



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
Informe Plan de mejoramiento, emprendimiento e  
innovación

**Universidad el Bosque**  
**Facultad de ciencias Económicas y Administrativas**  
**Programa: Negocios Internacionales**  
**Trabajo de Grado**

**Tema:** Plan de mejora de Eléctricos J.J

**Presentado Por:**

Juan José Tierradentro Mora  
Andrés Fabián Zuluaga Lux

**Director de trabajo de grado:**

Héctor Rodrigo Ospina Estupiñan  
ORCID N° 0000-0002-9577-1734

**Bogotá D.C**

**Fecha:** 04 de Mayo del 2020



## 1. Identificación del Plan de Innovación y Fortalecimiento Empresarial

I.					
II. INFORMACIÓN GENERAL					
<b>Título:</b> Plan de mejora en estándares de ventas de la empresa Eléctricos JJ Neiva					
<b>Programa académico:</b> Negocios Internacionales					
<b>Área (s) de Conocimiento:</b> Plan de Mejora			<b>Área a cargo del Centro de Desarrollo Empresarial:</b>		
Datos de los Participantes					
Nombres	Identificación	Teléfono	Correo	Semestre	
Juan José Tierradentro Mora	1016103498	3166325009	Jtierradentro@unbosque.edu.co	VIII	
Andrés Fabián Zuluaga Lux	1026588785	3213460634	afzuluagal@unbosque.edu.co	VIII	
RESUMEN					
<p>La empresa Eléctricos J.J es un negocio familiar del área de ferretería con más de 13 años en el mercado y está localizada en la ciudad de Neiva. El objeto social del negocio es la venta y suministro de bienes con altos estándares de calidad, tales como: a) materiales eléctricos de alta y baja tensión, b) bombillos estándares y ahorradores de energía, c) herramientas y d) demás relacionados con el sector de la construcción. Eléctricos J.J ha recomendado el diseño de un plan de mejoras, para identificar los productos de mayores ingresos e implementar estrategias con los productos de más baja rotación. Lo anterior, con el fin de:</p> <p>a) Incrementar el volumen de ventas. b) Mejorar su posicionamiento en la ciudad de Neiva. c) Expandir el negocio por medio de la apertura de sucursales en Neiva, municipios cercanos a Neiva y otras ciudades del país. d) Evaluar detalladamente la atención al público.</p> <p><i>Palabras clave: Ferretería, eléctricos, ventas, construcción, productos principales, Neiva, Sucursales, cableado, bombillos.</i></p>					
LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE GRADO					
<b>Departamento:</b> Cundinamarca			<b>Ciudad:</b> Bogotá		
<b>Lugar específico:</b> Neiva					
<b>Razón Social:</b> Eléctricos J.J			<b>NIT</b> 12115390-6		
<b>Registro Cámara de Comercio:</b> 160645			Anexar Certificado de existencia con Representante Legal		

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020



<b>Director: Héctor Rodrigo Ospina Estupiñán</b>	<b>Fecha de Inicio: 21 de marzo del 2019</b>
<b>Responsable CDE:</b>	<b>Fecha de terminación: 24 de Mayo del 2019</b>

## 2. Tabla de Contenido

<b>Título del trabajo</b>
<b>Identificación del plan de innovación</b>
<b>Diagnostico Situacional</b>
<b>Analisis tanto del producto como del sector y lo legal</b>
<b>Objetivos General</b>
<b>Resultados de los objetivos</b>
<b>Cumplimieot de los objetivos especificos</b>
<b>Cumplimiento de la metodologia</b>
<b>Cronograma de ejecucion</b>
<b>Proyeccion de los resultados obtenidos</b>
<b>Aspectos tecnicos</b>
<b>Conclusiones</b>
<b>Referencias</b>
<b>Anexos</b>

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020

### 3. Diagnóstico situacional

<p><b>Análisis Estratégico</b></p>	<p>La estrategia consiste en analizar los volúmenes de venta por producto, para determinar cuáles tienen mayor y menor participación dentro de los ingresos de la compañía. Con base en estos resultados, diseñar las estrategias incluyendo el servicio al cliente y las tecnologías de la información, para incrementar las ventas de estos productos. En relación con los que tienen mayor participación, ampliar el mercado mediante la consecución de nuevos clientes y con los de menor rotación, realizar capacitaciones a los empleados para promover la utilización de estos productos.</p>
<p><b>Análisis del mercado y Comercialización</b></p>	<p><b>Demanda:</b> El sector ferretero tiene muy buena demanda porque suministra bienes requeridos principalmente por el sector de la construcción. Por lo anterior, el crecimiento de estas empresas está directamente relacionado entre otros con los planes de vivienda, megaproyectos, obras departamentales y municipales, reparaciones y remodelaciones de colegios, hospitales, negocios y viviendas, obras que tienen un impacto directo en el crecimiento del sector ferretero.</p> <p><b>Competencia:</b> Está determinada por 66 ferreterías localizadas en la ciudad de Neiva, las cuales han sido sus principales competidores desde la fecha de iniciación de la empresa y dado que la competencia es fundamental para el desarrollo de los mercados, la calidad de los productos que se venden, ha sido un factor que ha minimizado el impacto de los competidores en el negocio.</p> <p><b>Localización:</b> Eléctricos J.J, está localizada en la zona céntrica de la ciudad calle 4 con carrera 4, en esta zona cual encontramos entre otras las siguientes ferreterías: Ferretería Horizonte Neiva, Ferretería Central, Interalemana, Distribuciones Trujillo, Ferretería Los Paisas, Eléctricos del Sur y otras. Es una de las zonas reconocidas como el sector ferretero de la ciudad.</p> <p><b>Logística:</b> Eléctricos J.J tiene un sistema de ventas al detal y coordina la entrega de sus productos a sus clientes con cargo a ellos. Las compras son recibidas en el establecimiento y tiene una bodega en la cual son almacenadas. La compañía cuenta con buena distribución y estricto cumplimiento en tiempos, a la hora de entregar la mercancía adquirida por los clientes.</p> <p><b>Estrategia de precios:</b> Demanda, competencia, localización, Estrategia de precios, marketing. Nuestra competencia va dirigida al sector ferretero y eléctrico. Este proyecto propone una mayor participación de la empresa en eventos y ferias nacionales, para así, dar a conocer a Eléctricos J.J a nivel regional y nacional y ser considerados dentro de los procesos de cotización. <b>Por ejemplo:</b> la Feria Ferretera que se realiza en barranquilla y dura 3 días donde participan más de 60 expositores con 7.000 marcas nacionales. (OCAMPO, 2018). Con respecto a la localización, el negocio se encuentra en una zona transitada y con un amplio flujo de personas, donde la competencia es muy fuerte, situación que requiere un constante monitoreo y control de precios.</p>

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020

Sin embargo, para mantener precios competitivos, además de la realización de ofertas, es necesario captar la atención de los clientes y utilizar estrategias para penetrar en el mercado. Para esto, se diseña una página web con plataforma e-commerce disponible para dispositivos móviles y se utilizan las redes sociales para el envío de promociones, descuentos y dar información de nuestros productos. De esta manera, se logra captar la atención de los compradores.

**Análisis de producto**  
Realizada la revisión de los informes de venta y su socialización con los asesores comerciales, se identifica que el producto con mayor participación en ventas, son los cables de alta y baja tensión, productos que tienen una importante demanda y forman parte de obras que requieren instalaciones eléctricas tales como planes de viviendas, mega colegios, hospitales, empresas petroleras y proyectos departamentales y municipales.

**Análisis económico y Financiero**

Ventas	2016	Participación	2017	Participación	2018	Participación
Credito	\$ 272.342.535	50,4%	\$ 318.669.059	51,8%	\$ 567.221.641	59%
Contado	\$ 268.069.800	49,6%	\$ 296.339.503	48,2%	\$ 400.099.577	41,4%
Totales	\$ 540.412.335	100%	\$ 615.008.562	100%	\$ 967.321.218	100%

Ventas	TOTAL COP	Variación respecto al año anterior
2016	\$ 540.412.335	
2017	\$ 615.008.562	114%
2018	\$ 967.321.218	157%



**Fuente: Elaboración propia basada en informes contables de Eléctricos J.J**

Como se puede observar, durante los años 2016 y 2017 el porcentaje de ventas a crédito se ubica entre 50% y 51% y de contado entre un 49% y un 48%, lo que indica que un leve incremento de las ventas a crédito. Para el año 2018, las participaciones de las ventas a crédito se ubican en un 59% y las de contado en un 41,4%. Esto afirma aún más la tendencia del mercado para solicitar ventas a crédito. El riesgo inmediato de esta variación es que la compañía debe ser muy cuidadosa en la selección de los clientes que compran a crédito, ya que el incumplimiento de ellos va a afectar el flujo de caja de la empresa.

Adicionalmente, se revisan los plazos de pago de las compras que realiza Eléctricos J.J, ya que, si las compras son realizadas a un plazo para pago entre 30 y 60 días, los riesgos de flujo de caja disminuyen sensiblemente.

En relación con el comportamiento de las ventas, se observa un crecimiento importante en el año 2018 al compararlo con el 2017, ya que para el año 2018, el incremento de las ventas fue del 57%, lo que indica

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020

	una demanda creciente que debe ser mantenida y consolidada para obtener un mejor posicionamiento de la empresa.
<p><b>Análisis Organizacional</b></p>	<p>La empresa Eléctricos JJ, cuenta con un gerente que es el propietario, una administradora, una contadora, un revisor fiscal, asesora en salud ocupacional y además de eso cuenta con 6 vendedores y/o asesores comerciales.</p>  <pre> graph TD     JT[José Tierradentro Gerente general] --- JJA[José J. Acosta Revisor fiscal]     JT --- RM[Rosalba Mora Administradora]     RM --- LDG[Luz Dary Garzon Contadora]     RM --- TT[Tatiana Tierradentro Asesor Ocupacional]     RM --- RP[Ruby Penagos Supervisor]     RP --- KF[Karina Ferreira Cajera]     RP --- V[Vendedores 6]     </pre>
<p><b>Análisis Legal</b></p>	<p>Eléctricos J.J es un comerciante, persona natural, lo que de acuerdo con las normas legales vigentes, los obliga a responder de los resultados de su negocio, inclusive con su patrimonio. <b>Régimen tributario:</b> Por el volumen de ventas anuales (más de 116 millones de pesos), pertenece al</p>

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020



	<p>régimen común, con las siguientes obligaciones tributarias. 1. Llevar la Contabilidad de la empresa, 2. Tener la inscripción al RUT, 3. Expedir facturas por ventas cumpliendo con la normatividad tributaria, 4. Presentar la declaración del IVA y 5. Obligación de informar el cese de actividades. Las entidades reguladoras son la DIAN y la Súper Intendencia de Industria y Comercio.</p>
<b>Análisis de desarrollo tecnológico y digital</b>	<p>Eléctricos J.J no ha considerado la implementación de herramientas tecnológicas dentro de la compañía para comercializar y promocionar sus productos en el mercado. Este hecho se identifica como una oportunidad que le permite a la Gerencia de Eléctricos J.J, la posibilidad de crecimiento en el mercado, al ingresar al mundo digital por medio de las páginas web y redes sociales (Facebook, Instagram y What'sApp). Es de suma importancia la consideración de estrategias para expandir el mercado por otros medios para la captación de nuevos clientes. Puede ser perjudicial la no adopción de nuevos mecanismos innovadores, debido a que si esta oportunidad es aprovechada por la competencia, puede afectar significativamente el futuro del negocio. Debido a lo anterior, se va a crear una página web para facilitar a los clientes el conocimiento de toda la trayectoria que ha tenido Eléctricos J.J en el mercado y su catálogo de productos. Paralelamente, vamos a utilizar diferentes redes sociales para que nos visiten y nos sigan y tener un mayor contacto con ellos.</p>

#### 4. Cumplimiento del(os) objetivo(s) general(es)

4.1 Objetivo general	Desarrollar un plan empresarial que genere un crecimiento del 18% anual en las ventas de eléctricos JJ (Ventas Ultimo año / Año anterior)			Grado de Cumplimiento													
Resultado obtenido	Anexo soporte del desarrollo y obtención de resultados	Dificultades	Observaciones														
<p>La empresa ha demostrado un crecimiento importante en los últimos 3 años, por lo tanto se prevé que continuará en esta misma tendencia.</p>	<table border="1" data-bbox="420 586 835 876"> <thead> <tr> <th>Ventas</th> <th>TOTAL COP</th> <th>Variación respecto al año anterior</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016</td> <td>\$ 540.412.335</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>\$ 615.008.562</td> <td>114%</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>\$ 967.321.218</td> <td>157%</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Fuente:</b> Información suministrada por el área contable de Eléctricos JJ incluida en el anexo 1.</p> <div data-bbox="420 1006 850 1295">  <p>Ventas 2016 - 2018</p> <p>\$ 2.000.000.000</p> <p>\$ 0</p> <p>2016 2017 2018</p> <p>Series2</p> </div> <p><b>Fuente:</b> Información suministrada por el área contable de Eléctricos JJ incluida en el anexo 1.</p>	Ventas	TOTAL COP	Variación respecto al año anterior	2016	\$ 540.412.335		2017	\$ 615.008.562	114%	2018	\$ 967.321.218	157%		<p>Más del 50% de las ventas son a crédito, situación que puede generar un riesgo en el flujo de caja en el caso de incumplimiento de pago por parte de los clientes.</p>		
Ventas	TOTAL COP	Variación respecto al año anterior															
2016	\$ 540.412.335																
2017	\$ 615.008.562	114%															
2018	\$ 967.321.218	157%															

### 5. Cumplimiento de los objetivos específicos

5.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Identificar los productos de mayor y menor rotación para implementar estrategias de mercadeo que permitan generar una mayor contribución en las ventas de la empresa. (Ventas de los productos de mayor y menor rotación / las ventas generales)		% DE CUMPLIMIENTO	XX %
RESULTADO OBTENIDO	PRODUCTO	ANEXO SOPORTE DEL DESARROLLO Y OBTENCIÓN DE RESULTADOS	OBSERVACIONES	
<b>1.</b>  <b>Se mantiene la tendencia del incremento de las ventas de estos productos</b>	Cables (baja, dúplex, media y alta tensión), aluminio, encauchetado, alambres, batería y soldador.		Se desarrolla un programa para determinar la participación de cada uno de estos productos dentro del total de las ventas	

5.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 2	Determinar la mejora en los procesos internos de Elécticos JJ dentro de la ciudad de Neiva. Para esto, se compara con: a) otras ferreterías de Neiva similares en ranking de ventas b) disminución de porcentaje de ventas a crédito c) manejo de inventarios d) satisfacción del cliente por medio de encuestas que indiquen inclinación de compra.		% DE CUMPLIMIENTO	XX %
RESULTADO OBTENIDO	PRODUCTO	ANEXO SOPORTE DEL DESARROLLO Y OBTENCIÓN DE RESULTADOS	OBSERVACIONES	
1.	El resultado de las ventas con un incremento del 57% sobre el año 2017 demuestra el posicionamiento de la compañía, tendencia que se continúa fortaleciendo al implementar una mejor atención al cliente y tecnologías de la información, para convertirlos en aliados de la empresa.			

5.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3	Incrementar las ventas de Cables, bombillos ahorradores de energía y bombillo con sensor.		% DE CUMPLIMIENTO
RESULTADO OBTENIDO	PRODUCTO	ANEXO SOPORTE DEL DESARROLLO Y OBTENCIÓN DE RESULTADOS	OBSERVACIONES
<p>1.</p> <p><b>Un mejoramiento en las ventas de estos productos.</b></p>	<p>Bombillos sin sensor y los ahorradores de energía.</p>		<p>Mediante capacitaciones a los empleados, se les enseña a usar estrategias para identificar la necesidad del cliente. Una vez identificada, ofrecer estos productos ahorradores de energía destacando sus beneficios.</p>
<p>2.</p> <p><b>La incrementación en las ventas de cables de alta y baja tensión</b></p>	<p>Cable dúplex, alambres, cable telefónico, cables de construcción, cables UTP, cable soldador, cable batería, cable de nudos y aislados, cable de aluminio, cable encauchetado.</p>		<p>Contactados los proveedores, se les solicita proveer muestras de cables de la mejor calidad, para que al ser ofrecidos por los empleados se facilite la adquisición por parte de los clientes.</p>

## 6. Resultados adicionales

Descripción del resultado adicional	Anexo soporte
<p>Conocido el porcentaje de participación de los productos dentro de las ventas totales, las sucursales que se abran manejarán en su inventario aquellos productos de mayor rotación. Se establecerán unos procedimientos más estrictos para la evaluación de los clientes a quienes se les vende a crédito, con el fin de minimizar los riesgos de cartera y evitar problemas de flujo de caja.</p>	

## 7. Cumplimiento de la metodología y recomendaciones

La metodología para **aumentar las ventas de Eléctricos JJ**, fue diseñada con base en la variación anual de ventas y el análisis de la distribución entre las ventas a crédito y de contado.

Como lo indica en la tabla incluida en el Impacto Científico y tecnológico del numeral 9, el aumento de las ventas de la empresa para los años 2016-2017 fue de 14% y de los años 2017 – 2018 fue del 57%, porcentajes que nos indican que la metodología para cumplir la meta del 18% con el plan de mejora consiste en:

- a) **Capacitar a los empleados** en ventas desarrollando habilidades de negociación, para que entendieran las necesidades de cada cliente. Respecto a los productos que tienen menos venta como los bombillos sin sensor y los ahorradores de energía, se desarrollaron charlas con los empleados para el ofrecimiento de estos productos y de esta forma, mejorar sus ventas.
- b) **ventas a crédito**: ofrecer incentivos a los clientes con descuentos del 5% por pronto pago, aumentando el flujo de caja, lo que le permite a la compañía mejorar su poder de negociación con sus proveedores.
- c) **Respetar los plazos de entrega ofrecidos**, agilizando el despacho de la mercancía para obtener la plena satisfacción del cliente y su fidelización. d) **Desarrollar plataformas digitales** para que Eléctricos JJ inicie la implementación y desarrollo de modelos de venta E-commerce por medio de página web y redes sociales.

En relación con la calidad de los productos obtenidos, se han establecido estándares de calidad de acuerdo a la norma ICONTEC, certificado RETIE y RETILAND, para la venta de los diferentes tipos de (cable, baja, dúplex, cables de media y alta tensión, aluminio, encauchetado, alambres, batería y soldador), con un excelente servicio al cliente tanto como en el momento de la venta, como en el servicio post-venta si así lo requiere.

### 8. Cronograma de ejecución a la fecha, dificultades y plan de contingencia

Comentarios: (desarrollo, limitaciones, contingencias, etc.)

Actividades	Ítem Objetivo relacionado	Fecha de ejecución (semanas)	Cambios solicitados y aprobados por el CDE	Plan de Contingencia
Se desarrolla un borrador en Excel donde se incluyen los aspectos del plan de mejora mediante la obtención del porcentaje de participación dentro del total de las ventas que tienen mayor rotación.	Crecimiento del 18% de las ventas del 2019	30	No hay	Participación en licitaciones en el sector de la construcción y a nivel departamental y municipal.
Dada la distribución de las ventas de crédito y contado, se realizará una mejor evaluación de los clientes a quienes se les vende a crédito para disminuir o minimizar los riesgos de cartera.	formato de análisis financiero para clientes a crédito	8	No hay	En el evento de 10% de crecimiento de cartera por falta de pago, cerrar las ventas a crédito

**9. Proyección de los resultados obtenidos frente a los impactos registrados en el proyecto/programa.**

Tipo de impacto	Descripción del impacto	Proyección del impacto o producto			
Impacto Científico y tecnológico	Si se cumple con el objetivo de incremento de las ventas, se desarrollan programas que permitan realizar ventas a través de aplicación.	Ventas	<b>TOTAL COP</b>		<b>Variación respecto al año anterior</b>
		2016	\$ 540.412.335		
		2017	\$ 615.008.562		114%
		2018	\$ 967.321.218		157%
		2019	\$ 1.141.439.037		<b>18%</b>
<b>Fuente: Información suministrada por el área contable de Eléctricos J.J incluida en el anexo 1.</b>					
Impacto sobre la productividad	Un mayor nivel de participación de las ventas de contado al incrementarlas de un 41,4% a un 55% y unas herramientas tecnológicas adecuadas, más la capacitación a los empleados, se refleja en unas ventas más eficientes y por lo tanto en una mejora en la productividad de la empresa.	<b>Ventas</b>	2019	2019 Proyección estimada	2019 Proyección propuesta
		Credito	59%	\$ 669.321.536	45% \$ 513.647.567
		Contado	41,4%	\$ 472.117.501	55% \$ 627.791.470
		Totales	100%	\$ 1.141.439.037	100% \$ 1.141.439.037
<b>Fuente: Información suministrada por el área contable de Eléctricos J.J incluida en el anexo 1.</b>					
Impacto sobre la competitividad	La ferretería mantiene sus precios competitivos en el año 2019 para cumplir la meta de un incremento en las ventas del 18%. Adicionalmente, mediante el desarrollo de un carrito de compras en la página web para dispositivos móviles y computador de escritorio. Por medio de WIX.com se paga un dominio de la página web cuyo costo es de \$1'000.000 e incluye modalidad e-commerce. (Josep, 2020) Para el primer año se estima obtener 10 clientes por mes por mes, para un total de 120 al año.	Clientes satisfechos con una aplicación adecuada y la mejora de los tiempos de entrega de los productos se reflejará en la competitividad de la ferretería con las otras empresas del sector.			

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020

	<p>Por lo anterior, el costo promedio por generar cliente es de \$8.333 pesos.</p> <p>Esto, facilita a los clientes el acceso a los productos de la compañía.</p>	
Impacto sobre la Responsabilidad Social y calidad de vida	<p>Se capacita los empleados y quincenalmente se evalúa los resultados de las ventas de los productos amigables con el medio ambiente. Esto se refleja en una mejor calidad de vida del consumidor y de la empresa, debido a que se reduce el impacto ambiental.</p> <p>La empresa Eléctricos JJ tiene una política de responsabilidad social con el fin de ayudar a los más necesitados de la ciudad de Neiva. Para esto, se crea un fondo de solidaridad con el 1% de las ventas anuales. Dicho fondo es dirigido a las comunidades que han sido víctimas del conflicto armado en los pueblos allegados a Neiva.</p> <p>Además de esto, la empresa ejercerá una campaña de donatón en Febrero del 2021 con todo el sector ferretero y eléctrico para recolectar fondos, adquirir mercados con productos de la canasta familiar y distribuirlos a las personas más necesitadas que se encuentran en las veredas y pueblos cercanos a Neiva.</p> <p>Adicionalmente en la época de navidad, el Gerente General va a donar regalos a los niños que han sufrido diferentes problemas por el conflicto, proporcionándole una alegría en estas festividades.</p>	<p>Se prepara una base de datos que permita determinar el volumen de ventas de los productos ahorradores y amigables con el medio ambiente, comparado con los años anteriores, para de esta forma, conocer el comportamiento de las mismas.</p> <p>El impacto de las políticas propuestas es un beneficio a la comunidad y un apoyo moral, demostrando que se puede mitigar el daño causado por una guerra de más de 50 años y sembrar una semilla de esperanza para las futuras generaciones.</p> <p>Involucrar las empresas del sector ferretero y eléctrico en las campañas de donatón, permite un acercamiento de las empresas del sector con la comunidad y distraer la constante competencia para participar como aliados para un bien general.</p> <p>La navidad es la época que se comparten momentos en familia y se fortalece la unidad familiar, es por esto, que la alegría de los niños contribuye a sensibilizar a los seres humanos y el incentivo de dar regalos quedan recuerdos de buenos momentos para que en un futuro transmitan esta tradición a sus hijos.</p>
Impacto sobre la Innovación	<p>El desarrollo de la tienda e-commerce, puede ser considerada como una innovación para la empresa familiar, para lo cual se le recomienda a</p>	<p>Se determina el volumen de ventas generados por la utilización de la tienda e-commerce, se revisa la calificación de los clientes al servicio</p>

	<p>la gerencia su implementación, ofreciéndoles las ventajas de esta innovación en su estructura organizativa y los procesos internos.</p> <p>Dentro de los procesos internos se revisa en qué forma está preparada Eléctricos J.J para la innovación tecnológica mediante el uso de la página web. La utilización de páginas web tiene ciertas características y responsabilidades, por ejemplo: El Peer-to-peer permite a los clientes comunicar sus experiencias para que otros usuarios lo tomen como referencia para ordenar perdidos. Es de vital importancia estar atento a responder de manera eficiente las inquietudes y comentarios.</p> <p>Un buen manejo de esta herramienta permite alcanzar los objetivos de gestión y simultáneamente, una empresa más productiva y rentable.</p>	<p>prestado, se controla el despacho de pedidos y sus tiempos de entrega.</p> <p>La unificación de los procesos mencionados, permite demostrar las ventajas para el negocio de la utilización de estos elementos tecnológicos en sus procesos internos.</p>
Impacto sobre la Procesos organizaciones	<p>La utilización de la aplicación debe contar con una capacitación, tanto de la gerencia como de los empleados de las estrategias de venta que utiliza la compañía y el impacto de estas, en las transacciones y en su flujo de caja.</p> <p>Según su posición en el organigrama, a los empleados se les asigna una responsabilidad para el manejo y conocimiento de los pedidos utilizando la página web. Los empleados deben estar atentos de informar al supervisor la salida de mercancía para su pronta reposición en el inventario y evitar el aprovisionamiento de material. La Gerencia debe permanentemente actualizar la página web, incluyendo nuevas referencias, ofertas y características de los productos.</p>	<p>Se requiere una capacitación quincenal en manejo de la tienda e-commerce y de los productos, el retorno de esta capacitación estará dado porque en la medida en que un empleado conozca las características y la utilidad del producto que va a vender, mayores serán los ingresos de la compañía y como consecuencia las utilidades de la misma. Es necesario contar con un especialista que pueda ser consultado en el evento de fallas en la página web y además de esto, el personal a cargo de la página web evaluará que productos se encuentran y cuáles no, con el fin de tener en cuenta el aumento y disminución de cada producto.</p>
Impacto sobre la Innovación	<p>En la medida de que se desarrollen las ventas de productos amigables con el medio ambiente, la empresa se dedica a buscar alternativas que</p>	<p>Estableciendo metas de compra de productos amigables con el medio ambiente, con base en la identificación de productos actuales que</p>



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
Informe Plan de mejoramiento, emprendimiento e innovación

Social	permitan reemplazar productos actuales por otros sostenibles y amigables. El uso de facturación electrónico reduce de manera importante la utilización de papelería, eliminando la compra de papel factura.	puedan ser reemplazados por estos. Promover los cables conductores de aluminio semiaislados o ecológicos tipo A.A.C., A.C.S.R.
--------	--	--

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020



### 10. Aspectos técnicos, financieros

**Ventas:** En el gráfico siguiente se observa el comportamiento de las ventas 2016 a 2018 y su proyección para el año 2019, en las cuales se espera un incremento del 18%

**Ventas del año 2016-2018 y proyección año 2019**

---

Fuente: Información suministrada por el área contable de Eléctricos J.J y la gráfica fue elaborada con base en esta información.



**Ventas a crédito y Contado**

---

**Fuente: Información suministrada por el área contable de Eléctricos J.J y la gráfica fue elaborada con base en esta información.**

Se espera para el año 2019 una vez esté la aplicación, mejorar el porcentaje de participación de las ventas de contado sobre las de crédito en un 15%, para incrementarlas del 41,4% al 55%

<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020

## 11. Discusión y análisis

Objetivo Primario	Porcentaje	Grado de cumplimiento	Ratio Porcentaje %
Incremento de las ventas	18%	100%	(Ventas 2019 / Ventas 2018 )
Mejora de las ventas a contado	15%	100%	(ventas a contado / ventas a crédito)

- El aumento de las ventas nos indica un cumplimiento de las metas propuestas. Los resultados de años posteriores van a estar directamente relacionados con la continuación de aplicación y control del plan de mejora.

A nivel nacional es importante mencionar que en el primer semestre de año 2019, las compras de productos de ferretería por e-commerce, aumentaron en un 86% con una facturación de \$1.884 millones de pesos. Lo anterior, demuestra que este es un canal de apalancamiento para generar una utilidad adicional a diferencia de las ventas tradicionales. (DEVICENCI, 2019)

### Los beneficios de utilizar el e-commerce están los siguientes:

1. **Rentabilidad:** Hace a una empresa más flexible para generar ingresos y facilitar los procesos de compra.
2. **Eficacia:** Se ofrecen métodos digitales para realizar compras de manera sencilla, segura y rápida, lo que impacta el flujo de caja al aumentar la disponibilidad de efectivo de una empresa
3. **Congestión:** Se evita saturar el teléfono con llamadas que pueden distraer la venta a un cliente que está dentro de las instalaciones y así como la pérdida de clientes por tener la línea telefónica ocupada.

4. **Fidelización:** Si el usuario obtiene una buena experiencia tanto en el proceso de compra como en el de entrega, nos permitirá retenerlo y aumentar la probabilidad de que realice una nueva compra reduciendo los costes de adquisición de nuevos clientes

(Economiat, 2018).

Las capacitaciones a los empleados para el servicio post-venta son fundamentales. Dentro de las recomendaciones propuestas para mejorar el servicio al cliente, el empleado debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

1. Entender y resolver las inquietudes del cliente.
2. Ofrecer la posibilidad de comprar productos en promoción.
3. Capacitar el personal para que puedan dar respuestas a las inquietudes de los compradores.
4. Fidelizar a los clientes por puntos de venta.
5. Sugerir una o varias alternativas al producto que está consiguiendo, en el caso que este no esté disponible.
6. Evaluar cómo se sintió el cliente después de realizar la compra.

(FIERROS, 2017)

De acuerdo a los principios de una administración inteligente, la capacitación de personal es muy importante ya que requiere el desarrollo de relaciones, contactos e interacciones con los clientes para una mejor gestión de la empresa.

Hay que entender que las empresas son sistemas dinámicos y Complejos que están en constante cambio. Lo cambios internos van a afectar el entorno en el cual operan, la adaptación a estos cambios les permiten sobrevivir en el tiempo y evolucionan a partir de evolución a partir de dinámicas de auto-organización, competencia y cooperación. (Gil-Bolívar, 2016)

Es fundamental investigar la tendencia de compra de clientes, para identificar con qué frecuencia requieren la mercancía, para mediante la utilización de los elementos tecnológicos, ofrecerles los productos antes de que ellos los soliciten.

El nuevo punto de vista que tiene el gerente y la parte administrativa es seguir incrementando sus ventas e incentivando a los empleados para que presten el mejor servicio de la zona. De acuerdo a lo recomendado, la perspectiva que tiene la compañía, es vender sus productos por medio de la tecnología, como lo sería una buena página web que incluya e-commerce y redes sociales que incentiven a la comunidad a visitar esta compañía.

El tema principal que tratamos fue el mejoramiento del servicio al cliente pues este es efectivo pero no eficiente, falta darle las herramientas a los empleados por medio de capacitaciones para que los consumidores entiendan las características del producto y se vayan satisfechos.

Eléctricos J.J usa el programa J3 System para el manejo de inventarios, sin embargo, es necesario entrenar una persona que controle los inventarios que tiene la compañía por su referencia, costo, ubicación en bodega para Picking (Voice Picking o Picking to voice) y por lo tanto, proporcionar toda la información de productos disponibles a la aplicación y su reposición en inventarios, Desarrollar una nueva modalidad de ventas, implica un estricto control de las cantidades disponibles para no incurrir en incumplimientos y contar con el aprovisionamiento necesario, para que los clientes no migren a la competencia.

La empresa debe adaptar la utilización de nuevas tecnológicas como lo es la aplicación o la página web, la cual debe de estar certificada y asegurada para evitar cualquier tipo de fraudes electrónicos.

Después de haber mirado todos los factores para la realización de este proyecto, llegamos a la conclusión que una de las limitaciones con la que cuenta esta compañía es que no aplica el uso de las tecnologías dentro de la empresa, sin embargo llegamos a un acuerdo con la parte administrativa en la cual consiste aplicar este uso e incorporar la empresa a las redes sociales con diferentes actividades la cual tendrá como fin poder incentivar a sus clientes.

## 12. Conclusiones

1. Eléctricos JJ ha tenido un crecimiento importante en los años 2017 y 2018, sin embargo, el nivel de crecimiento puede mejorar si se implementan innovación tecnológica, por medio del diseño de una tienda e-commerce para celular, página web con catálogo de productos, WhatsApp para compras de pedidos y atención al usuario y redes sociales (Facebook e Instagram), lo que contribuye a alcanzar el objetivo propuesto de un incremento en el 18% de las ventas con relación al año 2019 y adicionalmente una mejora en su flujo de caja al incrementar la participación de las ventas a contado sobre las ventas a crédito de un 48,2% a un 55%.
2. La capacitación a los empleados en el manejo de la página web con tienda e-commerce, es otra estrategia clave, en razón a que el servicio pre, durante y post venta es fundamental para constituir unos vínculos de lealtad con nuestros clientes.
3. El ofrecimiento por parte de los empleados de productos amigables con el medio ambiente, tales como las bombillas ahorradoras, contribuyen a una mejor proyección de responsabilidad social de la compañía.

### 13. Referencias

- Molina, G. (11 de 04 de 2019). Gestionar. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/planes-de-mejora/>
- Valls, A. (02 de Marzo de 2018). Ferretería y Bricolaje. Obtenido de <https://ferreteria-y-bricolaje.cdecomunicacion.es/reportajes/25785/5-consejos-para-que-los-clientes-recuerden-tu-ferreteria>
- Software ISO. (2015). *Cómo elaborar un plan de mejora continua*. [online] Available at: <https://www.isotools.org/2015/05/07/como-elaborar-un-plan-de-mejora-continua/> [Accessed 20 May 2019].
- compañía., I. (2018). *Importancia de contar con un plan de mejoramiento empresarial en la compañía*. - Centro Jurídico Internacional. [online] Centro Jurídico Internacional. Available at: <https://acolombianlawyers.com/noticias/2018/10/29/importancia-de-contar-con-un-plan-de-mejoramiento-empresarial-en-la-compania/> [Accessed 22 May 2019].
- DEVICENCI, A. (16 de Agosto de 2019). *CRONISTA*. Obtenido de <https://www.cronista.com/apertura-negocio/empresas/El-sector-ferretero-crece-de-la-mano-del-e-commerce-20190816-0004.html>
- Economiatic. (08 de Junio de 2018). *Economiatic*. Obtenido de <https://economiatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/>
- Gil-Bolívar, F. A. (2016). ¿Cómo prepararse para el futuro en la gestión empresarial? Cuadernos Latinoamericanos de Administración Número - XII Volumen 23, 32-33. Obtenido de <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2113/1591>
- Josep. (27 de Abril de 2020). *Websitetoolester*. Obtenido de <https://www.websitetoolester.com/es/opiniones/wix/precios/>
- OCAMPO, A. M. (23 de Julio de 2018). Fierros. Obtenido de <https://fierros.com.co/blog/ferreteria-samir/regresa-a-barranquilla-evento-innovador-del-sector-ferretero/>
- FIERROS, E. (10 de 03 de 2017). Fierros. Obtenido de <https://fierros.com.co/noticias/como-influye-el-servicio-al-cliente-en-su-ferreteria/>

#### 14. Lista de anexos (Enuncie con literales)

##### Anexo 1. Soporte de información sobre ventas:

##### Ventas 2016

Cuenta	Nombre Cuenta	S.C.C	Saldo Anterior	Debitos	Creditos	Nuevo Saldo
	41 INGRESOS OPERACIONALES		0	30,447,508	540,412,479	509,964,971
	4135 CIO. AL POR MAYOR Y POR MENOR		0	0	540,412,335	540,412,335
	413595 VENTA OTROS PRODUCTOS-MATE ELE		0	0	540,412,335	540,412,335
	41359505 Ventas Contado 16%		0	0	268,069,800	268,069,800
	41359510 Ventas Credito 16%		0	0	272,342,535	272,342,535
	4175 DEVOLUCION Y DESCUENTOS EN VEN		0	30,447,508	144	-30,447,364
	417505 DEVOLUCIONES EN VENTAS		0	30,447,119	0	-30,447,119
	41750505 Devolucion En ventas Contado 16%		0	9,613,978	0	-9,613,978
	41750506 Devolucion En ventas Contado 19%		0	9,664	0	-9,664
	41750510 Devolucion En ventas Credito 16%		0	20,823,477	0	-20,823,477
	417510 DESCUENTOS EN VENTAS		0	389	144	-245
	41751005 Descuentos En Ventas		0	6	97	91
	41751010 Descuentos Financieros		0	369	47	-322
	41751015 Descuentos Pronto pago		0	14	0	-14

### Ventas 2017

Cuenta	Nombre Cuenta	S.C.C	Saldo Anterior	Debitos	Creditos	Nuevo Saldo
41	INGRESOS OPERACIONALES		0	21,529,896	615,008,562	593,478,666
4135	CIO. AL POR MAYOR Y POR MENOR		0	0	615,008,562	615,008,562
413595	VENTA OTROS PRODUCTOS-MATE ELE		0	0	615,008,562	615,008,562
41359506	Ventas Contado 19%		0	0	296,339,503	296,339,503
41359510	Ventas Credito 16%		0	0	90,386	90,386
41359511	Ventas Credito 19%		0	0	318,578,673	318,578,673
4175	DEVOLUCION Y DESCUENTOS EN VEN		0	21,529,896	0	-21,529,896
417505	DEVOLUCIONES EN VENTAS		0	21,525,403	0	-21,525,403
41750506	Devolucion En ventas Contado 19%		0	5,205,515	0	-5,205,515
41750511	Devolucion En ventas Credito 19%		0	16,319,888	0	-16,319,888
417510	DESCUENTOS EN VENTAS		0	4,493	0	-4,493
41751010	Descuentos Financieros		0	4,493	0	-4,493

### Ventas 2018

Cuenta	Nombre Cuenta	S.C.C	Saldo Anterior	Debitos	Creditos	Nuevo Saldo
	41 INGRESOS OPERACIONALES		0	23,784,201	967,321,218	943,537,017
	4135 CIO. AL POR MAYOR Y POR MENOR		0		0 967,321,218	967,321,218
	413595 VENTA OTROS PRODUCTOS-MATE ELE		0		0 967,321,218	967,321,218
	41359506 Ventas Contado 19%		0		0 400,099,577	400,099,577
	41359510 Ventas Credito 16%		0		0 0	0
	41359511 Ventas Credito 19%		0		0 567,221,641	567,221,641
	4175 DEVOLUCION Y DESCUENTOS EN VEN		0	23,784,201		0 -23,784,201
	417505 DEVOLUCIONES EN VENTAS		0	23,584,201		0 -23,584,201
	41750506 Devolucion En ventas Contado 19%		0	6,444,992		0 -6,444,992
	41750510 Devolucion En ventas Credito 16%		0	1,581,198		0 -1,581,198
	41750511 Devolucion En ventas Credito 19%		0	15,558,011		0 -15,558,011
	417510 DESCUENTOS EN VENTAS		0	200,000		0 -200,000
	41751005 Descuentos En Ventas		0	200,000		0 -200,000
	41751010 Descuentos Financieros		0	0		0 0

## Anexo 2. Imágenes



<sup>1</sup> Trabajo de grado para obtener el Título de Profesional en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020



