

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DE LA PRÁCTICA
PROFESIONAL PARA LA EJECUCIÓN DEL SISTEMA DE ESTRUCTURACIÓN
PARA EL MERCADEO DE VISIÓN COMERCIAL.**



LAURA ALEJANDRA PRECIADO LOMBO
662444

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIMINUTO
2023

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DE LA PRÁCTICA
PROFESIONAL PARA LA EJECUCIÓN DEL SISTEMA DE ESTRUCTURACIÓN
PARA EL MERCADEO DE VISIÓN COMERCIAL.**



LAURA ALEJANDRA PRECIADO LOMBO

ERICK MAURICIO ALVAREZ TOBIAN

asesor de trabajo de grado

Trabajo de grado con finalidad de obtener el título de administradora de empresas

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIMINUTO

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT	5
RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN.....	7
1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL	8
1.1 MARCO CONTEXTUAL	8
1.2. MARCO TEÓRICO	14
1.2.1. LA ADMINISTRACIÓN	14
1.2.2. PROCESO ADMINISTRATIVO	15
1.2.3. LA ORGANIZACIÓN	15
1.2.4. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	16
1.2.5. DISEÑO ORGANIZACIONAL	17
1.2.6. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	18
1.2.7. POLÍTICA ORGANIZACIONAL.....	19
1.3. MARCO LEGAL.....	20
2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA.....	21
2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE.	21
2.2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES.....	24
2.3. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE EXPERIENCIA	26
2.3.1. VARIABLES, INDICADORES, HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS	26
2.3.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	28
2.3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	28
2.3.2. MATRIZ DE PLANEACIÓN (DIAGRAMA DE GANTT Y TABLA DE RECURSOS)	28

2.3.2.1. DIAGRAMA DE GANTT.....	28
2.3.2.2. TABLA DE RECURSOS	30
2.4. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	31
3. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	32
3.1. MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS.	34
3.1.1. PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES.....	35
4. APRENDIZAJES.....	36
4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO.	36
4.2. APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL	37
4.3. APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO ECONÓMICO Y EN LO TÉCNICO.	38
4.4. PRINCIPALES APRENDIZAJES PARA EL PERFIL PROFESIONAL.....	40
4.5. APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	41
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
5.1. CONCLUSIONES	43
5.2. RECOMENDACIONES	45
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
7. ANEXOS.....	49
7.1. ESTRATEGIA DE MEJORA PARA EL ESCENARIO DE PRÁCTICAS.....	49
7.2. PASO A PASO DEL PROCESO DE ASIGNACIÓN Y CONTROL DE LOS ACTIVOS COMERCIALES.....	53
7.3. PROCESO PARA EL PASO A PASO DE LA RECUPERACIÓN DE ACTIVOS ..	54

ABSTRACT

In the present work, the systematization of the professional practice developed in the company VISION COMERCIAL MODERNA S.A.S is carried out, with the objective of structuring the marketing and asset sector, this with a systematization axis focused on efficiency and effectiveness against the process. of structuring and distribution of commercial assets in a company that distributes basic food for the family basket.

Once the shortcomings in the marketing system within the company have been recognized by the person who is in charge, in this case the author of this systematization, it is decided to start the process of organizing the previous processes that had been carried out incorrectly. within the company VISION COMERCIAL MODERNA.

Due to the above, dilemmas were being presented at the time of executing accounts in the company, since there were losses of said elements corresponding to commercial assets, this led to economic losses and accounting entanglements which strongly affected the company.

For this, a practical tracking is implemented through the system that is managed within the company, on the other hand, a control assigned to the company's logistics area is also executed.

RESUMEN

En el presente trabajo se lleva a cabo el proceso de sistematización de la práctica profesional desarrollada en la empresa VISIÓN COMERCIAL MODERNA S.A.S, teniendo como objetivo la estructuración del sector de mercadeo y activos, esto con un eje de sistematización enfocado a la eficiencia y eficacia frente al proceso de estructuración y repartición de los activos comerciales en una empresa distribuidora de alimentos de primera necesidad de la canasta familiar.

Una vez reconocidas las falencias en el sistema de mercadeo dentro de la empresa por la persona encargada, en este caso el autor de la presente sistematización, se decide dar inicio al proceso de organización de los previos procesos que se venían ejecutando de manera incorrecta dentro de la empresa VISIÓN COMERCIAL MODERNA.

Sumado a lo anterior, se venían presentando dilemas al momento de ejecutar contabilidades en la compañía, ya que se presentaban pérdidas de dichos elementos correspondientes a activos comerciales, esto desencadenó pérdidas económicas e inestabilidad contable que afectaba fuertemente a la empresa.

Para esto, se implementa un rastreo práctico a través del sistema que se maneja dentro de la empresa para identificar los errores que se pueden estar presentando, por otro lado, también se ejecuta un control asignado al área logística de la compañía, con el fin de optimizar la mayor cantidad de sectores que sea posible.

PALABRAS CLAVE: Organigrama Empresarial, Contabilidad, Mercadeo, Desempeño, Eficiencia.

INTRODUCCIÓN.

El funcionamiento de las empresas hoy abarca la ejecución de diferentes procesos y actividades comerciales y administrativas de manera sistemática y estructurada, pues deben seguirse ciertos patrones que le permitan a una organización ejecutar sus labores de manera ordenada y eficiente. De la misma manera, los fenómenos de competitividad empresarial que se vienen presentando en las diferentes industrias exigen el desarrollo de una estrategia organizacional que fortalezca la empresa y garantice procesos de optimización de funciones en las distintas zonas operativas, con el fin de lograr una adecuada división del trabajo dentro de la compañía.

Con base en lo anterior, para el desarrollo de esta sistematización se realizó una conceptualización y análisis de las estructuras que componen a la empresa y se cuestionó de qué manera son ejecutables algunas mejoras en las estructuras organizacionales según el segmento de la misma.

Este proyecto permitirá a los componentes humanos de la empresa orientarse no solamente al cumplimiento de metas y objetivos comerciales, sino a la rentabilidad económica en general, pues la implementación de malas prácticas ha generado grandes pérdidas monetarias, esto debido, a la falta de una figura que maneje el área de mercadeo, la cual es considerada como una de las más importantes de la empresa.

Este proyecto dirige sus esfuerzos a la obtención de un resultado tangible y exitoso del proceso ejecutado a lo largo de las prácticas profesionales, no solo como beneficio propio del profesional, sino también como un apoyo a las estructuras empresariales en las que pueda ser aplicadas las recomendaciones aquí expuestas.

1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

1.1 MARCO CONTEXTUAL

El municipio de Girardot cuenta con una extensión de 129 kilómetros cuadrados y se encuentra ubicado en la provincia del Alto Magdalena al sur occidente del departamento de Cundinamarca. Esta área cuenta con una población de 101.018 habitantes según datos del DANE hasta 2018, de estos el 48 de cada 100 son hombres y 52 de cada 100 mujeres, lo cual convierte a Girardot en el municipio más grande de todos los que ocupan la zona.

La empresa **VISIÓN COMERCIAL MODERNA S.A.S** tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, CALLE 17 17 - 40 en la ciudad de Girardot, Cundinamarca. Esta empresa aparece registrada como una **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA** y se dedica a comercio al por mayor de productos alimenticios.

En el momento de la realización de la práctica profesional, por medio de contrato laboral con la empresa **VISIÓN COMERCIAL**, se identificó que esta no contaba con un líder en el área de mercadeo y activos comerciales, dejando así, un vacío dentro de la compañía que hacía que se llevarán a cabo procesos que no beneficiaban el funcionamiento de la empresa, puesto que, al no ejecutar los procesos de manera correcta, debido a la falta de una estructura que estipulara un orden cronológico para la entrega de estos materiales, se presentaban pérdidas en dichas materias primas. Esta situación había sido detectada y contabilizada desde la multinacional para la cual la empresa era la principal distribuidora a nivel alto magdalena y sus alrededores: **NUTRESA**.

Ante esto, se identificó que la empresa **VISIÓN COMERCIAL** desconocía cómo realizar un manejo adecuado de los activos comerciales en el territorio, ya que este era el primer proyecto en esta zona que tenía como objetivo garantizar y planificar la repartición y

el control de estos activos. Una vez analizada la situación, la compañía llegó a la conclusión que este sería un proceso difícil, debido a la cantidad de activos que se manejan dentro de la empresa, además del gran territorio que posee la misma, lo cual hace complejo controlar sin una estructura, un proceso de organización y distribución correcta previo.

Así las cosas, la practicante del programa de Administración de Empresas en su ejecución buscó ejercer las actividades para lograr organizar el aspecto y la estructura de las herramientas de mercadeo que en este caso se reflejaban en activos comerciales, zona que prácticamente había sido apartada del área de ventas de la compañía. Dentro del análisis que se realizó del proceso que se ejecutaba antes de aplicar la metodología se determinaron las siguientes fallas:

- Falta de comunicación entre agentes comerciales y logísticos.
- No se ejecutaba un control concreto dentro de la empresa.
- Los agentes comerciales se llevan los activos sin previo aviso.
- Se empezaron a generar cobros al agente comercial.
- Los activos se entregaban a nombre de otros establecimientos.
- Se hacían falsas entregas y vinculaciones en el sistema a nombre de otras razones sociales.

Luego de determinar los principales aspectos que en su momento afectaron a la compañía, se empezaron a posibilitar espacios dentro de la administración por parte del gerente, los cuales permitían que se unificara el área para trabajar simultáneamente con los demás sectores de la empresa. Lo expuesto anteriormente permitió identificar y diagnosticar todas las fallas y oportunidades de mejora, para establecer una ruta de trabajo y llevar a la empresa a un mejor plano estratégico y comercial.

En este sentido, se empezó desarrollar una matriz de análisis DOFA (debilidades, fortalezas oportunidades y amenazas), en la cual se incluyeran algunos de los elementos observados en el desarrollo del escenario de práctica, con el fin de plantear estrategias de mejora que permitan hacer frente a posibles debilidades o amenazas que se puedan estar presentando dentro de la compañía. Esta herramienta utilizada, no solo permitirá identificar los errores dentro de la compañía, sino que además contribuirá en la planificación a corto, mediano y largo para garantizar una adecuada toma de decisiones en el proceso.

Por otra parte, como ya se venía planteando es necesario que este elemento metodológico DOFA se complementa con la realización de una estructura organizacional en la compañía ya que esta ayudaría a resolver buena parte de los problemas que se vienen presentado dentro de la misma, por este motivo se considera necesario profundizar sobre este aspecto para lograr solución integral al problema que se plantea en este proceso de sistematización.

Para empezar, es importante decir que se conoce como estructura empresarial aquella distribución organizacional que hace una empresa para dotarse y lograr funcionar, pues cada una de las empresas cuenta con una estructura lineal ya establecida según sus necesidades u objetivos, por lo cual, se permite organizar sus actividades y procesos para ejecutar su funcionamiento general (UNIR, 2021).

Para ejecutar una estructura organizacional es necesario establecer los diferentes puestos de trabajos y departamentos de la empresa, pues esto permitiría a un subordinado saber y conocer el debido proceso en caso de cualquier necesidad o petición. Sin embargo, lo más importante es establecer las responsabilidades dentro de esta, y asimismo los|

niveles de autoridad, ya que esto ayudará a que funcionen de manera natural las empresas y no se presenten mayores problemáticas.

La información bien establecida y la buena comunicación con todos los entes que conforman la empresa son uno de los pilares de toda organización, pues una información bien dada y bien recibida permitirá que el proceso laboral se desenvuelva de manera fluida y concreta.

Dadas estas condiciones, se empieza a interpretar cuales pueden ser los posibles organigramas que mejor se adaptan a la compañía según el modelo de estructuras organizacionales, para ello, se deben conocer los diferentes formatos que podrían ajustarse de la mejor manera a la empresa.

En este caso existen 2 tipos de estructuras que pueden ajustarse a **VISIÓN COMERCIAL** para poder ejecutar las labores desde cada área sin mayor problema. La primera es la estructura **FUNCIONAL**, la cual suele ser una de las más comunes dentro de las organizaciones, pues esta se basa en la división de las funciones generales que se manejen dentro de la empresa, funciones como administración, logística, recursos humanos, comercial y marketing, y frente a cada una de estas áreas se encuentra su respectivo jefe o director de funciones.

Esta es una estructura, en donde prima la ejecución de las labores de cada uno de los colaboradores de acuerdo con lo que se especialicen, ayuda a que el director de cada área sepa y maneje las funciones de cada dependencia, con el fin de poder realizar una labor más eficiente dentro de la compañía.

El funcionamiento de este tipo de estructuras se da en una manera piramidal, por lo que solo existe un jefe supremo. Una de las empresas que suele utilizar este tipo de formato es Amazon:



Tomada de: UNIR

Otra estructura organizacional que puede adaptarse a esta empresa es la **MATRICIAL**, ya que es una combinación entre la funcional y la de división, en la cual los puestos y secciones de trabajo se clasifican según las funciones y según las divisiones, de esta manera cada empleado forma parte de dos cadenas de mando, las cuales serían la del departamento y la del gerente principal.

Esta estructura permite que la toma de decisiones y la transmisión de la información pueda ser más rápida; sin embargo, se pueden presentar problemas al momento de ejecutar

alguna acción debido a la presencia de dos autoridades, por lo que es importante prever los campos de acción sobre los cuales deben actuar cada uno de los directores.

El funcionamiento de este tipo de estructuras si bien solo maneja un jefe supremo, divide las órdenes en dos subalternos que tienen el mismo nivel de mando. Una de las empresas que ejecuta esta estructura es NESTLÉ.



Tomada de UNIR

Expuesto lo anterior, vale destacar que la implementación de estos modelos dentro del contexto inmediato dependerá de las condiciones que se vayan presentando con el paso del tiempo, puesto que, si no funciona la estructura en términos de resultados, en el proceso de control se podrá reformar con el fin de construir un modelo que satisfaga a todos.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. LA ADMINISTRACIÓN

Desde los inicios del ser humano hace millones de años, la administración ha sido un elemento fundamental para el proceso de supervivencia y la coordinación de esfuerzos individuales que han garantizado un desarrollo de la sociedad civil. Desde su concepción etimológica la administración ha estado ligada a realizar una labor por petición o mando de otra persona.

Sin embargo, con el pasar de los años este concepto ha ido evolucionando hasta abarcar una mayor cantidad de funciones. Chiavenato (2001) define la administración como: “La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia” (p.3). Así mismo, para Harold (2004) La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos (p.6).

Más allá de estos conceptos básicos, bajo un contexto práctico, los administradores deben realizar labores de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. Por otra parte, es trascendental entender que los procesos administrativos se aplican a todo tipo de organizaciones, sin importar su nivel. Además de esto, la función de los administradores en todos los casos debe estar guiada a generar un superávit, lo cual implica seguir una serie de pasos para aumentar la productividad y mejorar la eficiencia y eficacia de las organizaciones.

1.2.2. PROCESO ADMINISTRATIVO

Para entender el paradigma del proceso administrativo, se debe tener en cuenta que la administración es percibida como una ciencia cuya principal función es dirigir una organización con el fin de alcanzar una serie de objetivos trazados; para lograrlo, se crean un conjunto de parámetros en los que se definen algunas funciones importantes para alcanzar las metas planteadas. Por esta razón surge el proceso administrativo, el cual requiere el cumplimiento de una serie de funciones que fueron descritas por primera vez por Henri Fayol a principios del siglo XX, este pensador, clasificó las funciones en: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar; otros la denominan fases o etapas (Mero 2018).

Las anteriores etapas son trascendentales puesto que en la planeación se pueden definir los objetivos que se tienen dentro del proceso administrativo para así darle un mejor rumbo a la compañía. La organización por su parte ayuda a establecer cómo se va a llevar a cabo cada una de las etapas del proceso, labor con la cual se definen y asignan responsabilidades específicas. Así mismo, en la etapa de dirección se busca que todos los individuos trabajen para conseguir un mismo objetivo de acuerdo con los planes realizados por un jefe, ya que este es el encargado de guiar y vigilar a sus subordinados. Por último la fase de control busca medir el desempeño individual y colectivo de la organización con el fin de corregir errores que se puedan presentar durante el proceso.

1.2.3. LA ORGANIZACIÓN

La organización es un factor importante en el estudio de la administración de empresas, por ello en un ambiente industrializado como el actual se debe entender que las organizaciones son un medio necesario de orden y cooperación de los recursos humanos,

dadas las condiciones de un sistema de mercado cada vez más competitivo y globalizado. Ante esta situación, es necesario entender la importancia teórica y conceptual que han venido teniendo las organizaciones, puesto que estas son unidades creadas con el fin de alcanzar objetivos específicos (Arias 1990). En este sentido, las organizaciones, tal y como lo plantea Bravo (1995) (citado por Jiménez, Campos y Hernández 2017):

La organización se puede definir como el conjunto de personas, empleos, sistemas, funciones, oficinas, instalaciones y dependencias que constituyen un cuerpo o institución social que se rige por usos, normas, políticas y costumbres propias y tienen un objetivo específico, (par 5).

En este sentido, la organización acaba por convertirse en un sistema y todas aquellas personas que hacen parte de este deben velar por el correcto funcionamiento y proponer acciones que ayuden a la mejora paulatina de las condiciones. Por esta razón, se debe trabajar sobre los factores que afectan el rendimiento de los empleados como: la falta de capacitaciones, ausencia de liderazgos, falta de mecanismos de información, deficiencia en las políticas administrativas o factores de distracción en el trabajo para lograr un aumento de la productividad en la compañía.

1.2.4. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Para hablar de diagnóstico organizacional es importante empezar definiendo este concepto, ya que ayuda a entender los límites a los que puede llegar. De acuerdo con Frances (2001) (citado por Bravo 2019 et), “el diagnóstico organizacional consiste en el análisis del entorno para identificar las oportunidades y amenazas de la empresa, así como, el análisis interno para identificar las fortalezas y debilidades”.

Esta definición remite el diagnóstico organizacional a la utilización de herramientas como la matriz DOFA, la cual sin duda alguna ayuda a fortalecer el diagnóstico y facilita el hallazgo de cualquier tipo de problema dentro y fuera de la organización. Al respecto, Bravo (2019) afirma que “este tipo de análisis considera tanto los factores del entorno como los internos, para evaluar a las organizaciones, generalmente, este análisis situacional sirve como base para el desarrollo de otros” (p.4).

Dicho esto, se puede decir que para un correcto diagnóstico organizacional se deben aplicar herramientas que permitan a los integrantes de la compañía realizar un juicio, lo más objetivo posible, sobre aquellos factores que intervienen en el desarrollo de las actividades diarias dentro de la empresa. Con la aplicación de estas estrategias se podrán desarrollar una serie de mejoras continuas que permitan cumplir con los objetivos que se ha fijado la organización, además de desarrollar la misión y la visión de la empresa.

1.2.5. DISEÑO ORGANIZACIONAL

Al abordar la temática del diseño organizacional, se debe entender la importancia de la toma de decisiones en el proceso constructor de una serie de iniciativas que ayuden a mejorar la eficiencia y eficacia de las compañías. De acuerdo con Carvajal (2018):

La estructura organizativa que una empresa tiene es consecuencia de dos decisiones que toma la dirección: la diferenciación y la integración de actividades 2. La diferenciación de las actividades es la división o desglose de las tareas en otras más sencillas, con el objetivo de facilitar su ejecución y supervisión para lograr una mayor eficiencia productiva y la Integración de actividades, por su parte, se refiere a la coordinación necesaria entre las diferentes tareas para asegurar el logro de los objetivos marcados por la empresa (p.1).

Dicho esto, el diseño organizacional es un camino para ejecutar una estrategia empresarial que ayude a facilitar y crear mecanismos de coordinación que optimicen el flujo de los procesos. Con todo esto es importante recalcar que los directivos de una compañía disponen de un conjunto de herramientas con las cuales pueden impulsar un mejor funcionamiento de la organización.

Así mismo, se debe destacar que los cambios en el entorno, la estrategia y las personas que integran la organización exigen el reajuste continuo de la organización formal, lo que significa que la organización formal no es inamovible a lo largo de la vida de la organización, si no que cambia y evoluciona en función de los cambios, tanto internos, como externos (Carvajal 2018).

1.2.6. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es uno de los elementos más importantes para lograr un conjunto de objetivos dentro de una empresa. Esta labor está marcada por un proceso de coordinación entre los diferentes integrantes de la compañía para lograr una mejora en el proceso de divulgación de la labor empresarial. Para Gary Kreps (citado por Ladino (2017):

Este tipo de comunicación se centra en un proceso donde los participantes recogen y seleccionan mensajes informativos relativos a su organización y los cambios que emergen de esta. Este proceso ayuda en el logro de metas individuales y grupales, ya que la información les ayuda en la toma de decisiones y en el cumplimiento de metas que están bajo su responsabilidad (p.9).

Bajo esta perspectiva, la estrategia de comunicación organizacional es trascendental, ya que determina una serie de decisiones que la entidad debe realizar para plantear objetivos, generar políticas y establecer planes dentro del campo del negocio que se pretende alcanzar.

1.2.7. POLÍTICA ORGANIZACIONAL

Todos los elementos analizados anteriormente deben por naturaleza hacer parte de una política organizacional, que integre y caracterice cada una de las actividades necesarias para realizar un correcto funcionamiento de la compañía, puesto que solo así se podrá dar cumplimiento a las metas y objetivos planteados en la misma. Por esta razón, todas las organizaciones optan por diseñar algún tipo de política organizacional que mejore las condiciones internas y externas de la compañía.

Schermerhorn, Hunt y Osborn (2005), conceptualizan que “se puede tratar a la política como una función necesaria que resulta de las diferencias de intereses de los individuos. Aquí se considera a la política organizacional, como el arte del compromiso creativo entre intereses encontrados”, ubicándose de esta manera, como una función idónea para alinear los diferentes intereses a los objetivos organizacionales (p.3).

Por este motivo, el buen trabajo en equipo dentro de las empresas dependerá de la capacidad que tengan cada uno de los empleados para poner sus intereses personales en función de los demás, lo cual acaba determinando el compromiso que cada uno de los empleados tiene con los valores corporativos de la empresa.

1.3. MARCO LEGAL

En el presente apartado, se presentarán una serie de disposiciones legales que buscan determinar los límites jurídicos que se pueden presentar en la implementación del proyecto planteado, por ello, se describen algunos de los lineamientos básicos que especifican la función de estas leyes dentro del sector alimenticio.

- Decreto 3075 de 1997: Expedido por el presidente de la república y por medio del cual se establecen los lineamientos y directrices que rigen el funcionamiento de establecimientos donde se fabrican y/o procesan alimentos además de todas aquellas actividades que involucran fabricación, procesamiento, preparación, envase, distribución y transporte de alimentos.
- Resolución 2674 de 2013 establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos
- **Decreto 2270:** expedido por el presidente de la república por el cual se actualizan las disposiciones descritas en el decreto 1500 del 2007 para facilitar la aplicación de los planes graduales de cumplimiento conducentes a la implementación de los requisitos mínimos exigidos por la norma.

2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA

2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE.

Para empezar a analizar el problema de aprendizaje se buscó desarrollar un enfoque mixto de investigación, es decir, se realizó el uso de métodos cualitativos y cuantitativos que permitieron realizar una evaluación integral al estado de la empresa en términos organizacionales.

En este sentido, se debe tener presente el aporte de Hernández Sampieri, Fernández-Collado & Baptista Lucio (2006) quienes aluden al enfoque mixto considerando la libertad de método que debe primar en la investigación y se plantea que cada situación particular de investigación dirá al investigador si se debe utilizar un método u otro, o ambos. Igualmente estos autores señalan que el enfoque mixto va más allá de la simple recolección de datos de diferentes modos sobre el mismo fenómeno, ya que implica desde el planteamiento del problema, mezclar la lógica inductiva y la deductiva, por lo que un estudio mixto debe serlo en el planteamiento del problema, la recolección y análisis de los datos, y en el reporte del estudio.

Por estas razones, se debe tener en cuenta que el espacio empresarial en el cual se realizó la práctica profesional, las diferentes áreas de la compañía presentaban un manejo de información con características mixtas, por lo que al momento de ejecutar el respectivo diagnóstico de la situación fue necesario evaluar diferentes variables para conseguir una conclusión formal.

Al presentar el planteamiento del problema y luego de analizar los métodos de investigación, se consideró que por las características del estudio era permanente aplicar un

método analítico. Esto debido a que se observó la necesidad de descomponer cada uno de los factores que están inmersos en el problema para desarrollar una solución integral con la cual se haga frente a estas realidades dentro de la compañía

En este orden de ideas, el método analítico es aquel que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular (UAEH, 2017).

Así las cosas, cabe destacar que, con este método de investigación se buscó observar las características de los diferentes problemas que se estaban presentando para actuar frente a cada uno de estos. De esta manera, no solo se logró reducir el caudal de pérdidas que tenía la compañía, sino que además se optimizaron cada una de las labores que realizaban los empleados.

Ante esta realidad, se pudo observar que la falta de una cultura organizacional en la compañía generó pérdidas que afectan la productividad y eficiencia de la empresa, por lo que se implementó un instrumento metodológico para ayudar a mejorar esta situación de organización en la compañía.

Para casos como este, las investigadoras de la Universidad de Veracruz Teresa García López y Milagros Cano Flores (2013) plantean la importancia y utilidad de la técnica de análisis FODA como una alternativa disponible para el pequeño y mediano empresario, atractiva por sus múltiples beneficios, ya que es fácil de aplicar, es analítica, propositiva, y cuyo único requisito consiste en trabajarla y desarrollarla a través de la integración de un equipo de trabajo o miembros de un grupo directivo involucrados con el

manejo y/o dirección de la institución y con el tiempo necesario para realizar el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las cuales se enfrenta la organización, llegando de esta manera a contar con información que permita determinar alternativas estratégicas viables para afrontar los diferentes cambios que el medio presenta y hacerlo con éxito, esto es, de una manera racional y mejor planificada (p. 2 y 3).

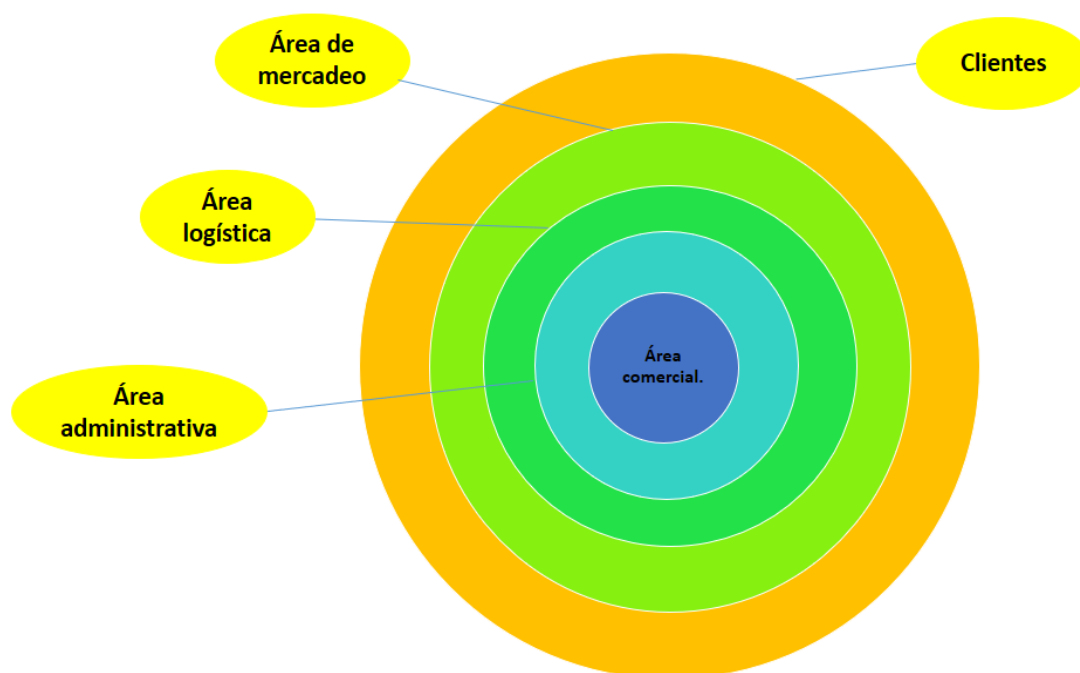
A lo largo de los años muchos autores han profundizado sobre este tema mostrando la importancia de una estructura organizacional dentro de las empresas como un elemento central que ayuda al cumplimiento de objetivos y metas, tal es el caso de Kast & Rosenzweig (1974) quienes definen a la estructura como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. No obstante, la estructura de un sistema social no es visible de la misma manera que en un sistema biológico o mecánico. No puede ser vista, pero se infiere de las operaciones reales y el comportamiento de la empresa.

Dicho esto, es importante tener en cuenta el contexto organizacional en el cual se trabajó, ya que cuando una empresa se encuentra dedicada a actividades comerciales, las decisiones tomadas dentro de la misma pueden afectar el ingreso de dinero dentro de la misma. Por esta razón fue trascendental una descripción de los aspectos relevantes de la compañía analizada para entender el porqué se considera una necesidad inaplazable la puesta en marcha de una estrategia organizacional dentro del sector.

En este sentido, el último elemento metodológico que se definió fue la población y el tipo de muestra, allí se pueden encontrar principalmente empleados de la misma compañía. Así mismo, la muestra se centró en las áreas referentes al sector comercial, de mercadeo y logístico, desde donde se había identificado mediante observación las mayores falencias en los procesos.

2.2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES.

Los actores involucrados en el proceso de estructuración son todos los colaboradores y clientes de la entidad comercial VISIÓN COMERCIAL, los cuales hacen parte de las diferentes áreas de la compañía y participan en todo el proceso de la misma. En este sentido, se puede decir que dentro de los participantes se encuentran múltiples personas que participan de manera directa o indirecta en cada una de las etapas productivas y aportan a la sociedad de esta manera. La siguiente estructura identifica de manera circular a cada uno de los participantes.



Visto de esta manera es importante describir cada una de las áreas encontradas y las funciones realizadas dentro de las mismas, ya que esto ayuda a identificar las funciones y responsabilidades que están presentes para cada uno de los empleados que hacen parte de la empresa.

Para empezar, se debe decir que el área comercial de la compañía es el eje central de todo debido a las características de la empresa, puesto que la comercialización al por mayor de productos alimenticios es la principal fuente de ingresos. Esta situación hace que las personas encargadas del área comercial sean de gran trascendencia en el crecimiento de la productividad, por lo que sus funciones involucran además de vender, estar pendiente de los clientes, evaluar posibles compradores, etc,

Por otra parte, el área administrativa de la compañía se encarga de labores como la formulación de los objetivos de la compañía, también debe establecer una serie de relaciones que le permitan brindar un crecimiento a la empresa y estar pendiente de que cada una de las áreas funcione a cabalidad para poder resolver problemas en caso de que se presenten. Por último, los integrantes de esta área tienen la responsabilidad de evaluar el desempeño financiero de la compañía para poder tomar decisiones de inversión en capital humano, capital físico o capital tecnológico.

Así mismo, dentro del área logística se deben gestionar todos los procesos de almacenamiento y distribución de mercancías, por lo que es trascendental que esta dependencia sea lo más eficiente posible para que no se pierdan los activos comerciales por un manejo inadecuado de los empleados. En este sector, además de estar pendientes de las materias primas se debe generar un control de inventarios, organización de productos y coordinación de despachos, entre otras

Otro de los participantes en el proceso es el área de mercadeo, desde la cual se analizan las necesidades y problemas de la población que estén relacionadas con el sector alimenticio en el que impacta la compañía, con el fin de lograr el diseño de estrategias que permitan la expansión en el mercado de la empresa, Por este motivo, las personas

encargadas de esa área deben entre otras, diseñar estrategias de publicidad, realizar encuestas de consumo, evaluar los cambios de consumo en las preferencias ciudadanas, crear canales de comunicación con los clientes, etc.

Por último, se encuentra dentro de la estructura de actores y personas involucradas todos aquellos clientes de la compañía, quienes, a pesar de no contar con una influencia directa dentro de la misma, si pueden plantear una serie de requisitos al momento de solicitar los productos, como es el caso de la compañía NUTRESA. La presión que pueden ejercer los clientes, así como el crecimiento o decrecimiento de las compras a la empresa son algunos de los principales factores que caracterizan a este sector.

2.3. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE EXPERIENCIA

2.3.1. VARIABLES, INDICADORES, HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS

La metodología que soporta la sistematización de la práctica para el proyecto *“Ejecución del sistema de estructuración para el mercadeo de Visión Comercial”* conlleva una investigación cualitativa con acción participativa, se opta por seleccionar esta metodología de investigación, ya que se han evidenciado fallas en el sistema logístico, comercial y de mercadeo.

De acuerdo con Quevedo y Castaño (2002) “puede definirse la metodología cualitativa como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (p.4). Así mismo se plantea que dentro de este tipo de investigación se realiza un razonamiento inductivo, se analizan los contextos sociales bajo una perspectiva holística, se trata de comprender a las personas

partiendo de una inmersión en su realidad, se apartan las creencias personales del investigador, se profundiza sobre una perspectiva humanista, entre otras.

Por otra parte, la aplicación de un enfoque con características de Investigación Acción Participativa (IAP) pretende que los empleados de la misma compañía ayuden a identificar los posibles problemas que se estén presentando en las diferentes áreas, por lo que se convierte la investigación en un cúmulo de aportes con diferentes perspectivas respecto a una serie de situaciones que impactan a todos.

Este enfoque de IAP creado por el sociólogo colombiano Orlando Fals Borda durante una época de auge de la sociología colombiana propone una cercanía cultural con lo propio que permite superar el léxico académico limitante; busca ganar el equilibrio con formas combinadas de análisis cualitativo y de investigación colectiva e individual y se propone combinar y acumular selectivamente el conocimiento que proviene tanto de la aplicación de la razón instrumental cartesiana como de la racionalidad cotidiana y del corazón y experiencias de las gentes comunes, para colocar ese conocimiento sentipensante al servicio de los intereses de las clases y grupos mayoritarios explotados, especialmente los del campo que están más atrasados. (Fals Borda: 1987, p 5).

Dicho esto, es importante destacar que esta técnica busca que se mejoren paralelamente las realidades de los empleados y la empresa, por lo cual la mezcla entre las metodologías utilizadas permite realizar un análisis completo de los factores que pueden estar afectando el entorno laboral para formular soluciones al respecto.

Así mismo se debe decir que la utilización del análisis DOFA es un instrumento que ayuda en este tipo de situaciones ya que permite identificar deficiencias a nivel

organizacional, motivo por el cual se convierte en un elemento de análisis fundamental en la formulación de la propuesta.

2.3.1.1. OBJETIVO GENERAL.

Sistematizar la experiencia y los momentos importantes del desarrollo de la práctica profesional dentro de la compañía **VISIÓN COMERCIAL MODERNA**.

2.3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Identificar las deficiencias dentro del sistema de distribución de alimentos de la compañía **VISIÓN COMERCIAL**
2. Realizar un proceso de estructuración organizacional que permita a los empleados de la compañía distribuir de manera eficiente las funciones asignadas para el manejo de los activos comerciales.
3. Implementar un mecanismo de divulgación de experiencia que ayude con la puesta en marcha de esta estrategia para evitar mayores pérdidas en la compañía

2.3.2. MATRIZ DE PLANEACIÓN (DIAGRAMA DE GANTT Y TABLA DE RECURSOS)

2.3.2.1. DIAGRAMA DE GANTT

En el siguiente diagrama de Gantt se presentan un conjunto de actividades realizadas durante el periodo de prácticas, con las que se buscó cambiar las dinámicas organizacionales de la compañía **VISIÓN COMERCIAL MODERNA**. Para ello se realizó un cronograma que permitió la ejecución de una serie de labores en un tiempo determinado, con esto se buscó recolectar información sobre los sectores deficientes de la empresa y plantear las mejoras pertinentes para cada área.

Actividad para realizar.	Feb-Mar 2022	Abr-May 2022	Ago.- Sep. 2022	Oct –Nov 2022	Feb– Mar 2023	Abr–May 2023
Implementación de la matriz DOFA						
Análisis de la matriz DOFA						
Planeación de estrategias de mejora						
Construcción de la estructura organizacional						
Asignación de funciones a los empleados						
Proceso de evaluación de la estrategia						
Divulgación de la experiencia						

2.3.2.2. TABLA DE RECURSOS

En la tabla de recursos se detallan algunos de los gastos generados por el proceso de investigación e implementación de la estrategia organizacional planteada, los cuales contemplan un conjunto de gastos directos e indirectos y muestran algunas de las herramientas que fueron necesarias para las etapas de indagación.

En este sentido, dentro de los aspectos más destacados se encuentran los gastos por transportes, servicios de internet y asesoría, sin embargo, no se contemplan elementos como el tiempo de trabajo o el deterioro y uso de los equipos tecnológicos, debido a que dichos factores explicarían una mezcla de elementos con valor subjetivo que imposibilitan el cálculo ponderado de los mismos.

ACTIVIDAD	RECURSO	TIPO DE RECURSO	FRECUENCIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Proyecto	Humano	Humano	Siempre	1	\$ -	\$ -
Proceso de Investigación	Equipo de computo	Tecnológico	Siempre	1	\$ -	\$ -
Trabajo de Campo	Transportes	Pasaje	Semanal	24	\$ 6.000	\$144.000
Revisión de Información	Internet	Internet	Mensual	12	\$ 30.000	\$360.000
Asesor Organizacional	Humano	Profesional	Una vez	1	\$ 150.000	\$100.000
Construcción de Estrategias	Equipo de computo	Tecnológico	Siempre	1	\$ -	\$ -
Sustentación de prácticas	Transporte	Pasajes	Una vez	1	\$ 6.000	\$ 6.000
TOTAL						\$ 610.000

2.4. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA.

Durante la práctica 2 y 3 se ejecutaron modelos de orden y proyección en lo que sería el resultado de la práctica. Esto se planteó con el fin de ordenar de una mejor manera la información disponible sobre los activos comerciales que maneja la compañía. Para ello fue necesario aplicar un sistema de Excel con el control de todos los activos comerciales, el cual funcionaba a la par con la plataforma base que se maneja con la compañía a nivel nacional E-COM.

La anterior estrategia ayudó a mejorar las condiciones de organización que se estaban presentando dentro de la empresa, puesto que se había identificado con anterioridad un deterioro en esta área; pero adicional a esta situación, la construcción de un organigrama empresarial que ayudó a los empleados a identificar sus funciones específicas dentro del espacio de trabajo; así mismo, también sirvió de apoyo en la consolidación del fortalecimiento organizacional que tuvo la compañía.

En este orden de ideas, la consolidación del modelo antes planteado dependerá de que tanta atención se le preste desde la administración a los indicadores de desempeño y gestión con los que cuenta la compañía, puesto que, desde allí se podrá saber si la cantidad de activos comerciales se están empleando con mayor eficiencia.

De esta situación se realizará una evaluación posterior a los resultados encontrados en el proceso y con base en los datos se podrá determinar si el sistema planteado ha tenido éxito en reducir las pérdidas que se estaban presentando dentro de la compañía por la ineficiencia de diferentes sectores. Así mismo, se podrán sugerir estrategias de mejora que fortalezcan el sistema y mejoren la productividad.

3. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Durante la primera práctica que se ejecuta en el semestre 6 de la carrera de administración de empresas, se registra como elección propia realizar esta por medio de vinculación laboral, por lo cual, se procede a empezar la búsqueda de un sitio laboral enfatizado en la administración de empresas con un cargo disponible para ejecutar la práctica.

De esta manera, se da la oportunidad de formar parte de la compañía VISIÓN COMERCIAL, debido a que existía en este momento una vacante para suplir un cargo administrativo, ya que la persona que se encontraba en ese momento, en este caso la persona saldría por 7 meses a una licencia. Una vez transcurrido algún tiempo en el escenario de práctica, en la cual se ejecutaron labores netamente administrativas, se procede a entablar un diálogo con el jefe inmediato para seguir realizando las prácticas hasta que fueran finalizadas completamente.

Al iniciar las prácticas 2 y 3, además de seguir ejecutando labores administrativas como se venía realizando desde el primer momento, se me encarga del área de activos comerciales, mercadeo y publicidad para que empiece a trabajar el el mejoramiento continuo de esta parte de la empresa. Al llegar a esta área, se encuentra una gran falencia que afectaría el proceso diagnóstico que se debía realizar sobre este sector, puesto que, existían muchos datos inciertos al momento de realizar la inspección inicial.

Esta situación lleva a que se empiecen a analizar una serie de factores que no eran señalados al gerente general y de las cuales no se tenía ningún conocimiento hasta el momento. En este proceso de diagnóstico, se encuentra que existen fallas en los procesos de almacenamiento, distribución, clasificación y división de labores entre los empleados, por

lo que se procede a realizar una evaluación de esta situación para establecer qué tan grande estaba siendo la pérdida mensual por estas deficiencias.

Este cargo era desempeñado inicialmente (en el comienzo de la empresa) por el coordinador de territorio nombrado por NUTRESA; sin embargo, en el momento en el que sale dicho empleado de la compañía, el área pierde totalmente el control que se le venía implantando. Posterior a esto, se empieza a designar a los aprendices SENA. Esta labor, sin embargo, era considerada como un reproceso, ya que cada 6 meses cambiaba el encargado para una función de estas características. Teniendo en cuenta lo anterior, se debe considerar que esta función es muy importante para la empresa, ya que interviene en la contabilidad y sostenimiento de la compañía, por lo que tanta variación en el personal encargado del área puede generar un descontrol como efectivamente estaba ocurriendo.

Con base en lo anterior, se debe tener presente que antes de ejecutar un plan de organización sobre esta serie de procesos por el practicante profesional de turno, ya había estado a cargo de esta área alrededor de 7 personas antes de la salida del coordinador que ejercía sus funciones desde NUTRESA. Por esta razón, los directivos de la compañía si bien no tenían un conocimiento detallado sobre lo que estaba ocurriendo en el sector, si sabían de antemano que la información presentada a la compañía carecía de orden y profesionalismo.

En ese momento es cuando se encarga de esta área al supernumerario administrativo, cargo desempeñado por el practicante profesional, dando inicio así a una labor que ejecutaría hasta el fin de su práctica y sería el causante de la idea principal para realizar el proceso de sistematización.

3.1. MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS.

Uno de los momentos más importantes de toda esta experiencia fue cuando se logra un cargo directamente con la compañía, pues las condiciones eran totalmente iguales a cualquier otro miembro de la compañía. Esto permitió crecimiento personal como profesional.

Por otro lado, es muy grato el trato y la relación que se tuvo con los compañeros de todas las áreas y más desempeñando un cargo como lo era el SUPERNUMERARIO ADMINISTRATIVO, pues se aprende un poco de cada una de las secciones que componen a la empresa, y aún más del modelo de negocio, ya que es básicamente el que se emplea en todas las compañías de distribución.

Por último, la satisfacción del proceso ejercido durante aproximadamente un año, el cual le permitió a la empresa liberarse de una deuda que le acechaba un tiempo atrás previo al inicio de las prácticas. Por esta razón se queda con la satisfacción de haber aportado al mejoramiento de la compañía durante el tiempo trabajado, ya que la mejora en todas las áreas fue notable al comparar el inicio y el fin de las prácticas profesionales.

Así mismo, se pudo observar un crecimiento en el desempeño profesional de todos los compañeros que hacían parte de las diferentes áreas, ya que durante el proceso muchos de ellos pasaron de realizar muchas labores de manera simultánea y mal ejecutadas a encargarse de unas funciones específicas de una manera ordenada y con parámetros de mayor eficiencia durante el proceso, por lo que al terminar la labor en esta compañía muchos agradecieron el aporte profesional y personal que se pudo brindar a la empresa.

3.1.1. PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES

Para empezar uno de los principales hechos que marcan la experiencia de estas prácticas fue que en el área en la cual se desempeña el cargo, básicamente se aplican todos los conocimientos adquiridos durante 6 semestres iniciales que en los que se estudió de manera teórica la carrera, así mismo durante meses siguientes hasta la terminación total de la práctica se pudo aprender bastante de todas las áreas que integran una compañía, lo cual deja una gran satisfacción a nivel profesional luego de haber terminado el periodo de prácticas.

Durante estos meses en la compañía, se realizan labores en áreas comerciales, de emprendimiento, investigación, logística, contables y financieras que son muy importantes y relevantes para cualquier compañía. Por este motivo, se recalca el hecho que este escenario de práctica dio la oportunidad de realizar funciones que permitieron aprender de una manera integral el funcionamiento de la compañía.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la administración de empresas es una carrera que permite al profesional o al estudiante adaptarse a cualquier área de las profesiones, desde la medicina, a la agronomía, el área financiera, contable e incluso la licenciatura. Por esta razón, al interactuar con personas que hacían parte de otras áreas del conocimiento se pudo aprender que la puesta en práctica de una serie de saberes de manera interdisciplinar permite la articulación y el funcionamiento de cualquier compañía, ya que todas las empresas se desempeñan en un sector diferente de la industria como fue el caso de esta organización.

4. APRENDIZAJES

4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO.

Con base en las experiencias vividas en el proceso de prácticas profesionales, se puede decir que el mayor aprendizaje estuvo en la parte ética como persona, pues en este caso, se laboró con trabajadores que me inculcaron su profesionalismo y los valores humanos en cada una de las labores que realicé. Esta experiencia, también contribuyó en el proceso de establecimiento de relaciones sociales y me ayudó a mejorar capacidades como el trabajo en equipo y el control de la presión en los espacios de trabajo.

En este tipo de cargos, donde es posible que un trabajador se sumerja en todas las áreas de la compañía es muy importante aprender a escuchar a las personas que rodean la empresa, pues muchas veces ellos mismos son quienes determinan las principales problemáticas, ya que por ejemplo, durante el proceso de investigación se pudo establecer mediante el diálogo que el área de activos comerciales no era el único lugar que presentaba falencias la empresa, puesto que, a la par existían otras áreas que afectaban la funcionalidad de la organización.

No obstante, desde una perspectiva personal, queda la satisfacción de siempre haber intentado beneficiar a todas las áreas, pues esta labor que se realizó desde el principio no tuvo ningún interés particular dentro de las instalaciones, lo cual fortalece el componente humano que se imparte desde los valores de la institución a los estudiantes.

Otro aspecto a destacar, es que a pesar de que estas funciones realizadas muchas veces debían ser ejecutadas por los principales administrativos de la compañía, nunca se asumió que este trabajo fuera una carga adicional para el proceso de práctica, ya que se es

consciente que a pesar de que la responsabilidad de los directivos en este tipo de temas directa, pues la mayor parte de las problemáticas de logística y comerciales nacen desde sus líderes; se vio este caso como la posibilidad para construir un precedente en la compañía que motivara a los demás a realizar de una manera más óptima sus labores e implementar muchas de las enseñanzas que desde la formación profesional se pueden brindar.

Por esto, uno de los más grandes aprendizajes desde lo humano fue la posibilidad de convertir las críticas en aspectos constructivos y no negativos, ya que así, los problemas acaban por convertirse en una oportunidad para mejorar como persona y como profesional. Lo anterior, hace que cada uno cambie su perspectiva hacia el trabajo y empiece a ver cada una de las actividades que realiza durante el día como una oportunidad para mejorar el entorno en el cual se está viviendo.

4.2. APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL

Para empezar, se hace importante decir que el simple hecho de estar trabajando para una compañía que impacta la vida de miles de personas alrededor del país con sus procesos productivos permite a cada uno de los integrantes de la empresa sentirse satisfechos con la función social que tienen este tipo de organizaciones que trabajan con el sector de los alimentos.

Así mismo, cabe destacar que en este proceso pude fortalecer las capacidades de interacción social con otras personas internas y externas a la compañía, por lo que fruto de este proceso traté de influir en el mejoramiento de las relaciones laborales dentro de la compañía, mediante la realización de estrategias para mejorar el clima laboral y maximizar la eficiencia de los empleados.

Además de esto, el impacto de esta compañía sobre otro tipo de empresas que son sus principales clientes, como es el caso de NUTRESA, muestra que la cadena de producción y distribución no sólo impacta a los miles de consumidores finales que tienen sus productos en las mesas, sino que además contribuye en el sostenimiento de una gran cantidad de ciudadanos, los cuales dependen de su empleo para poder progresar en sus vidas.

Lo anterior, genera una reflexión importante en los profesionales dedicados a la administración de empresas, ya que además de estar encargados de unas funciones dentro de las organizaciones y de ser líderes natos dentro de la sociedad; cada uno de los aportes que se brindan desde una visión profesional ayudan a que los cientos de personas que dependen de su empleo para poder subsistir puedan continuar dentro de la empresa, por lo que los aportes realizados dentro de esta sistematización cobran mayor importancia, ya que buscan maximizar la eficiencia y la eficacia de los procesos dentro de la compañía.

Dicho todo esto, una última reflexión social que surge de este tipo de escenarios de práctica es el hecho de estar aportando de manera directa al desarrollo económico e industrial del país, esto debido a que con el trabajo que se realiza desde la compañía se contribuye de múltiples formas al logro de objetivos planteados por el Estado como: la disminución de la pobreza, la eliminación del hambre y el derecho al trabajo, entre otros aspectos.

4.3. APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO ECONÓMICO Y EN LO TÉCNICO.

Para empezar es importante destacar que la compañía brindó durante el periodo de práctica una contraprestación económica, ya que el tipo de vinculación que se realizó fue mediante contrato de aprendizaje. Dicho esto, esta modalidad de práctica permitió un

proceso de inmersión en el mundo laboral que ayudó a desarrollar competencias técnicas durante el proceso, pues además de los factores sociales se pudo fortalecer las capacidades en contabilidad, matemática financiera, creación de inventarios etc

Otros de los principales aportes de la práctica en el campo económico y técnico se vieron reflejados en la capacidad que se adquirió para gestionar muchos de los problemas diarios de una compañía, puesto que, por ejemplo, se logró revocar el costo al que se venía sometiendo el agente comercial, pues esto, afectaba de manera directa el balance económico de la compañía, ya que se generaban sobrecargos en costos de los cuales el socio, en este caso el gerente comercial, no tenía conocimiento, por lo que se generaba un descuadre en el sistema contable, como consecuencia de esta ineficiencia.

Así mismo, se pudo entender la importancia económica que tiene en una compañía llevar un inventario ordenado de cada uno de los activos comerciales que están dentro de la empresa, ya que esto no solo genera pérdidas económicas dentro de la empresa, sino que además hace que los empleados pierdan su tiempo realizando labores que podrían no ejecutar o ejecutar de manera más eficiente.

Así mismo, en cuanto al área de los aprendizajes técnicos, se puede evidenciar que existen mecanismos para optimizar las labores realizadas por los empleados, por lo que se deja totalmente controlado el sistema de activos y de mercadeo dentro de la compañía. Esta situación, permite que en determinado momento la persona que se haga cargo de la administración de alguna de estas áreas pueda encontrar a su disposición los elementos necesarios para realizar una evaluación del sector casi de manera inmediata, por lo que este trabajo le evitará tiempo y esfuerzo dentro de sus funciones.

4.4. PRINCIPALES APRENDIZAJES PARA EL PERFIL PROFESIONAL

Durante toda la carrera cursada, se aprende respecto al desarrollo de habilidades como el liderazgo, sin embargo, para muchos profesionales es difícil aplicar el ser un buen líder, debido al esfuerzo interactivo que esto implica y al conjunto de habilidades sociales que se deben practicar con las demás personas.

Esta situación fue uno de los principales obstáculos que se presentaron en el inicio de la práctica profesional, sin embargo, con el pasar de los días se logra entender que la labor del líder va mucho más allá de impartir órdenes e implica ganarse la confianza y el respeto de los subalternos para que de esta manera se puedan mejorar las relaciones interpersonales dentro de la compañía.

Lo anterior se puede afirmar, debido a que durante el transcurso de las prácticas se pudo evidenciar tratos que no son propios de un profesional hacia los colaboradores (subalternos) de la compañía. Pues muchas veces se ejercían malos tratos bajo excusas de superioridad de cargos en la compañía y este fue uno de los factores que generó un gran proceso de reflexión sobre la importancia de un buen clima laboral en las organizaciones.

Esta realidad hace que de acuerdo con los análisis realizados pueda decir que bajo una percepción netamente personal, un líder no se hace, un líder nace con una vocación de servir éticamente. Asimismo, se puede afirmar que un buen líder nunca quiere hacer sentir inferior a los subordinados, sino por el contrario los ayuda a mejorar y a sentirse participes del proceso productivo en las mismas condiciones.

De igual forma, un líder les ayuda a sus empleados a ejecutar labores sin ejercer malos tratos y se involucra dentro del proceso, sin esperar que solo por designar alguna

función a una persona, esta realice el trabajo perfectamente de inmediato, puesto que entiende que los empleados son seres humanos que están en constante evolución la mayor parte de tiempo, por lo que su labor es estar presente desde el inicio al fin de una operación, con el fin de garantizar que se ejecuten las funciones de una manera óptima o de lo contrario, sugerir las respectivas mejoras a cada uno de los trabajadores.

Dicho todo esto, de la experiencia vivida en las prácticas profesionales también es posible rescatar la importancia de la disciplina y la responsabilidad como factores trascendentales para el éxito profesional, puesto que, se pudo evidenciar una cantidad importante de funciones que de no ser cumplidas de manera correcta y a cabalidad en los tiempos establecidos habrían podido afectar el sistema productivo de la compañía y por ende, generar un deterioro en el servicio que se presta a la ciudadanía.

4.5. APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

En el proceso de socialización de la experiencia se adquirió una serie de conocimientos adicionales a los que se estaban practicando en la empresa. Además de esto, también se pudo fortalecer muchos de los conceptos aprendidos con anterioridad, ya que por ejemplo, el proceso de construcción de la estructura organizacional implicó un estudio detallado de las características de la compañía y la viabilidad de los modelos, por lo que se puede decir que allí se aplicaron nuevos temas, adicionales al proceso llevado.

Por otra parte, el análisis de la matriz DOFA ayudó a identificar los elementos que son fuertes y débiles dentro de la compañía permitiendo así hacer un análisis crítico de las situaciones presentadas, en el cual se contemplaran factores que nunca se habían tenido en cuenta, motivo por el cual la aplicación de este instrumento ayudó a ampliar las

perspectivas iniciales que se tenía dentro del estudio y permitió juzgar la realidad empresarial desde las voces de varios de los empleados de la compañía.

Dicho esto, en el proceso de implementación, luego de realizar un análisis en el que se recogieron las opiniones de los diferentes empleados, se optó por plantear una solución que incluyera un mecanismo para organizar las funciones de cada uno de los empleados, por ello, la estructura organizacional que se planteó permitió mejorar las condiciones de la compañía en un mediano plazo y fue difundida de manera directa dentro de los sectores de la empresa por la misma practicante.

En este proceso también se destaca por el fortalecimiento de las técnicas investigativas y analíticas, ya que en el procedimiento de búsqueda de la información se aplicaron diferentes criterios investigativos que fortalecieron el contenido final que fue presentado. Para realizar esta labor se tuvo en cuenta la búsqueda en las bases de datos y el manejo de información confiable y citada para dar mayor sustento a muchos de los argumentos presentados en todo el documento. De igual forma, a pesar de que la selección de autores no se realizó bajo un parámetro específico, este estudio permitió conocer diferentes perspectivas sobre un mismo tema, lo cual, fortaleció el contenido presentado en esta sistematización.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Para empezar, durante el proceso de realización de la práctica profesional se pudo concluir que la empresa VISIÓN COMERCIAL MODERNA no contaba con un sistema claro de organización que le permitirá optimizar tiempo y dinero en el proceso productivo, por lo que fue necesario realizar un procedimiento de estructuración organizacional, para que de esta manera se pudiera establecer un orden en el manejo de los activos comerciales, en el cual cada persona quedara encargada de la realización de una serie de funciones específicas dentro de la empresa.

Así mismo se encontró que el manejo de información inventariada dentro de la compañía tampoco contaba con una estrategia de organización que se acoplara los sistemas modernos de optimización de la información; por lo cual se optó por elaborar un Excel con toda la información para que este tuviera a disposición todos los datos pertinentes que ayuden a establecer las cantidades, los costos, las características y demás información necesaria para optimizar el proceso de control de las diferentes áreas de la compañía.

En todo este proceso, también fue posible encontrar que la compañía tiene perspectivas de crecimiento a futuro, por lo que la toma de decisiones durante los próximos años será trascendental para fortalecer el capital con el cual cuentan hasta el día de hoy. Esta realidad también permite afirmar que la empresa está a tiempo para ejecutar los cambios necesarios que le permitan maximizar su eficiencia y eficacia para poder brindar un mejor servicio a sus clientes y así evitar que la competencia les quite las perspectivas de crecimiento que hay en la región.

Con base en todo lo dicho anteriormente, como cumplimiento al primer objetivo, se pudo identificar las deficiencias dentro del sistema de distribución de alimentos de la compañía VISIÓN COMERCIAL, por lo cual se optó por realizar un plan de acción que permitiera mejorar cada una de estas situaciones, teniendo en cuenta las consecuencias negativas que cada uno de estos aspectos implica para la empresa.

Por este motivo, tal y como se planteó en el segundo objetivo, posteriormente se optó por realizar un proceso de estructuración organizacional que permitiera a los empleados de la compañía distribuir de manera eficiente las funciones asignadas para el manejo de los activos comerciales. Con esto se pudo organizar de manera más eficiente cada una de las etapas del proceso de manejo de los activos comerciales, pero además, se dejó un diagrama de flujo como resultado de este proceso, para que los posteriores practicantes o encargados pudieran implementar cada uno de los procedimientos descritos.

Como cumplimiento del último objetivo se pudo implementar un mecanismo de divulgación de experiencia que ayudara con la puesta en marcha de esta estrategia para evitar mayores pérdidas en la compañía; motivo por el cual, la mayoría de los empleados que tenían relación directa con los activos comerciales de la compañía, al terminar el proceso de práctica profesional, quedaron con los conocimientos suficientes para continuar con cada una de las recomendaciones de mejora que se plantearon en el marco de la ejecución del proyecto.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la compañía realizar una evaluación profunda de los mercados en la ciudad de Girardot y sus alrededores, puesto que pueden existir una gran cantidad de potenciales mercados no explorados en los cuales no se está haciendo un adecuado abordaje de la situación.
2. Así mismo, se encuentra que dentro de la compañía existe una gran cantidad de labores que no suelen estar estandarizadas y asignadas a un personal específico, por lo que se recomienda asignar una persona encargada de ejercer control de este tipo de situaciones dentro de la compañía, ya que esto ayudará a mejorar la productividad de la empresa.
3. Otra de las recomendaciones radica en el manejo de los datos contables, ya que se identificó que se están presentando pérdidas en la compañía por un valor que oscila los 3 millones de pesos, por lo que debe existir una coordinación entre áreas que permita alertar de este tipo de situaciones a los directivos para que se realicen las respectivas correcciones donde haya lugar.
4. Por último se recomienda a la compañía seguir trabajando en el fortalecimiento de la estructura organizacional, puesto que, si bien ya se identificó una serie de aspectos a mejorar y se sugirió la puesta en marcha de algunos correctivos, se entiende que para que este tipo de procesos se mantenga en el tiempo y pueda progresar debe existir un control permanente a las actividades realizadas, por lo que se sugiere continuar con la vinculación de practicantes para que estos puedan mejorar este modelo presentado en esta etapa de sistematización y le apliquen las correcciones pertinentes.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bravo Rojas, Leónidas Manuel; Valenzuela Muñoz, Alberto; Ramos Vera, Patricia María;

Tejada Arana, Arístides Alfonso (2019) Perspectiva teórica del diagnóstico

organizacional Revista Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88

<https://www.redalyc.org/journal/290/29062051021/29062051021.pdf>

Brume González, M. J. Estructura organizacional. Sello Editorial: Institución Universitaria

Itsa (978-958-52221). ISBN 978-958-52221-1-3. Barranquilla, Colombia.

<https://www.unibarranquilla.edu.co/docs/ESTRUCTURA->

[ORGANIZACIONAL.pdf](https://www.unibarranquilla.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf)

Cámara de Comercio de Bogotá (N.A) Información general para creación de empresa.

<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general->

[para-creacion-de-](https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-)

[empresa#:~:text=Documentos%20necesarios%20para%20registrarse%20como%20](https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-empresa#:~:text=Documentos%20necesarios%20para%20registrarse%20como%20)

[establecimiento%20de%20comercio%20ante%20la,las%20sedes%20de%20la%20](https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-establecimiento%20de%20comercio%20ante%20la,las%20sedes%20de%20la%20)

[CCB%20.](https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-CCB%20)

Carvajal Camperos, Marisol (2018) EL DISEÑO ORGANIZATIVO. Westfield. Business

School. <https://www.westfield.education/wp-content/uploads/2020/03/L->

[DRH_18_00170_01.pdf](https://www.westfield.education/wp-content/uploads/2020/03/L-DRH_18_00170_01.pdf)

Chiavenato, Idalberto. (2001) Administración, teoría, proceso y práctica. Colombia,

McGraw -Hill Interamericana, S.A. p. 3. 19

García López, T y Cano Flores, M (2013) El FODA: Una Técnica para el Análisis de

Problemas en el Contexto de la Planeación en las Organizaciones. Universidad

Veracruzana. <https://www.uv.mx/iesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>

Einforma. (N.A). Visión Comercial Moderna S.A.S. Directorio de empresas en Colombia

<https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/vision-comercial-moderna-sas>

Fals Borda y Rodríguez Brandao C. (1987) Investigación Participativa. Montevideo: La Banda Oriental.

Gómez Palestino Paul Itai. (2018, abril 24). *Teorías de la administración y sus enfoques*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-administracion/>

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación. México. D.F: Mc Graw-Hill/ Interamericana editores S.A.

Jiménez, R., Calderón Campos, P., & Vargas-Hernández, J. (2018). Teorías clásicas de las organizaciones y el Gung Ho. *Visión de futuro*, 22(1), 0-0.
<https://www.redalyc.org/journal/3579/357959311001/html/>

Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1974). Organization and management: A systems approach. McGraw

Koontz, Harold. (2004). Administración una Perspectiva Global. México, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. p. 6.

Ladino Marín, Paola (2017) Comunicación Organizacional. Bogotá D.C., Fundación Universitaria del Área Andina. Editorial Areandino.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1211/Comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manuele, Matías Eugenio; Pagani, María Laura (2017) Sociología de las organizaciones. Universidad Nacional de La Plata Facultad de Humanidades y Ciencias de la

Educación Departamento de SOCIOLOGÍA.

<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/programas/pp.10665/pp.10665.pdf>

Medrano, E. Santillán, L. Castro, Raúl (2018) Outplacement, una necesidad dentro de la política organizacional de una empresa. Revista Arbitrada Venezolana El núcleo, Luz costa oriental del lago. Vol. 13. N°2. Diciembre 2018.

<https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2018/vol13/no2/4.pdf>

Mero Vélez, Jessica (2018) Empresa, administración y proceso administrativo FIPCAEC (núm. 8) Vol. 3, Año 3 Julio-Septiembre 2018, pp. 84-102

<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59/71>

Quecedo, R; Castaño, C. (2002) Introducción a la metodología de investigación cualitativa

Revista de Psico didáctica, núm. 14, 2002, pp. 5-39 Universidad del País

Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea Vitoria-Gazteis, España

UAEH (2017) Método Analítico

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf

UNIR REVISTA (2021). ¿Qué es la estructura empresarial y qué tipos existen? Empresa.

<https://www.unir.net/empresa/revista/estructura-empresarial/#:~:text=La%20estructura%20empresarial%20es%20la,a%20una%20empresa%20para%20funcionarr>

7. ANEXOS

7.1. ESTRATEGIA DE MEJORA PARA EL ESCENARIO DE PRÁCTICAS

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hay una proyección de crecimiento de ventas en el último tiempo. 2. Existe un reconocimiento de las marcas ofrecidas por la empresa a través de los activos comerciales. 3. Hay un proceso de expansión de la compañía por razón de la ampliación de estrategias de mercadeo. 4. Hay una capacitación adecuada de los agentes comerciales de la empresa que permite su crecimiento. 5. La empresa cuenta con el capital tecnológico necesario para su crecimiento en los próximos años. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existen una gran variedad de mercados no explorados en los alrededores del municipio. 2. Se puede mejorar el proceso de almacenamiento y distribución de activos comerciales. 3. Se pueden ampliar sus convenios con instituciones educativas para vincular más practicantes. 4. Hay disposición directiva para mejorar la estructura organizacional. 5. Se puede capacitar al personal de planta para que mejore sus prácticas laborales e incremente su eficiencia.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hace falta un orden en la asignación de labores a los empleados de la compañía. 2. El proceso de almacenamiento no se realiza de forma eficiente por lo que se pierden activos comerciales. 3. No existe un área dedicada a ejercer control sobre los procesos que se realizan en la compañía en cuanto al mercadeo. 4. Existe personal que no se encuentra capacitado para ejercer sus labores con eficiencia y eficacia. 5. El sector administrativo de la compañía no ha implementado estrategias para evitar la pérdida de activos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hay otras compañías en el sector con las mismas características que vienen creciendo eficientemente. 2. El mercado laboral viene creciendo con profesionales capacitados para maximizar la eficiencia y eficacia. 3. Las pérdidas presentadas por ineficiencia de la estructura organizacional pueden crecer y afectar la solvencia de la empresa. 4. Se puede generar un estancamiento de la productividad de la empresa. 5. Existe la posibilidad de que se generen sanciones a la compañía por cuenta del mal manejo de los activos comerciales.

Análisis FODA

Fortalezas + Oportunidades

La combinación de las fortalezas y las oportunidades busca potenciar el mercado actual de la empresa, por esta razón, vale la pena anotar lo siguiente:

1. Dado que la empresa viene en un crecimiento y que las oportunidades de negocio están creciendo en el municipio de Girardot y sus alrededores, se hace necesario que la empresa aproveche el trabajo que se ha venido realizando para mejorar el proceso de almacenamiento, distribución y control de los activos comerciales, ya que esto traería unos mayores ingresos y una capacidad de empleo más grande a futuro.
2. Dado que los procesos de capacitación de la compañía para agentes comerciales tienen altos estándares de calidad y que la compañía cuenta con el capital tecnológico necesario para aumentar su producción es importante que se aproveche este contexto, para darle la oportunidad de trabajar a personal joven como pueden ser practicantes o recién egresados, los cuales le ayudarían a continuar con su buena dinámica de crecimiento y podrían aportar más ideas en este proceso.

Fortalezas + Amenazas

En el proceso de análisis de las Fortalezas y Amenazas se han podido encontrar las siguientes características que ayudarían a mejorar las condiciones de la compañía:

1. Entendiendo el contexto de crecimiento que se viene presentando en la compañía y el reconocimiento que tiene la empresa, se hace trascendental se invierta en el mejoramiento del sector de activos comerciales, ya que la competencia puede crear estrategias más eficientes que dejen por debajo, en términos de productividad, a la

compañía y se empiece a generar un decrecimiento que estanque la dinámica actual que se está presentando

2. Por otra parte, teniendo en cuenta que los procesos de capacitación a los agentes comerciales son eficientes, se hace necesario que la empresa replique este modelo en el sector de injerencia inmediata en los activos comerciales, ya que dado el crecimiento de la población profesional y los exigentes controles que se vienen presentando a las empresas, las fallas en el control, asignación y recuperación de los activos comerciales, no solo podrían generar un decrecimiento de la compañía, sino además sanciones por parte de los organismos de control.

Debilidades + Amenazas

Al combinar estos dos factores se pueden encontrar los puntos más críticos de la compañía, con el fin de plantear acciones de mejora como las siguientes:

1. Luego de analizar las condiciones de la empresa, se puede afirmar que la falta de orden, capacitación y control en el área de activos comerciales, sumados al potencial crecimiento comercial que viene teniendo la competencia y la cada vez más creciente entrada de profesionales capacitados al sistema productivo, hacen que la compañía se encuentre en riesgo de perder su dinámica de crecimiento en la que viene, si no contrata personas capacitadas que le puedan ayudar a controlar el problema de la pérdida de activos comerciales.
2. Teniendo en cuenta que el sector administrativo de la compañía no ha implementado estrategias para evitar la pérdida de activos comerciales, y que por ende, no existe un área dedicada a controlar este sector; las pérdidas económicas pueden crecer e incluso generar sanciones para la empresa. Por lo que se

recomienda contemplar de manera seria la posibilidad de incluir dentro del diagrama organizacional, un área dedicada a trabajar para ejercer la vigilancia y control de los activos comerciales, para que de esta manera no se generen más pérdidas en la empresa.

Debilidades + Oportunidades

Esta combinación de factores da la posibilidad de pensar en alternativas de transformación, que conviertan los puntos débiles en oportunidades para el crecimiento, como las siguientes:

1. Debido a que está la posibilidad de ampliar los convenios con las instituciones educativas universitarias y que el mercado potencial de la compañía viene creciendo, se recomienda que los directivos realicen los contactos pertinentes para vincular más practicantes que puedan aportar sus conocimientos en el mejoramiento del área de activos comerciales, ya que aún se puede optimizar este sector de una mejor forma para agilizar los procesos de distribución y control.
2. Así mismo, se debe aprovechar que ya existe un interés de la parte directiva de la empresa por poner la lupa sobre estos procesos, ya que anteriormente no existía dicha disponibilidad. Por esta razón, se recomienda realizar un cronograma de actividades que permitan llevar a cabo los procesos de capacitación que necesita el personal, con el fin de presentar una propuesta consistente en el tiempo que permita generar cambios de manera permanente dentro del espacio de trabajo.

7.2. PASO A PASO DEL PROCESO DE ASIGNACIÓN Y CONTROL DE LOS ACTIVOS COMERCIALES

Para realizar el proceso de asignación y control de los activos comerciales de la compañía se optó por la realización de un diagrama de flujo que explicara cada uno de los procesos de manera sencilla con el fin de estandarizarlos. De esta manera, se piensa construir una estrategia sólida que brinde a las personas encargadas una guía para desempeñar de manera adecuada sus funciones. Dicho esto, se planteó lo siguiente:

DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PASO A PASO DEL PROCESO DE ASIGNACION Y CONTROL DE ACTIVOS COMERCIALES.



7.3. PROCESO PARA EL PASO A PASO DE LA RECUPERACIÓN DE ACTIVOS

En el marco de la organización del sector de activos comerciales dentro de la compañía, se optó por realizar un proceso secuencial que mostrará cómo es el proceso de recuperación de activos dentro de la compañía, con el fin de brindar una guía a cada uno de los encargados del área y promover el orden dentro de la empresa. Dicho esto, se planteó lo siguiente:

