

Plan De Mejora Practicas Profesionales Super incentivos Herramienta de Autogestión

Paula Andrea Álvarez López

Universidad Santo Tomas De Aquino

Facultad de Negocios Internacionales

Profesor:

Miguel Alba

Bogotá D.C

Junio 2023

Resumen

La empresa Superincentivos S.A.S. es una microempresa que nace de una multinacional, al separarse los socios, uno de ellos decide montar la competencia y es cuando esta inicia actividad comercial en el año 2022, posicionándose rápidamente en el mercado de los incentivos gracias al orden de procesos y el trabajo en equipo alineado por un objetivo común, que realmente fue la clave para que la empresa aumentara en tiempo récord los niveles de productividad, mejorando los procesos y la visión de la empresa para identificar más áreas de oportunidad, incrementando sus ganancias y garantizando experiencia al cliente, impulsando así el crecimiento del negocio.

En el último mes, la empresa ha tenido incidencias en su producto más versátil llamado Supercódigos, debido a las demoras presentadas en su cadena de suministros como la falta de stock recurrente, las demoras en entregas, pequeños montos y poca versatilidad de comercios.

Es ahí donde surge la pregunta ¿Una herramienta de autogestión en el área comercial apoyará en la mejora de los procesos y en el servicio de los productos que se ofrecen?

El objetivo de éste es reducir todo el tema operativo, plazos de ejecución, reducción de errores y optimización de todos los procesos estableciendo una herramienta o un método mucho más eficaz y simple para nuestro público objetivo asegurando la calidad de nuestros productos y servicios.

Para comprender y direccionar el proyecto, en nuestra reunión comercial semanal se habló de la posibilidad de crear una herramienta de autogestión en donde preguntamos a nuestro equipo de tecnología la posibilidad de este ya que todo el tema de software y tecnología lo

llevaran a cabo ellos, gracias a sus respuestas positivas se establece poco a poco el procedimiento que se debería llevar a cabo en los próximos meses.

Agradecimientos

Parece que fue ayer cuando decidí emprender este camino, cuando enfrente una decisión que me acompañaría en todos y cada uno de los días de mi vida, recuerdo cuando llegue a la universidad y pensé si con esta decisión me iba a sentir feliz, y hoy puedo decir que estoy inmensamente agradecida y orgullosa de haber aprendido y de haber escogido mi carrera como eje principal de las labores que de ahora en adelante enfrentaré.

Me encuentro infinitamente agradecida con todas las personas que hicieron parte de este proceso, y crecer en una familia llena de amor, forjada de grandes valores y disciplina, especialmente a mis padres agradezco cada granito de arena aportado a lo largo de este camino universitario, por su paciencia, sus enseñanzas y palabras de aliento en momentos de tormenta.

Gracias a mis compañeros quienes hicieron parte fundamental en este proceso, por sus ayudas, su paciencia y su empatía, a mi compañero de vida, que quien con sus palabras de aliento y amor me hacían seguir día a día en la lucha para superarme a mi misma e incluso mis expectativas.

Gracias a mi universidad por la gran experiencia que me dejaron vivir, a mis mentores por compartir todos y cada uno de sus conocimientos, lecciones y enseñanzas, gracia a eso voy a ser el profesional íntegro de Negocios Internacionales del que tanto nos hablaban, dispuesto a mejorar con cada acción el mundo al que nos enfrentamos.

Introducción

El presente trabajo es el fruto de una árdua investigación del producto más vendido llamado Supercódigos en la empresa Superincentivos, donde estoy desempeñando el cargo de Ejecutiva De Prospección Comercial.

A través de este proyecto educativo se busca mejorar la adquisición y proceso de uno de los productos más versátiles de la compañía en el área de Engagement, que consiste en una plataforma virtual que pone a disposición marcas líderes en la industria como Jumbo, Grupo Éxito, El Corral, Falabella, Adidas, Spotify, Netflix, Éxito, Alkosto, Jenno's, D1, Mimos, entre otros; para los usuarios de nuestros clientes a través de bonos digitales, la cual se llevará a cabo con todas las estrategias de aprendizajes adquiridas, competencias básicas específicas del ejercicio profesional, así como las estrategias para lograr el avance y el mejoramiento continuo.

La solución nace del estudio de las incidencias presentadas y expuestas por parte de nuestro público objetivo al momento de canjear sus bonos digitales que son utilizados como incentivos para la satisfacción de necesidades de sus usuarios, y radica en generar un comercio electrónico de autogestión, fomentando así la facilidad de adquisición de bonos por marca por nuestros clientes, mitigando tiempos de despacho y entrega junto con la disminución de incidencias, ya que, es de suma importancia articular las relaciones entre el cliente y nosotros como proveedor a través de los diferentes partners comerciales que son nuestros aliados y quienes realizan la distribución de éstos códigos.

Indicé

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión, Visión y Valores

1.1.2 Ubicación Geográfica

1.1.3 Estructura Organizativa

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

1.1.4.1 Análisis DOFA

2. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.

2.1 Importancia limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.

2.2 Objetivo General & Específicos

3. Propuesta de Mejora

3.1 Contenido plan de mejora

3.2 Seguimiento práctica profesional

3.3 Conclusiones

3.4 Bibliografía

1.1 Super Incentivos SAS

Es una empresa multinacional con 10 meses de experiencia en países como México y Colombia, encargada de desarrollar incentivos, estrategias de fidelización y lealtad que le permiten a las empresas mantener motivados a sus colaboradores, aliados y clientes para alcanzar con mayor velocidad los objetivos de su empresa través de rewards digitales como Recargas de Nequi y Daviplata, Supercódigos (bonos digitales), Tiempo Aire, Campañas Promocionales, Viajes, Experiencias de marca y Productos Físicos.

1.1.1 Misión

Nuestro propósito es revolucionar la forma de incentivar personas a través de tecnología, calidad, servicio e innovación en nuestros productos.

Visión:

Nuestra visión es ser la empresa referente de incentivos y recompensas a nivel LATAM.

Nuestros ADN (Valores)

- Valentía Le damos la cara al riesgo con audacia. Ser valientes en medio de la tempestad es nuestro deporte favorito.
- Resiliencia Después de la tormenta siempre llega la calma y esto, además de ser un verso de Alejandro Sanz, es nuestra postura positiva para sortear los momentos críticos.
- Determinación Somos resolutivos. La disciplina y la fuerza de voluntad nos han servido para superar expectativas y objetivos por igual. También han sido sumamente útiles para dejar de fumar o comer más vegetales.

- Adaptabilidad, Aunque el mundo gire rápido, no nos da vértigo. Somos ágiles para desarrollar productos y flexibles para transformarlos conforme lo exige el entorno.
- Inconformismo, Nacimos inquietos y un poco rebeldes. Para nosotros, la inconformidad es un detonante de grandes ideas y acciones poderosas.

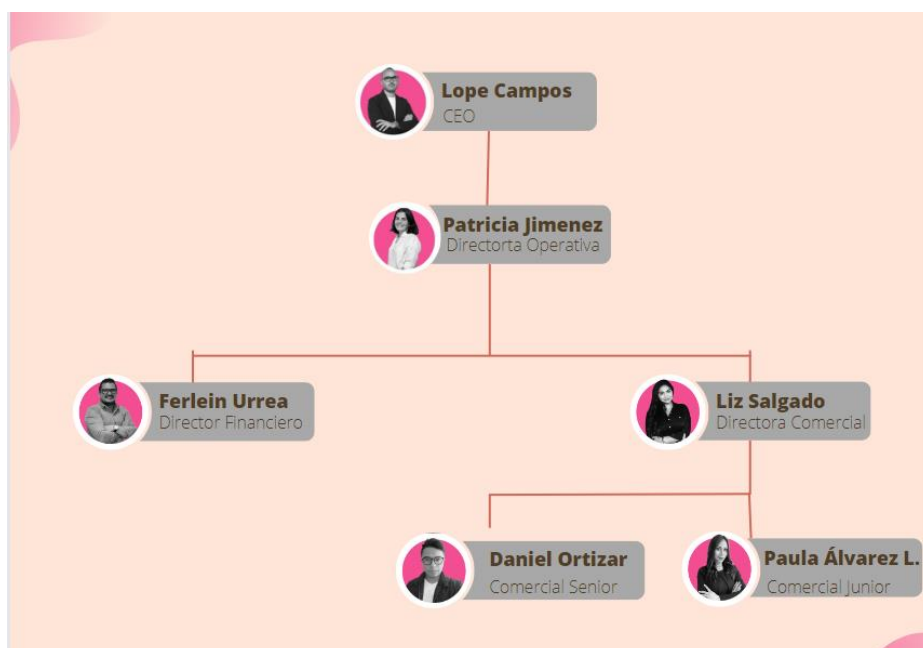
1.1.2 Ubicación Geográfica

México - Ciudad de México

Colombia – Bogotá D.C

Calle 99 – 10 – 57 Edificio Tinkko

1.1.3 Estructura Organizacional



Fuente: Información de recursos humanos (creación propia)

1.1.4 Departamento de desarrollo de la práctica profesional

Las prácticas empresariales las estoy llevando a cabo en el área de proyección comercial de Colombia, en donde desempeño una labor de apertura de mercado, servicio al cliente, apertura de cuentas, y venta de incentivos a empresas AA y AAA.

Entre mis funciones principales se encuentran:

- Buscar oportunidades de venta, a través del establecimiento de contactos y los medios sociales.
- Fijar reuniones con posibles clientes y escuchar sus deseos y preocupaciones
- Preparar presentaciones adecuadas sobre nuestros productos y servicios
- Negociar cláusulas y términos y condiciones de los contratos
- Asistir a eventos de marketing (por ejemplo, conferencias o ferias) en representación de la compañía
- Negociar/cerrar acuerdos comerciales
- Recopilar comentarios y opiniones de los clientes actuales o posibles y compartirlos con los equipos internos
- Proporcionar apoyo y asistencia al servicio de preventa y postventa.
- Resolver los problemas y quejas de los clientes en relación con las ventas y el servicio.

Estas funciones me ayudaron a tener un panorama amplio de las necesidades de los clientes y sus preferencias, las cuales fueron de gran ayuda para agilizar y aportar valor en los planes de incentivos y lealtad y de esa manera lograr el cumplimiento de mis metas

y las ganas de implementar una herramienta mucho mas personalizada y autónoma para ellos.

1.1.4.1 Análisis DOFA

El siguiente análisis permitirá a Superincentivos, identificar el mundo de posibilidades que se pueden abrir para el crecimiento y desarrollo de la compañía con una herramienta de autogestión y de esa manera tener una visión mucho mas completa y equilibrada de la situación actual y futura de Supercódigos,

Fortalezas

- La herramienta principal de Superincentivos es Supercódigos, que es una herramienta intuitiva y de fácil manejo que centraliza las marcas de cara al cliente brindándoles un catálogo amplio de comercios.
- Somos Pioneros en tener una Alianza Empresarial con Uber & Linio en Bonos Digitales
- A través de su plataforma, diversifica productos y servicios, brinda la inmediatez de escoger la marca requerida o seleccionada a un solo clic y para canje inmediato

Oportunidades

- La herramienta de Autogestión que se busca llevar a cabo con la compañía de TI, debe tener la posibilidad de estar al alcance del cliente y del consumidor, e incluso debe tener la opción de autogestión, como por ejemplo las recargas de saldo para suplir las necesidades de los usuarios y también la opción de que sean B2C para que ellos mismo recarguen con dinero la plataforma ya que hay saldos pequeños que no se logran canjear.

- El centro de Atención al Cliente debe ser de cara al usuario, es decir que se reciban incidencias o requerimientos por parte de ellos, cumpliendo con el fin de la atención post venta, que se pueda realizar un seguimiento, logrando así que el servicio genere mas ventas y desarrolle o visibilice debilidades que pueda tener la herramienta o los procesos.
- Expansión en mercados emergentes, integrando las experiencias a la nueva plataforma, es decir que esta se venda en conjunto y de esa manera absorba el resto de nuestro catálogo (experiencias, recargas de saldo, travel, etc.)

Debilidades

- La compañía cuenta con recursos económicos y financieros limitados, es por eso que es de suma importancia captar nuevos inversionistas para ampliar el capital y responder a los requerimientos de los nuevos clientes y cierre de venta a corto y mediano plazo.
- La carga operativa del comercial, que actualmente implica la apertura y el cierre de un cliente, a pesar de que la herramienta la disminuiría; es importante crear las áreas que gestionen el lead, la operatividad y el área de atención al cliente.
- .La compañía no ha generado por un tiempo nuevas alianzas, una vez logradas las 100 alianzas, se quedó estática por varios meses y no ofreció más versatilidad.

Amenazas

- No cuenta con un aliado que logre impactar a los diferentes países, estamos limitados al desarrollo y ejecución de diferentes proyectos a nivel Latam por falta de marcas disponibles en diferentes países y presupuesto.
- La compañía no cuenta con áreas específicas como por ejemplo Alianzas y compras que se enfoquen en optimizar y mejorar la oferta con cada uno de los proveedores.

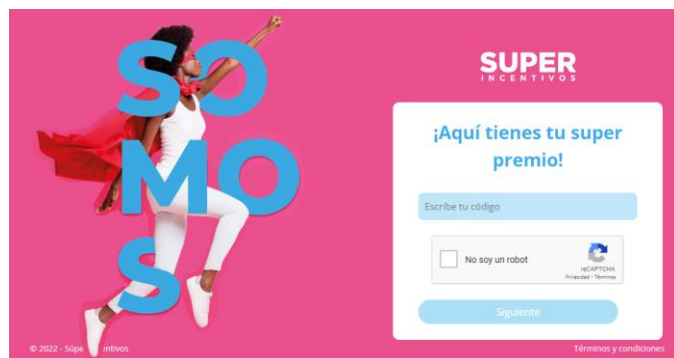
- No cuenta con un software integrado con más opciones de comercio dentro de nuestro portafolio y sistema web, ya que no se ha logrado la aprobación de la plantilla y el arte usado para que la marca sea expuesta en la plataforma por falta de seguimiento

2. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Los bonos digitales a través de la plataforma Supercódigos son ofrecidos por Superincentivos a sus clientes como un beneficio emocional, sin embargo, cuenta con un amplio catálogo, como experiencias, extensión de sueldo (recargas nequi), de hecho, funcionamos también como agencia de viajes, ligas directas, entre otros.

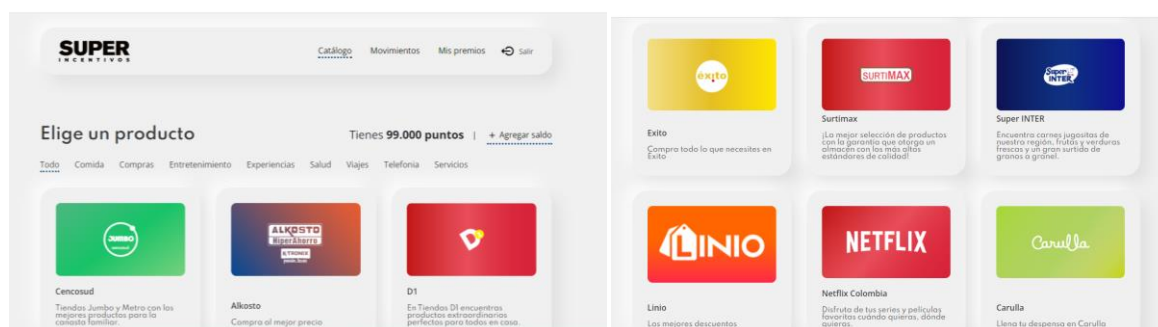
Gracias al análisis DOFA pude identificar que entre las debilidades se encuentra la falta de integración a la plataforma por varios de nuestros comercios aliados como el sector textil, y esto ha generado que la participación en el producto Supercódigos haya estado disminuyendo constantemente en los últimos meses en contraste con otras áreas, porque a pesar de que tenemos 100 aliados estratégicos, no todos están en la plataforma ya que nuestro proveedores no han aprobado la plantilla y el arte usado por nosotros dentro de esta para la descarga de las giftcards o bonos digitales de regalo, adicional existen demoras en abastecimiento por parte del área de operaciones por falta de stock, que no es pedido a tiempo a nuestros proveedores, y como consecuencia se generan fallas en el producto, códigos erróneos, error 404 junto con pocas opciones en cuanto a montos por marcas.

ANEXO 1



Fuente: Sitio Web Supercódigos

ANEXO 2



Fuente: Sitio Web Supercódigos

Se ha intentado establecer un comercio individual es decir venta directa de bonos de comercio con las nuevas tecnologías que se han desarrollado en la competencia y con cada uno de nuestros partners con el fin de mitigar estos inconvenientes, pero, aunque ha tenido acogida de alguna manera no ha sido tan efectivo puesto que se necesitan permisos de marca, cantidades mínimas y reprocesos que demoran la gestión, es por eso se busca una solución con una herramienta de autogestión que aplaque todos estos inconvenientes.

2.1 Partiendo del planteamiento central

Con el nuevo sistema de autogestión que se busca implementar, tomando como base el sitio web Supercódigos, la empresa optimizará tiempos, se beneficiará de los ingresos que éste genere, además reducirá los procesos ya que la nueva plataforma será mucho más amena , permitirá medir de forma fiable y válida el percibido por nuestros clientes, y es por eso que le permitirá tener mayor valor de marca, aumentar la competitividad y así ser vista por los clientes como una empresa que atiende las necesidades de ellos junto con la innovación.

Al ser una herramienta de administración autónoma le va permitir al cliente tener a su disposición y a disposición de sus áreas, un sitio web con una bolsa de saldo y múltiples ventajas para su empresa, como gestión y optimización de su presupuesto, sin stock mínimo, entrega en un clic y sin riesgo de caducidad, que va poder utilizar y gastar de acuerdo a sus necesidades y las de sus usuarios en más de 100 establecimientos de comercio vinculados junto con la posibilidad de un clon con los colores de su marca y logo, e igual cada bono digital, aun así no está exenta a que presente defectos o genere un costo mas elevado que el proyectado.

ANEXO 3

Desde **incentivemachine** puedes:



Fuente: creación propia

2.2 Objetivo General

Crear un clon con base al sitio web Supercódigos, que sea de autogestión para empresas totalmente self-service, en donde tendrán a su disposición una bolsa de dinero recargable, y de esa manera podrán gestionar las recompensas de sus usuarios de acuerdo con las necesidades mensuales en 3 simples pasos, elegir, comprar y enviar, con el fin de gestionar de manera efectiva sus actividades, procesos y plazos de ejecución mejorando la productividad, entrega y reducción de errores.

2.3 Objetivos Específicos

- Generar un clon de prueba con base a la herramienta principal llamada Supercódigos en donde realizaremos muestras a determinados clientes, con el fin de familiarizarlos y de esa manera se logre identificar de forma fiable el valor percibido por ellos.
- Implementar la herramienta de autogestión para el levantamiento automático de los servicios expuestos como son la solicitud y cumplimiento de cantidades mínimas por parte del cliente y la solicitud de códigos digitales al proveedor por parte del comercial, con solo subirlos a la plataforma y así minimizar la operatividad y canalizar el estrés que pueda generar esta herramienta principal, mejorando las estrategias de motivación beneficiando nuestra empresa, la relación con nuestros clientes y sus colaboradores.
- Realizar pruebas pertinentes acompañadas del equipo de TI que midan la implementación y correcto funcionamiento de la herramienta seleccionada antes del lanzamiento final
- Brindar capacitación y soporte, elección del catálogo de premios y atención a los usuarios

3. Propuesta de Mejora

- Tiempos de carga de la bolsa y manejo de operaciones semiautomáticas
- Cierres de proceso más rápidos
- Con esta herramienta se busca un beneficio tanto para cliente ya que ofrece soluciones digitales y se conviertan en empresas self-service, como para comercial buscando que todo su enfoque sea hacia la apertura y crecimiento de mercados, como la concentración en hacer más planes de fidelización con sus clientes; igualmente se busca priorizar que el ejecutivo aproveche los diferentes recursos, su propia energía y talentos de tal manera que lo lleve a mejorar la productividad y experiencia de cada uno de sus clientes.

3.1 Contenido Plan de mejora

En las primeras (3) semanas, realicé una ardua investigación y seguimiento al área en la que me encontraba y a los clientes que adquirirían Supercódigos (plataforma digital que pone a disposición bonos digitales de marcas líderes en la industria), en donde identifiqué que se presentaban debilidades importantes, entre esas:

- La compañía cuenta con recursos económicos y financieros limitados para el abastecimiento de stock
- Se encuentra estática en la negociación en sus alianzas comerciales
- Presenta intermitencias al menos 2 veces a la semana por implementaciones por parte del equipo de TI

Gracias a esto decido dedicarme las siguientes semanas a investigar y conocer los beneficios de una herramienta de autogestión para implementarla en Superincentivos y de esa manera mitigar procesos e incidencias presentadas. Todo el proceso se realizó bajo el acompañamiento y estudio

con el área de TI y con el asesor comercial senior. Gracias a los múltiples beneficios que ésta puede lograr en nuestros clientes, logramos la aprobación de la implementación la cual se encuentra en este momento en desarrollo.

3.2 Seguimiento Semana a Semana

CICLOS	FUNCIONES	LOGROS Y LIMITACIONES
Octubre: Seguimientos de los clientes de Supercódigos, para identificar las incidencias presentadas y frecuencia. Noviembre: Primeras Reuniones con el asesor comercial senior y directora comercial para identificar problemáticas dentro de la plataforma Diciembre: Tráfico comercial con todo el equipo para presentar la que sería la nueva plataforma y nombrarla Self Machine Enero: Reunión con la gerencia y área de TI Febrero: Aprobación y realización de demos de Self Machine. (continúa en proceso)	Mis funciones durante los (4) meses de prácticas fueron las siguientes. 1. Conocer de manera correcta el funcionamiento de Supercódigos 2. Negociar/cerrar acuerdos y gestionar quejas u objeciones de las incidencias presentadas e inconformidades con supercódigos por parte de nuestros clientes 3. Negociar términos y condiciones de los contratos 4. Proporcionar apoyo y asistencia al servicios postventa y preventa 5. Tener profundo conocimiento de las necesidades de los clientes y vigilar sus preferencias 6. Identificar la solución con un producto que fuera llamativo para cada uno de los clientes, que elimine operatividad para el comercial, y mitigue tiempos de entrega a nuestros clientes B2B e incidencias	Se agilizaron y concretaron más alianzas con el fin de tener mas opciones en nuestra plataforma actual Supercódigos y lo que sería Self Machine, a hoy ya tenemos 50 partners más, lo cual brinda más opciones a los usuarios de nuestros clientes para la redención de sus códigos Con esta ampliación del catálogo, más clientes se han decidido a probar Supercódigos, también somos unos de los pocos en el mercado que tenemos alianzas con casi todos los comercios, con un fee de agencia (comisión) ahorrador para nuestros cliente. En cuanto a limitaciones se han tenido pocas, más por tiempo de nuestra área de TI y gerencia para aprobación, continuidad y lanzamiento oficial de la plataforma

	7.Seguimiento a cada uno de los clientes y avances para la implementación con gerencia y el área de TI 8.Preparar presentaciones adecuadas para el prelanzamiento de la plataforma 8.Establecer reuniones con los clientes y presentarles lo que podría ser Self Machine e identificar su acogida 9.Colaborar con el equipo comercial y administrativo para mejores resultados 10. Coleccionar comentarios y opiniones de los clientes como propuesta de mejora para la plataforma Supercódigos que puedan ser implementadas en Self Machine	
--	---	--

Conclusiones

- He podido observar a lo largo de este camino que a pesar de que la empresa en donde me encuentro realizando mis practicas es pequeña y lleva poco tiempo, ha tenido un rápido posicionamiento en el mercado de incentivos.
- Automatiza muchos procesos y brinda soluciones digitales, pero aún le faltan más procesos analógicos por transformar y es por eso que Incentive Machine como decidimos llamar esta herramienta, va a moderar la mayoría de estos para el ejecutivo y para el

cliente, ya que le va a ayudar a mitigar gastos y facilitar su gestión ofreciéndole inmediatez y simplicidad en la administración de sus incentivos.

- Con la implementación de esta herramienta nuestros clientes B2B tendrán la dependencia y poder de decisión del inventario que desean en la plataforma y marcas de acuerdo a sus necesidades, alcanzando los objetivos de la manera más autónoma y eficiente posible.
- Finalmente, con esta herramienta operativa se va lograr medir de forma fiable y válida el valor percibido por parte de nuestros cliente.

Bibliografía

- Superincentivos (s.f) obtenido de <https://www.supercodigos.com/>