los resultados sean óptimos.

Por otro lado, MOVILCO SAS es distribuidor directo de la empresa de telecomunicaciones Claro SA, quien es actualmente la más demandada por la población colombiana; para que Claro SA llegará a estar en esta posición ha implementado diferentes estrategias de marketing con el fin de atraer y fidelizar a los usuarios, para lo cual contratan personal que diariamente ofrece los servicios de la compañía.

Uno de los objetivos de MOVILCO SAS es llegar a cada rincón del país, por medio de los asesores TAT, quienes se encargan de llevar la información a los barrios y las zonas con menor movimiento comercial, para así obtener mejores resultados, el practicante en cuestión tiene las funciones de analizar las mejores rutas, analizar y capacitar a los asesores, evaluando de forma parcial el trabajo realizado de estos, así mismo para MOVILCO SAS es importante crear planes de mejora que den paso a la implementación de estrategias para aumentar ventas y demás indicadores de productividad.

Justificación

En la actualidad las empresas en general buscan poder día a día precisar sus indicadores, con el fin de garantizar que la información obtenida esté actualizada y pueda ser usada en pro de los objetivos de la compañía, con base en esto el analista debe tener las capacidades no solo de analizar diariamente dicha información, sino también de saber diferenciar entre las oportunidades que se presente, el tiempo para tomar decisiones y las amenazas que se arriben en el futuro.

En los últimos años, el mercado ha estado en constante crecimiento y cambio, así que para un analista es necesario que se puedan identificar estas situaciones con el fin de poder convertir diferentes escenarios en una oportunidad para el crecimiento empresarial, así mismo también es de suma importancia la evaluación de asesores comerciales, cómo y de qué manera están arribando a los clientes, ya que de allí es de donde parte toda la esencia de un intercambio comercial, adicionalmente el servicio al cliente es de los pilares más importantes cuando se ofrece un producto o servicio, de hecho se considera el factor diferenciador de muchas empresas que a día de hoy se encuentran en el top de Colombia.

La organización y el manejo de herramientas ofimáticas son en síntesis el trabajo a realizar, y una ventaja a la hora de realizarlo, encontrar oportunidades de mejora para las compañías es la forma más eficaz de hacer que esta crezca, en adición a esto se le suma que una de las empresas cuenta con presencia en más de dos países, por lo cual el mercado objetivo y el comportamiento de los usuarios es muy diferente, esto es muy importante a la hora de analizar la información y poder adaptar los productos y servicios a las personas, desde la forma en cómo les llega la información hasta el servicio post venta, se hace necesario un analista en cada fase de la compra, para realizar seguimientos reales, que permitan resultados idóneos y óptimos, y que la empresa pueda aumentar sus ventas.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los indicadores comerciales de las compañías en cuestión, a través de herramientas ofimáticas para garantizar el cumplimiento de las metas de cada empresa.

Objetivos Específicos

- Estructurar Base de datos en Excel con la información existente para el análisis pertinente.
- Comparar información comercial de la competencia directa actual de cada empresa, con base en los datos estadísticos de la empresa propia para adaptar y adecuar los precios al mercado.
- Planear rutas comerciales efectivas y prácticas para los asesores TAT con el fin de garantizar que lleguen a todas las zonas no comerciales de Villavicencio.
- Evaluar el desempeño de los asesores TAT por medio de la plataforma digital MOVIL BOX.

Perfil de la Empresa – SODIMAC

SODIMAC es una empresa que opera en el sector retail, industria en la que ha logrado una posición de liderazgo en el mercado de mejoramiento del hogar. Busca satisfacer a sus clientes a través del modelo de negocio Omnicanal (Tiendas, Internet y Teléfono), estableciendo puntos de contacto y diversos canales de venta. Su actividad se focaliza en “desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de remodelación y construcción de nuestros clientes, además de satisfacer sus necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares, mediante excelencia en el servicio, integridad en el trabajo y un fuerte compromiso” (Sodimac, 2019).

Reseña Histórica

SODIMAC se fundó en 1952 como una cooperativa, en respuesta al desabastecimiento que generó en Chile la Segunda Guerra Mundial. José Luis del Río Rondanelli (Dersa) la adquirió en 1982 y formó la sociedad Sodimac. Desde entonces, manteniendo su cultura distintiva, desarrolló un modelo de negocio y diversos formatos de tiendas Sodimac para satisfacer las necesidades de sus clientes familias, maestros especialistas y empresas. (Falabella, 2022)

La internacionalización de SODIMAC se inició en 1994 tras asociarse con el Grupo Corona para ingresar a Colombia. En 2003 se firmó la fusión empresarial con Falabella, y un año después se siguió profundizando la internacionalización con la apertura de las primeras tiendas Sodimac en Perú. Luego se ingresó a Argentina en 2008 y más recientemente a Brasil y Uruguay. En 2018, Sodimac abrió sus primeras tiendas en México, consolidándose como la mayor compañía comercializadora de materiales de construcción y artículos para el mejoramiento del hogar de Latinoamérica. (Falabella, 2022)

Razón Social

Sodimac Colombia S A

Objeto Social

La sociedad tendrá como objeto principal la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de artículos, productos, aptos para uso o consumo humano o para consumo animal, incluyendo dentro de estos todo tipo de peces, mascotas y animales, bienes, maquinaria, y servicios que se destinen para los sectores de la construcción, decoración, remodelación, mejoramiento, dotación y/o equipamiento del hogar, comercialización de insumos agropecuarios y/o semillas para siembra, equipos de vigilancia y seguridad privada, así como todos los servicios que sean complementarios a las actividades anteriormente descritas. (Sodimac Colombia SA, 2021)

Misión

“Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes” (Sodimac, 2019).

Visión

“Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, trabajadores y proveedores en América” (Sodimac, 2019).

Principios y Valores

En Sodimac sus valores corporativos expresan lo que son, lo que creen y lo que los identifica. “El respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad nos inspiran a mirar el futuro con optimismo y a lograr el propósito diario de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y de la comunidad” (Sodimac, 2019).

Respeto: somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.

Excelencia: estamos orientados al servicio, y el cliente siempre será nuestro centro.

Hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser mejores cada día.

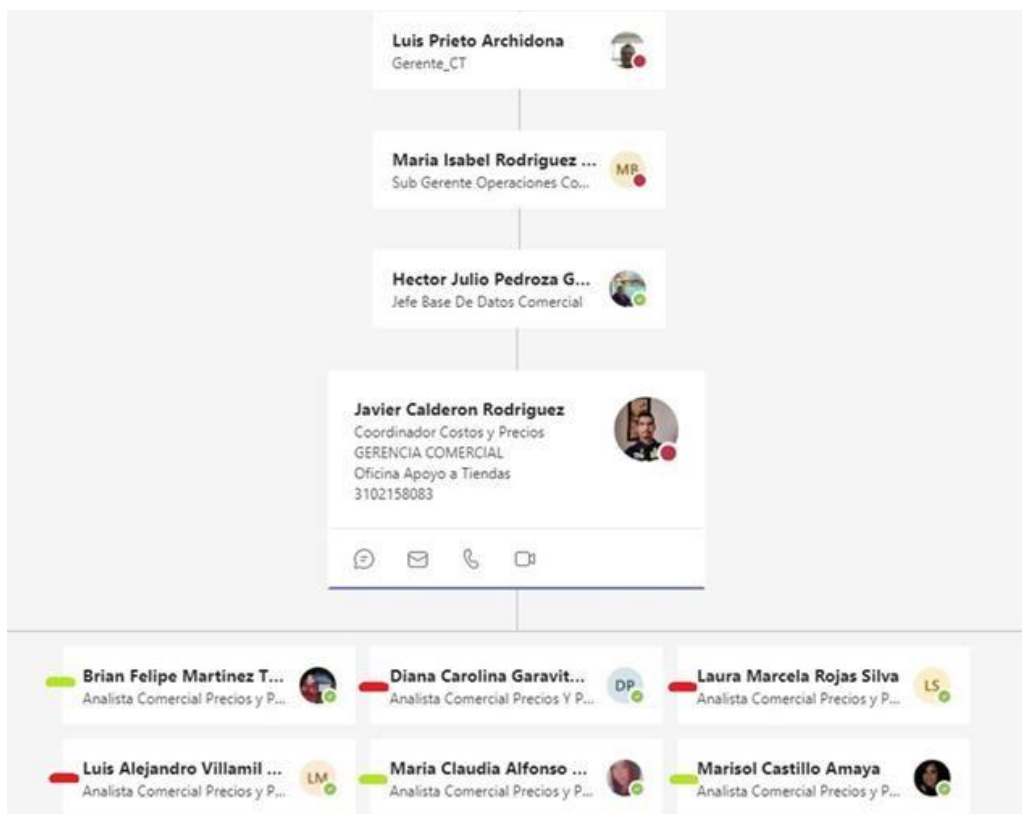
Integridad: somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que pensamos, decimos y hacemos.

Responsabilidad: somos responsables en todas nuestras relaciones. Por esta razón, velamos por aumentar los impactos positivos, así como disminuir los impactos negativos.

Organigrama

A continuación, se evidencia el organigrama del área comercial; área donde desempeñé mi práctica. Estuve bajo la dirección del coordinador de costos, precios y promociones; el equipo que conforma esta área se divide en dos: el equipo de promociones (señalados en verde) y el equipo de precios (señalados en rojo)

Figura 1 Organigrama Área Comercial



Nota: Organigrama del Área Comercial. Recuperado del Teams empresarial.

Portafolio de Productos y Servicios

El portafolio de productos y servicios que ofrece Sodimac es bastante extenso y diverso debido al gran número de productos diferentes que ofrece. Según el Reporte De Sostenibilidad Sodimac de 2019, Sodimac cuenta con:

860 categorías de productos, 27 familias con más de 150.000 referencias, que hacen parte de sus departamentos: jardín, construcción, electro, muebles y organización, ferretería, automóviles y car center, acabados y hogar. A través de la venta a empresas, proporcionan un completo surtido multimarcas al sector empresarial del país, lo que los convierte en un aliado efectivo y estratégico. Y en sus tiendas físicas y demás canales de venta ofrecen un amplio portafolio de productos y servicios, que permite a sus clientes encontrar todo lo necesario para cumplir sus sueños de construcción, remodelación y decoración.

Figura 2 Portafolio de Productos Sodimac



Nota: Portafolio de Productos que ofrece Sodimac. Recuperado de (Sodimac, 2019)

Figura 3 Portafolio de Servicios Sodimac

Nota: Portafolio de Servicios que ofrece Sodimac. Recuperado de (Sodimac, 2019)

Cargo y Funciones

Cargo

El cargo asignado como practicante universitario en SODIMAC fue el de “Apoyo Analista” para el área comercial de precios y promociones; área encargada como su nombre lo indica, de la creación y del análisis de los precios y las promociones realizadas a los diferentes productos y servicios que se ofrecen en la empresa.

Funciones

- Estructurar Base de datos en Excel con la información existente

Para dar continuidad a los procesos de la empresa, se necesitaba hacer una actualización y reestructuración diaria de la información de los productos; es decir, esta era una tarea diaria donde el estudiante debía ingresar constantemente a RetailCompass para descargar, actualizar y posteriormente darle la apropiada estructuración a la base de datos.

Además, es importante destacar que en esta plataforma no sólo se evalúan los precios asignados a los productos de SODIMAC sino también se logra tener acceso a la información de los productos, incluyendo el precio y detalles de cada uno de los competidores que SODIMAC presenta.

Figura 4 Plataforma RetailCompass

Productos listados: 55279

Por SKU Por Competidor Por Categoría Por Marca Competitividad histórica

Matches Matches sin stock Matches con stock Más caras Igualados Más baratos

8436 2024 6418 2821 941 2650

Labels Refrescar Exportar

SKU	Marca	Nombre Producto	DPM	Mi Precio	Easy	Alkosto	Jumbo	Falabella	Exito	Mercadolibn
257846	GRIVAL	Desague Push Metal Sin Reboso	1072.7%	67.900						
578552	Urban Fit Pro	Barra Multifuncional Crossfit Amarillo Set X 10Unds	1052.4%	2.879.900						
160949	GRIVAL	Desague push largo cromado sin reboso	969.1%	61.900						
263958	Tigre	Tubo Conduit 12 Puigada 3m Propack 10und	740.8%	62.900	23.500 sin stock					
575905	Pcp	Union Universal 1 12pulg Pvc Roscar Pcp	692.3%	30.900	3.900					
575840	Pcp	Valvula Bola 3pulg Pvc Roscar Liviana Pcp	543.0%	112.900						

Nota: Se da una visualización de la plataforma RetailCompass. Recuperado de RetailCompass

Con esta información también se realizaba el informe en el Excel llamado “formato prueba retail”, el cual se tenía que enviar por correo a un analista comercial de promociones donde se desplegaba la siguiente información: Código del producto (SKU), nombre de la competencia (competidor mínimo) y precio de la entidad que ofrecía menor precio comparado a los productos de SODIMAC (precio más bajo); el propósito del informe era poder dar seguimiento a esos precios más bajos y tomar las acciones pertinentes para que así se pueda cumplir con la propuesta de valor principal de SODIMAC, la cual es ofrecer los productos con el mejor precio en el mercado.

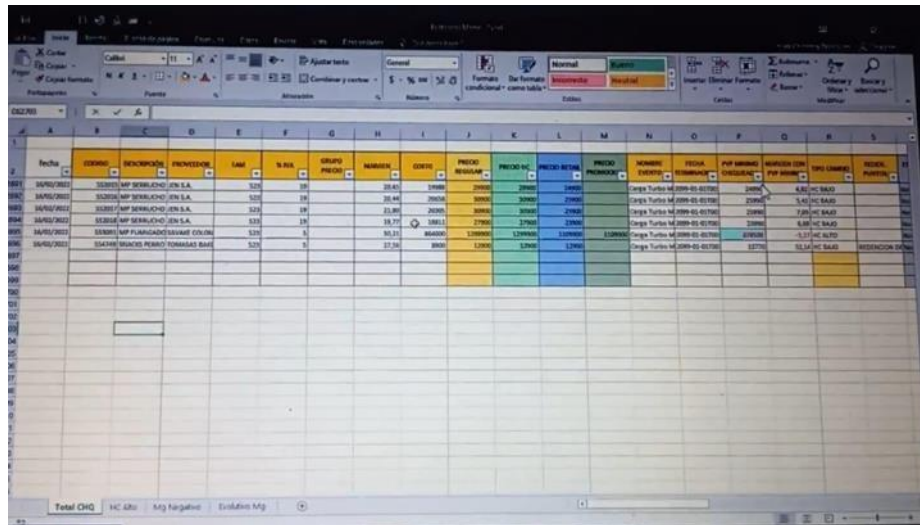
Por último, con la información se realizaba el formato de BD promociones, el cual consistía en brindar una información actualizada de cuáles son las promociones vigentes y a que productos aplicaban.

- Definición de KPI para tablero de control y seguimiento
-

Es de suma importancia determinar que indicadores son necesarios para que las actividades, desempeños y reportes diarios sean medibles y cuantificables, es por esto que se determinan los indicadores de mayor relevancia con el propósito de identificar cuales pueden afectar alguna operación de la empresa.

Además es importante resaltar que para la determinación de los KPI se tiene que tener en cuenta los márgenes que SODIMAC había preestablecido, el estudiante debía chequear la información de los márgenes para determinar que cuales se encontraban por debajo de 0, es decir; todo margen que se convertía en negativo debía ser resaltado y trasladado a un documento con históricos, donde se almacenaba toda la información anual, ya que esta información diaria se veía eliminada al día siguiente, mientras que la información sensible se debía almacenar en un registro con el propósito de generar seguimientos y hacer proyecciones a futuro evitando que los márgenes vuelvan a recaer en un valor negativo.

Figura 5 Histórico



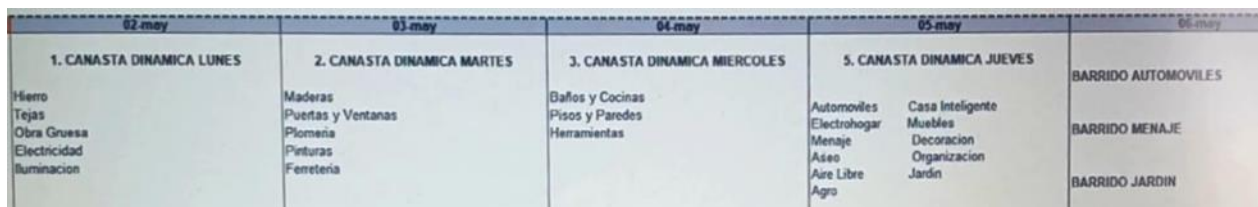
Nota: Visualización del archivo Excel llamado “históricos”. Recuperado de archivos Sodimac

- *Análisis de datos y evolutivos por KPI*

Posteriormente a la definición de los KPI es necesario que estos se interpreten de una manera efectiva para entender a profundidad las actividades o acciones que SODIMAC necesita hacer para afectarlos, para esto hay tareas que se realizan diariamente con el fin de ver con precisión como varían y su evolución en el tiempo; gran parte de los análisis y evolución de los KPI se distribuyen en dos funciones: Canasta y urgentes.

Las actividades de Canasta y de urgentes no están muy alejadas una de la otra, la finalidad de ambas son generar reportes y análisis en base a los documentos suministrados por otro departamento. La principal diferencia es que las actividades de canasta abarcan grandes y diversos productos distribuidos por días como veremos a continuación:

Figura 6 Canasta



Nota: Cronograma semanal que demuestra las canastas diarias con sus respectivos productos a analizar. Recuperado archivos Sodimac

Mientras que los productos urgentes son reportes de manera más generalizada pero que siguen siendo de vital importancia para la organización con fin de prevenir los KPI, productos y procesos de la empresa que los procesos de canasta no abarcan.

Estos procesos se realizaban principalmente en la plataforma Siinco, dicha plataforma facilitaba al estudiante la herramienta de analizar los documentos con la finalidad de generar un archivo Excel con análisis optimizados y vinculados a la información de las actividades anteriormente mencionadas.

Figura 7 Plataforma Siinco

The screenshot shows the 'HOME CENTER SODIMAC' interface. The main header is 'Entrada de Productos al Flujo SIINCO Precios'. A left sidebar contains a menu with options: 'Entrada Productos', 'Análisis de precios', 'Motor de reglas', 'Consultar reglas', 'Procesar eventos', 'Gestión Rechazados', 'Detalle Chequeo', 'Motor Eventos', 'Detalle Promociones', and 'Eventos Precios'. The main content area includes a search bar with 'Retail Compass' and a dropdown for 'Zonas Disponibles' (Armenia, Bogotá, Bucaramanga, Cali). To the right, there's a 'SODIMAC' dropdown, a 'Todos' button, and a 'Zonas Seleccionadas' list containing 'Bogota'. Below this is a '+ Agregar SKU' button. A table with columns 'SKU', 'Descripción', 'Competidor', and 'Precio Vigente' is shown, with a message 'No se ha agregado ningún SKU'. At the bottom, there's an 'Archivo de Cargue' section with a file upload area, a red error message '* Este campo es requerido', and a 'Cargar' button.

Nota: visualización de la plataforma Siinco. Recuperado de Siinco

- Presentar KPI y mejoras al proceso.

Al final de cada reporte y análisis generado por el estudiante, este debía presentar los KPI mayormente influyentes para la empresa, determinar que KPI han sido volátiles y han cambiado de manera significativa de un día para otro. Además, de determinar la causa raíz de la variación de los KPI y interpretar los valores que integren cada indicador con el fin de identificar los valores que

SODIMAC puede mitigar de manera efectiva y con esto seguir mejorando los procesos para llegar a los precios más bajos posibles en el mercado.

Figura 8 Análisis Excel

Ciudad	CD	DESCRIPCION	PROVEEDOR	FA*	RI*	IMAGEN DE PRECIO	MARGEN ACTU	COSTO REPOSIC	COSTO PROMED	PRECIO REGIS	PRECIO VIGEN	PVP MINEN	MARGEN CON P*	TIPO CAN*	PRECIO REACC	NVO MARGEN REACC	NVO TIPO DE CAMBI	COMP. MINIMO
Bogota	878283	MOF 12mm 1.83x2.44 m	SHANGHAI DN	101	19		38.50%	56457	82537	159900	159900	150000	34.44%	HC ALTO				EADY
Bogota	884224	MOF 12 X 1830 X 2440 mm 88	ABAUO DO B	101	19		20.93%	111553	111553	167900	167900	150000	11.50%	HC ALTO				EADY
Bogota	884231	MOF 12 X 1830 X 2440 mm	MADERAS ARA	101	19	DINAMICA	20.63%	111553	106675	159900	159900	150000	15.37%	HC ALTO				EADY
Bucaramanga	43266	MALLA 15x15 cm 4.0 mm (XK-084) 6x2.35 m	GRUPO PRON	103	19	DINAMICA	5.24%	107722	97989	129000	129000	103292	-10.30%	HC ALTO				G Y / PERRETERIA
Bucaramanga	84303	VARILLA G-40 W 3/8x4m x 3.36kg aprox COM	GRUPO SIDER	103	19	DINAMICA	6.34%	14765	15121	18760	18760	18445	-4.74%	HC ALTO				G Y / PERRETERIA
Bucaramanga	220877	CEMENTO CEMEX USO GENERAL 50kg	CEMEX COLON	105	19	DINAMICA	1.20%	23642	23642	28000	28000	27548	-1.71%	HC ALTO				G Y / PERRETERIA
Bucaramanga	220824	CEMENTO CEMEX USO GENERAL 50kg	CEMEX COLON	105	19		14.12%	20568	20568	28000	28000	27548	-1.11%	HC ALTO				G Y / PERRETERIA
Bucaramanga	242547	VARILLA G-40 W 3/8x4m CORRUGADA	ACEROS TURIA	103	19		6.34%	14765	14765	18760	18760	18445	-4.74%	HC ALTO				G Y / PERRETERIA
Medellin	65885	TUBO 1.1/2x6 m VENTILACION	MEXICHEM CO	206	19		38.67%	22109	20518	42900	42900	23400	-17.40%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	65885	TUBO 2x6 m VENTILACION	MEXICHEM CO	206	19		17.13%	31964	31859	45900	45900	40693	-6.52%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	65885	TUBO 3x6 m VENTILACION	MEXICHEM CO	206	19		15.24%	43661	42618	59900	59900	57990	-3.45%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	65885	TUBO 4x6 m VENTILACION	MEXICHEM CO	206	19		27.81%	73562	73564	114900	114900	96900	-9.66%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	65885	TUBO 1/2x6 m PRECISION 8-500 Psi	MEXICHEM CO	206	19		20.04%	15387	15387	22900	22900	20760	-13.79%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	65900	TUBO HOTPRO 1/2x3 m PAUCO	MEXICHEM CO	206	19	DINAMICA	15.09%	14198	14198	39900	39900	35000	-14.66%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	73795	PLACA DE YESO 1/2x2x2.44m 12.7mm	PANELTEC S.A.	104	19	DINAMICA	6.68%	27368	26993	34900	34900	32500	-6.21%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	73658	ESTUCO ESTUCO Y ACOLUAMAZ 15 kg	GUARNISTROS	105	19	DINAMICA	21.71%	24275	24262	36900	36900	34900	-17.22%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	166131	PLACA DE YESO 1/2x2x2.44m 12.7mm	PTEX COLOMB	104	19		11.06%	20218	20218	34900	34900	32500	-25.97%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	312647	ANGULO 30 x 20 x 0.38 mm 2.44 m	MANUFACTUR	103	19	DINAMICA	8.92%	25121	25121	3700	3700	3300	-12.12%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	312648	CANAL BASE 62-1/2 x 1/2x2.44m 2.44m	MANUFACTUR	103	19		19.84%	4365	6138	9450	9450	7700	-18.63%	HC ALTO				MATERIALES TITAN
Medellin	312654	OMEGA 2-5/16 x 3/4x2.44m 2.44m	MANUFACTUR	103	19	DINAMICA	19.18%	4686	4686	6900	6900	6000	-7.04%	HC ALTO				MATERIALES TITAN

Nota: Se pueden evidenciar en el documento diversos KPI que SODIMAC tiene en cuenta, sus márgenes y valoraciones diarias. Recuperado de archivos Sodimac

Perfil de la Empresa – Movilco SAS

MOVILCO es una empresa dedicada a la comercialización y prestación de servicios de telecomunicaciones celular, como agente comercial autorizado de CLARO S.A, en diferentes regiones del país. Cuentan con 28 centros de trabajo y su sede principal se encuentra en Villavicencio

Reseña Histórica

Nuestra empresa inicio operaciones comerciales en abril de 2001 bajo la razón social CELSTAR LTDA. y como domicilio principal la ciudad de Bogotá, más adelante en abril de 2004 y debido al inminente crecimiento de su red comercial en el Oriente Colombiano, y animados por el prometedor futuro de la región, decidimos apostarle a un crecimiento estructural trasladando nuestras operaciones a la ciudad de Villavicencio y fue entonces cuando nos constituimos en MOVILSTAR DE COLOMBIA LTDA., siendo nuestro objeto social principal la comercialización de productos y servicios de telefonía celular atreves de CLARO S.A. (Martinez, 2016)

Razón Social

Movilco SAS

Objeto Social

Comercialización equipos de telefonía celular

Misión

Ofrecer un Servicio de cobertura nacional creando un concepto, en donde todos los usuarios satisfagas sus necesidades de comunicación con nuevas tecnologías, accediendo a una mejor y

mayor cobertura de red móvil y fija, esto con la ayuda de su mejor aliado estratégico comercial como es CLARO y su activo más importante que es su equipo humano. (Cubillos, 2019)

Visión

Para 2030 Movilco quiere convertirse en una empresa líder en Colombia en distribución de telefonía celular, y servicios para el hogar, obtener el reconocimiento por nuestra competitividad y calidad, estando presente en todas las regiones del país donde tenga presencia el operador celular CLARO, disponiendo de un gran equipo humano socialmente responsable, capacitado y calificado para lograr nuestros objetivos comunes. (Cubillos, 2019)

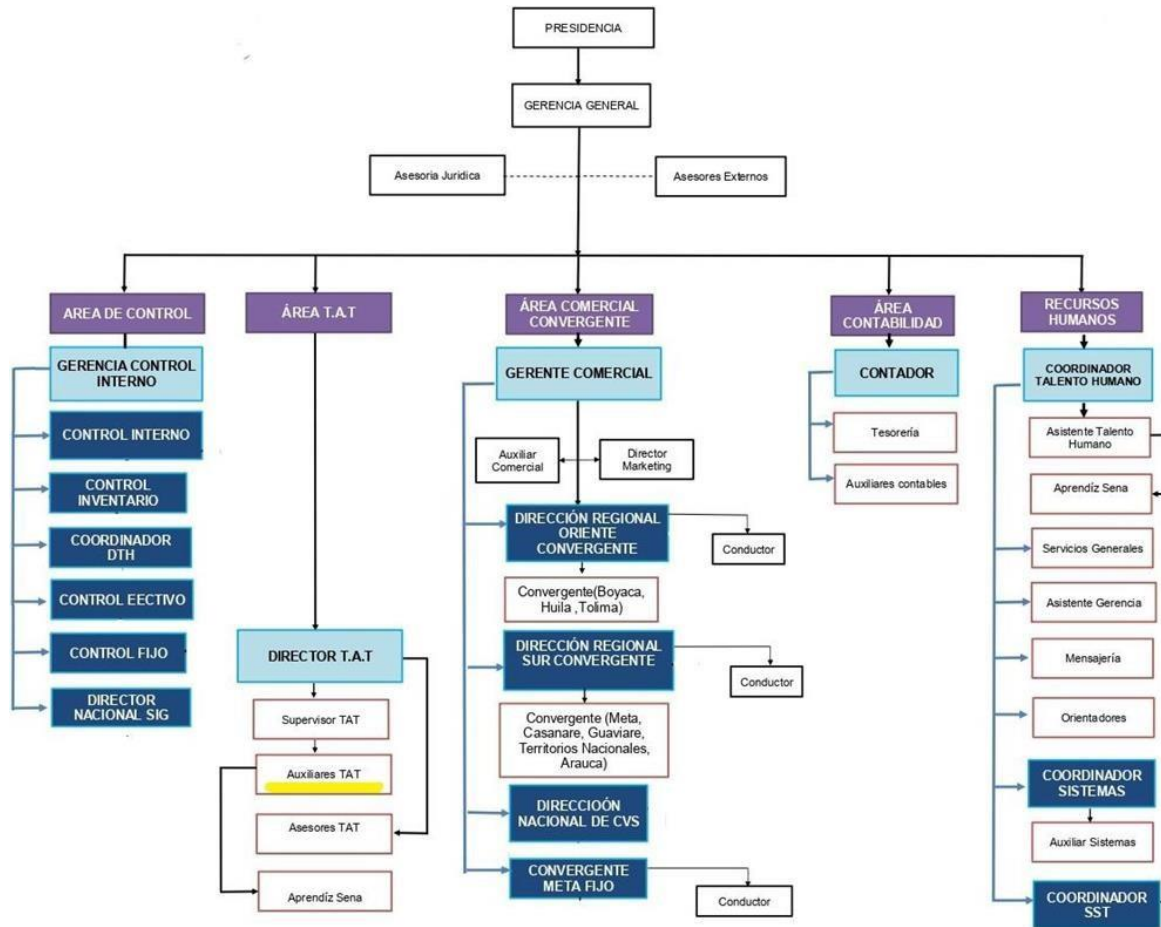
Principios y Valores

Para MOVILCO es importante que todos sus colaboradores actúen y desempeñen sus funciones y actividades basados en unos principios éticos, pues son base fundamental para “la construcción de una cultura organizacional, que conduzca el negocio de manera íntegra, honesta, responsable y transparente, de cara a sus usuarios internos y externos” (Cubillos, 2019). Esos principios éticos son:

- Honestidad: Trabajamos con transparencia, respetando siempre la verdad.
- Compromiso: Damos lo mejor de nosotros mismos para el desarrollo de la empresa buscando su sostenibilidad.
- Respeto: Aceptamos, escuchamos y valoramos al otro, buscando la armonía en nuestras relaciones.
- Responsabilidad: Actuamos con seriedad, conscientes del cumplimiento de nuestros deberes y de los derechos de los demás.
- Confianza: Generamos credibilidad en la calidad y seguridad.
- Trabajo En Equipo: Integramos nuestros esfuerzos para el logro de los objetivos organizacionales.

Organigrama

Figura 9 Organigrama Movilco SAS



Nota: Organigrama Movilco SAS. Recuperado de (Cubillos, 2019)

Portafolio de Productos y Servicios

Según MOVILCO SAS (2019) un documento interno de la empresa, el portafolio se encuentra dividido por las siguientes unidades de negocio:

- Unidad de negocio hogar: Ventas de internet, telefonía y televisión para hogares del operador claro a nivel nacional.
- Unidad de negocio personas, tecnología y empresas: Venta de planes postpago (entregar soluciones de voz, datos, mensajería de texto, etc.). Ofrecer soluciones tecnológicas como smartphone (equipos móviles), televisores, consolas de videojuegos y computadores.
- Unidad de negocio TAT: Encargada de la distribución de chip prepago de manera masiva en más de 3000 comercios como droguerías, papelerías, supermercados, etc. Para apoyando el proceso se cuenta con una estructura especializada de coordinadores, supervisores y asesores.
- Unidad de negocio CVS: Cuentan con más de 32 Tiendas en 11 departamentos del país, para la atención al cliente Claro en su servicio de venta, postventa, recaudo, etc. En estos espacios se ofrece un punto de contacto directo y presencial para los clientes de Claro en todo el país, con el objetivo principal de responder de forma cercana, rápida y eficaz a sus necesidades y entregar soluciones.
- Unidad de negociación instalación DTH (televisión satelital): Servicio de venta e instalación de internet y televisión Satelital DTH, se cuenta con una red de técnicos y apoyo operativo especializado.

Cargo y Funciones

Cargo

El cargo a desempeñar en MOVILCO SAS durante las practicas fue “Auxiliar Controller”

Funciones

- Planeación mensual de rutas.

Es importante determinar una planeación de las rutas para optimizar los recorridos que los asesores TAT van a realizar diariamente, para dar continuidad a este proceso es necesario identificar las necesidades de la empresa que se ven representadas en los rutereros, que son aquellas personas encargadas de organizar y asignar las rutas a los agentes, la ubicación geográfica de estas rutas, sectorizando el meta. De esta forma los asesores van a tener una base mensual que se irá retroalimentando diariamente a través de los reportes de los indicadores de distribución comercial, además, es importante resaltar que el agente TAT es quien organiza y gestiona sus rutas asignadas semanalmente.

Figura 10 Mapa del circuito



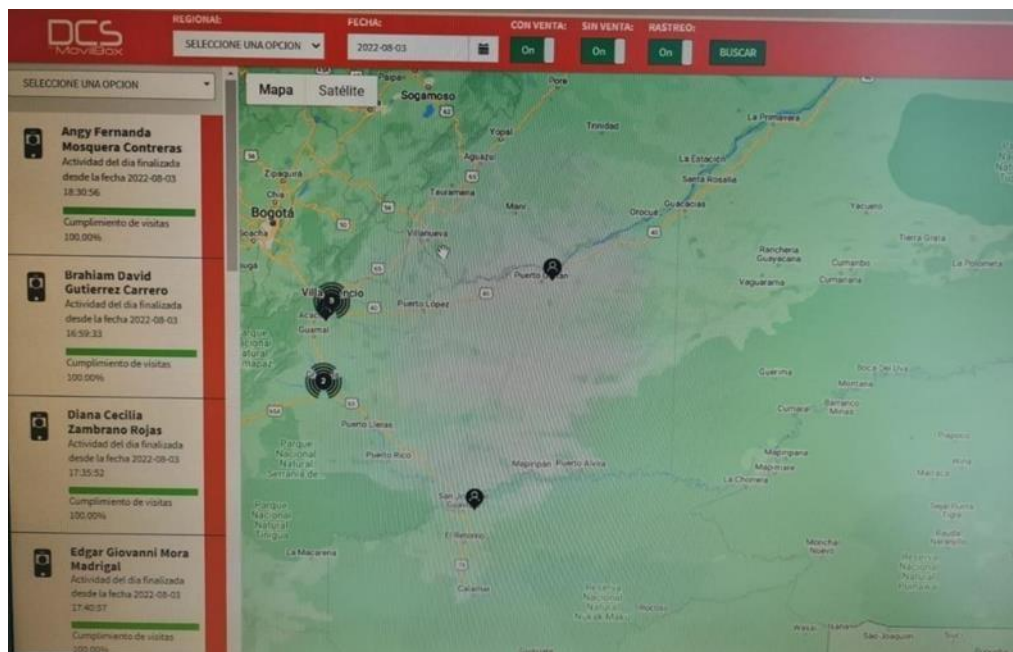
Nota: Impresión del mapa de circuito. Recuperado de Movilco SAS

- Apoyo para reporte de indicadores de distribución comerciales.

La tarea principal del reporte es informar al supervisor del agente o coordinador comercial toda información a través de reuniones diarias con el equipo de ventas.

La estructura que contiene este reporte varía dependiendo de las siguientes características y atributos: Informe general de altas, todo incluido, recarga, dropsite, quiebre sim cards, georreferenciación de clientes, caída de usuarios y recargas por mapas de tableu, es importante recalcar que dependiendo de la frecuencia de actualización de la información y de la cantidad de posibles clientes que establezcan las rutas, la frecuencia de las reuniones puede ser incluso a llegar a ser cada día de por medio, es indispensable que el estudiante verifique de manera continua la información registrada por los asesores en MB con el fin de evitar registros duplicados para garantizar que los reportes generados sean congruentes.

Figura 11 Geolocalización



Nota: Ejemplo de un muestreo de geolocalización de los asesores que encuentran establecidos en las zonas a través de la aplicación MovilBox. Recuperado de la aplicación MovilBox

- Evaluación efectividad y continuidad asesores TAT

En los reportes que el estudiante realizaba también es necesario que se determine el rendimiento de los agentes TAT, esto se hace principalmente a través de la medición de los tiempos que tienen asignado por tienda y por actividad, es decir; los agentes tienen un intervalo de visita entre 3 a 5 minutos por cada tienda, lo que representa la labor del estudiante donde este debe generar informes para saber si ellos están cumpliendo con los parámetros, porque el incumplimiento de estos términos se representa como una falla en la efectividad de los agentes lo que finalmente conlleva a romper la continuidad de sus rutas, afectando de manera directa los resultados esperados por MOVILCO SAS.

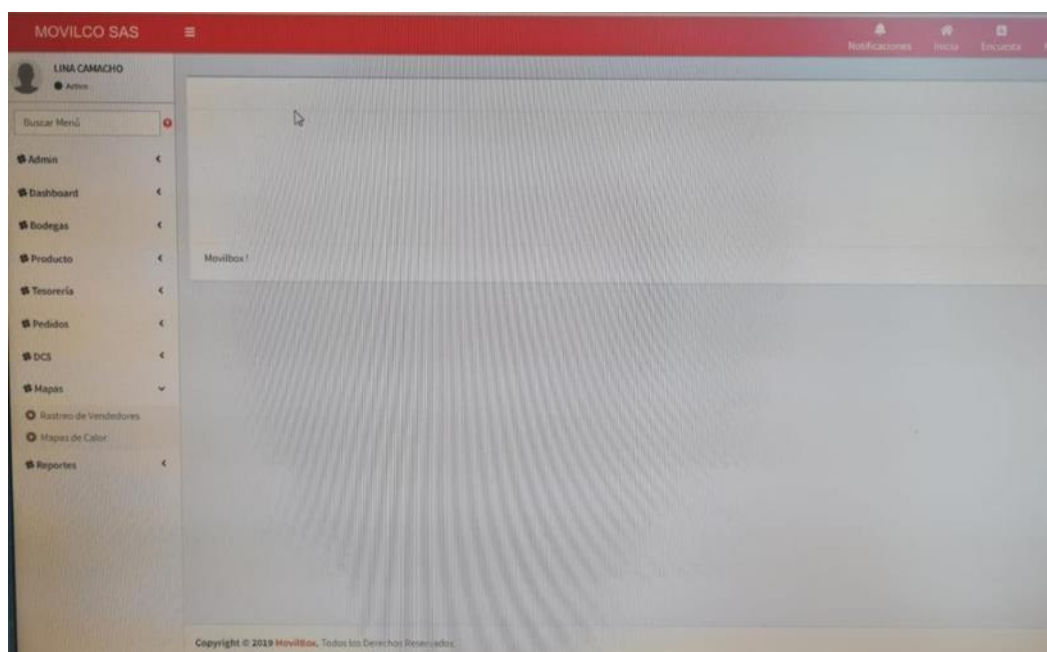
- Seguimiento de presupuesto, caída de indicadores, cifras

En esta función se necesita tener un control riguroso de las cifras mensuales programadas destinadas a las ventas TAT, como se van a distribuir los montos y específicamente en que productos y servicios, además de que indicadores se encuentran relacionados a los presupuestos, uno de los principales indicadores a determinar y de rigurosa observación es el tiempo, el cual se desarrollará a profundidad en la siguiente función. Finalmente, el estudiante debe generar el reporte informando las respectivas cifras y que tan cerca estuvieron esas cifras mensuales a el presupuesto asignado mensual, en caso de tener un margen de diferencia alto, se debe notificar y determinar la causa de estos márgenes de diferencia.

- Logística apoyo distribución TAT.

Uno de los factores determinantes para que los agentes TAT cumplan su rol de manera efectiva, alienándose a los parámetros e indicadores asignados mensualmente por MOVILCO SAS, son los de logística de distribución, estos consisten en no sólo el proceso de asignar las rutas o la cantidad de las simcards, sino la distribución promedio por tienda, estos se determinan de manera histórica, con el fin de prevenir una necesidad por falta de inventario, es decir; para que el agente TAT tenga un desempeño ideal también es importante que el estudiante analice y determine las cantidades de distribución por agente y de sus sectores asignados.

Figura 12 MovilBox



Nota: Visualización de la aplicación donde se realiza todo lo expuesto anteriormente. Recuperado de MovilBox

Aportes

Aportes del Practicante a la Empresa

En mi rol de practicante, les brinde a las empresas aportes significativos como lo son una excelente gestión y pronta administración de los resultados obtenidos mes a mes permitiendo a la empresa no sólo continuar con lo que ya estaba preestablecido sino también generar avances y retroalimentaciones que logren facilitar los procesos y optimizar el rendimiento de las actividades en las empresas. Uno de los grandes factores a destacar de mi desempeño en las empresas es la recursividad que presenté en las actividades, ya que frecuentemente se presentaban situaciones en donde brindaba un acompañamiento extra que fue vital para llegar a las proyecciones de resultados esperados.

Además, la gestión que realizaba facilitó el desarrollo de las actividades que realizaban las empresas, tanto los reportes y análisis que se generaban sobre los KPI en SODIMAC como las determinaciones y parámetros a cumplir durante cada mapeo que se generaba a los agentes TAT en MOVILCO SAS.

Aportes a la Formación Profesional

Ambas empresas me han aportado mucho a mi formación profesional, incluso podría decir que los conocimientos que adquirí en mi primera practica SODIMAC me ayudó a sobresalir y cumplir con mis funciones de manera exitosa en MOVILCO SAS.

Principalmente el desarrollo y aprendizaje de los software y herramientas manejadas, además de la profundización de estos, donde adquirí principalmente en SODIMAC un conocimiento avanzado en Excel, aprendiendo no sólo a dar un manejo ordenado de los datos, sino a la importación, migración y adaptación de las bases de datos a Excel, el debido proceso de actualizaciones de datos, aplicación de fórmulas y finalmente el cuán importante es el entendimiento no sólo de las cifras sino de cada KPI y sus componentes.

Es importante mencionar también la organización y responsabilidad que las empresas me brindaron, ya que gran porcentaje de las tareas a realizar tenían un tiempo asignado para cumplir con los procesos de las actividades, como lo fue la gestión y reporte de las rutas para los asesores TAT, adicionalmente a las funciones que la aplicación MB nos brindaba para cumplir de manera efectiva todas las actividades.

Conclusiones y Recomendaciones

Para empezar, considero pertinente recalcar la importancia que son los trabajos como practicante, ya que estos nos ayudan a reforzar, complementar los conocimientos adquiridos durante la carrera y también nos brindan grandes posibilidades de adquirir nuevos conocimientos que se relacionan directamente con las tendencias y necesidades de empleo en el mercado actual.

Además, también la oportunidad que tuve al ser participe en las dos empresas, tanto en SODIMAC como en MOVILCO SAS, me ayudó a tener una mayor visión para profundizar en un concepto empresarial, el entender cómo funcionan las empresas con actividades económicas en común me facilitó el profundizar en no sólo la actividad económica como tal sino también en los factores que las rodean.

Es importante el papel de la Universidad y los acompañamientos que esta realiza durante la práctica, con esto se puede confirmar que el estudiante está no sólo realizando actividades que se encuentran relacionadas a los saberes de la carrera, sino que el acompañamiento también es una orientación indispensable del cómo mejorar el desempeño profesional.

Finalmente, me gustaría recomendarle a la Universidad que para próximas oportunidades de la opción de prácticas se logre informar de manera efectiva y pública el registro de las publicaciones abiertas que tengan las empresas con las cuales la universidad haya establecido algún tipo de convenio, vinculo o relación en el pasado, esto con el propósito de dar transparencia y libertad a cada estudiante de postularse de manera autónoma a las empresas disponibles de preferencia, recalcando también a las pymes y sobre todo a las más pequeñas empresas, ya que en estas por la poca capacidad de empleados que poseen, el estudiante puede tomar un rol más versátil y adquirir conocimiento de diversas áreas o procesos que están conectados, de esta manera hacer una tarea completa.

Referencias

- Cubillos, A. (2019). *Inducción – re inducción*. Documento interno, Villavicencio.
- Falabella. (2022). *Historia y Origen de Sodimac en Chile*. Obtenido de <https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/historia>
- Martinez, L. (11 de 02 de 2016). *MOVILCO S.A.S.* Obtenido de <https://prezi.com/yr7cnbp4dw0j/movilco-sas/>
- Movilco SAS. (2019). Plan de negocios para licitación zona cerrada claro distrito guamo – espinal. Documento interno, Villavicencio.
- Sodimac. (2019). *Reporte de sostenibilidad*. Reporte, Bogotá. Obtenido de <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/rs/doc/reportede-sostenibilidad-2019-sodimac.pdf>
- Sodimac Colombia SA. (2021). *Estatutos Sodimac Colombia s.a.* Obtenido de <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/informacion-inversionistas/doc/estatutos-sociales-marzo-2021.pdf>

Anexos

Anexo 1 Área comercial



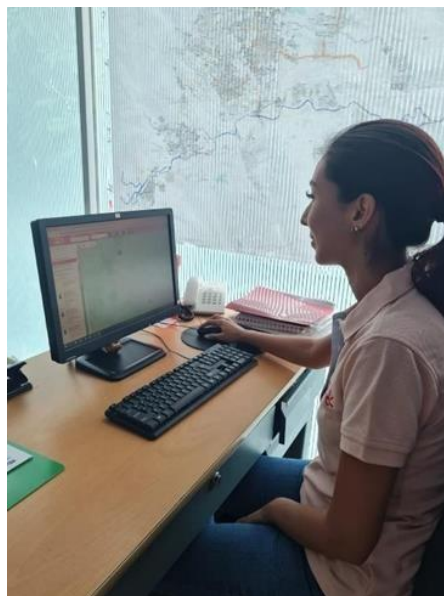
Nota: Área de trabajo donde se desarrolló las prácticas en Movilco SAS.

Anexo 2 Zona de Gestión Comercial



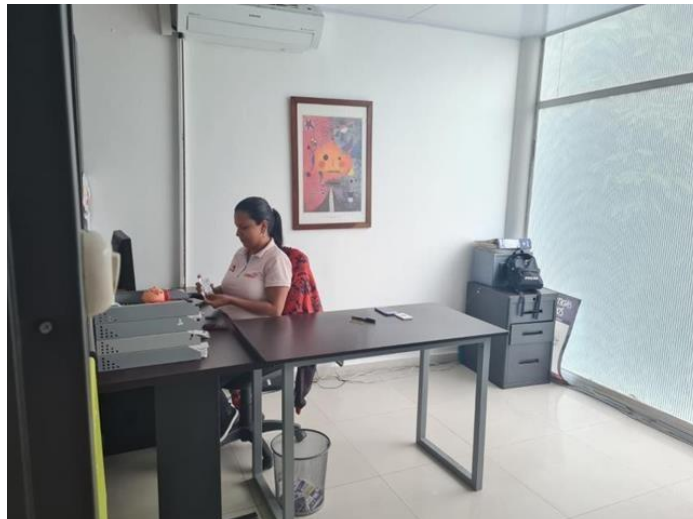
Nota: Equipo de trabajo que conforma el área comercial.

Anexo 3 Zona de trabajo



Nota: Puesto de trabajo asignado durante las practicas.

Anexo 4 Jefe de Área



Nota: Zona de trabajo del jefe directo, Lina Camacho.