INFORME COMO AUXILIAR EN NEGOCIACION, ASISTENCIA Y SERVICIOTECNICO STC, EN EL AREA DE VENTAS EN LA PLANTA DEENVIGADODE LA EMPRESA CONTEGRAL S.A.

CAMILO CANCINO GOMEZ

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador de empresas agropecuarias.

ASESOR:
JHON ALEXANDER ATEHORTUA GRANADOS
ECONOMISTA

CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AGROPECUARIAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
ANTIOQUIA
2011

AGRADECIMIENTOS

- ✓ Al Señor **Oscar Restrepo** por su tiempo y su paciencia.
- ✓ A **Carlos Andrés Pérez** por su amistad y su forma de hacer el trabajo divertido**.**
- ✓ A **Andrés Cardona** por su comprensión y su gracia.
- ✓ A **Andrés Moreno** por su entendimiento y su colaboración.
- ✓ A **Luz Marina Sánchez** por su comprensión y su ayuda a la adaptación.
- ✓ A **Walter Tejada** por su amabilidad, por participarme de su metodología.
- ✓ A **Víctor Rodríguez** por compartir su talento y su humor.
- ✓ A **Jair Ramírez** por su metodología y su comprensión.
- ✓ A **José Alexis Jiménez** por sus ilustraciones y su paciencia.
- ✓ Al Señor **Francisco Gómez** por su amistad, su apoyo, su comprensión, su experiencia y compartir sus virtudes con mi persona.
- ✓ A **Carlos Sierra** por su amistad, su inteligencia y sus consejos.
- ✓ A **Sara Cadavid** por su alegría, su chispa y su comprensión.
- ✓ A **Jhon Alexander Atehortua** por su conocimiento y su apoyo.
- ✓ A **Paola Paulin** por su paciencia, su amor, inmenso Cariño, su incondicional apoyo y su lealtad.

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCION 10

1. JUSTIFICACION 12

1.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO12

1.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO12

1.3 LIMITACIONES13

2. OBJETIVOS14

2.1 OBJETIVO GENERAL 14

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 14

3. MARCO TEORICO 15

3.1 ANALISIS TECNICO-COMERCIAL DE LA LINEA DE DISTRIBUCION DE CONTEGRAL S.A PLANTA ENVIGADO 15

3.2 DISTRIBUIDORES 15

3.3 CLASIFICACION DE LOS DISTRIBUIDORES 15

3.3.1 Comerciantes Intermediarios15

3.3.2 Detallistas15

3.3.3 Mayoristas16

3.3.4 Agentes Intermediarios 16

3.4 IMPORTANCIA DE LOS INTERMEDIARIOS16

4. METODOLOGIA Y DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE LA PRÁCTICA 17

Pág.

4.1 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS 18

4.2 ANALISIS 21

4.2.1 Cuadro Comparativo 21

5. RESULTADOS 24

5.1 APORTES DEL PRACTICANTE 24

5.1.1 A La Organización 24

5.1.2 A La Institución 24

6. CONCLUSIONES 26

7. RECOMENDACIONES 27

7.1 A LA INSTITUCION 27

7.2 A LA ORGANIZACIÓN 27

BIBLIOGRAFIA 28

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1 Comparativo de Aplicabilidad a la Teoría Aprendida en el Plantel 22

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1 Organigrama	11
Ilustración 2 Puntos de Venta CONTEGRAL visitados en el Departamento	23

GLOSARIO

STD: (ServicioTécnico de Distribución); son técnicos vinculados indirectamente con Contegral, y que se encuentran en cada una de las distribuidoras para prestar servicio técnico focalizado, son veterinarios y atienden a todo tipo de explotaciones clientes del almacén al que están asignados, el pago de su salario está a cargo en un 50% **Contegral S.A** y 50% el distribuidor.

LECHE 2000: Es el aplicativo en Excel de la línea de ganadería que evalúa parámetros y da seguimiento a las fincas lecheras.

PRT: Es el aplicativo en Excel de la línea de Porcicultura que evalúa parámetros y da seguimiento a las granjas porcicolas.

PAC: punto de atención al cliente, dispositivo de atención de servicios bancarios básicos y transferencias.

RESUMEN

En el equipo del departamento de ventas de CONTEGRAL S.A, visitando los clientes de las marca en todo el departamento, brindando asesoría en el manejo de sus explotaciones, haciendo seguimiento y retroalimentando en el progreso productivo del cliente según su explotación (ganadería, porcicultura, postura, pollo de engorde, acuacultura, equinos), en los puntos de venta de la compañía, estableciendo programas de crecimiento, evaluando presencias en la zona e inyectando motivación a los distribuidores brindando y renovando herramientas para competir con calidad y eficiencia en servicio. (Hay que pensar los problemas que se tendrían si no hubiera intermediarios detallistas en las poblaciones del país para las casas comerciales de alimentos concentrados: almacenes agropecuarios, supermercados, graneros, tiendas veredales.)

ABSTRACT

Being part of the sales and technical support team at CONTEGRAL S.A, I was always travelling around the region, meeting new and very different people each day, I was in charge of developing marketing strategies for livestock producers and animal feed distributors in order to keep them motivated, since they are the most important food suppliers of Colombian people, I'm talking about Milk, Pork meat, Beef, Chicken, Eggs, most of the forms of animal protein consumed in Colombia. (Everyone has to think about the issues we could face if costumers didn't have third parties located in the most isolated regions of the country to supply the small producers in the name of the livestock feed companies, by supermarkets, barn stores, shops.)

INTRODUCCION

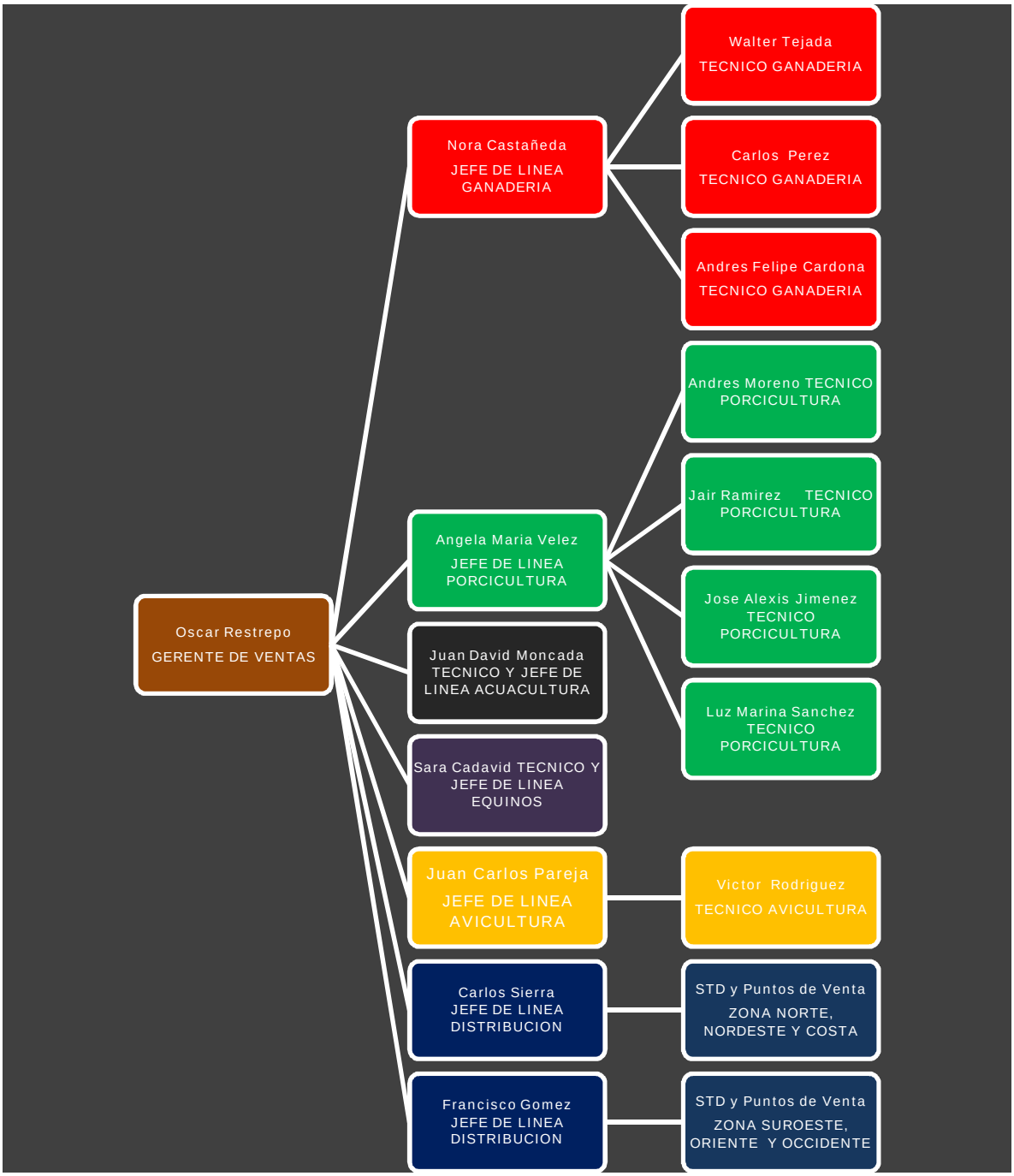
La dependencia de la organización se denomina *Departamento de Ventas*, su función es regular todas las actividades referentes a soporte técnico en las diferentes regiones de Antioquia, que contienen explotaciones pecuarias que consumen alimento marca Contegral y/o Tulipán así como la red de distribuidores existente en los municipios, así como el desarrollo de mercadeo para el manejo de la información de los sectores y la competencia. Se encuentra a cargo del Sr. Oscar Eduardo Restrepo, cuyo cargo es Gerente del Departamento de Ventas, además cuenta con quince empelados más cuyos nombres y cargos se mencionan a continuación:

- ✓ **Nora Castañeda.***Jefe de Ganadería*.
- ✓ **Walter Tejada.***Técnico de Ganadería.*
- ✓ **Carlos Andrés Pérez.***Técnico de Ganadería*.
- ✓ **Andrés Felipe Cardona.***Técnico de Ganadería*.
- ✓ **Ángela María Vélez.***Jefe de Porcicultura.*
- ✓ **Andrés Felipe Moreno.***Técnico de Porcicultura.*
- ✓ **Jair Ramírez.***Técnico de Porcicultura.*
- ✓ **José Alexis Jiménez.***Técnico de Porcicultura.*
- ✓ **Luz Marina Sánchez.***Técnico de Porcicultura.*
- ✓ **Juan Carlos Pareja.***Jefe de Avicultura.*
- ✓ **Víctor León Rodríguez.***Técnico de Avicultura.*
- ✓ **Francisco Luis Gómez.***Jefe de Distribución.*
- ✓ **Carlos Ignacio Sierra.***Jefe de Distribución.*
- ✓ **Sara Cadavid.** *Jefe y Técnico de Equinos.*
- ✓ **Juan David Moncada.***Jefe y Técnico de Acuacultura.*

La importancia de esta área comercial radica en el volumen de información que se encuentra contenido en la misma, en la que destacan: bases de datos de clientes de cuya existencia se remonta en muchos casos al origen de la empresa, explotaciones de todos los tipos como por ejemplo clientes directos, clientes indirectos por distribución, distribuidores, grandes, pequeños y medianos.

Otro detalle que se puede destacar de esta dependencia es la alta calidad del servicio que presta esta empresa en las diferentes líneas comerciales, además de la rapidez y precisión con que se ejecutan las tareas de desarrollo de mercado y mantenimiento de clientes.

Ilustración 3 Organigrama



Como practicante me ubicaría debajo de los Técnicos de las líneas, pero con dependencia directa del señor Oscar Restrepo.

1. JUSTIFICACIÓN

1.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO

Los objetivos han sido planteados con el ánimo de maximizar el aprendizaje en el escenario didáctico, del campo de acción en el programa Administración de Empresas Agropecuarias, enfatizando en cada uno de los componentes vistos en las líneas de énfasis de Negociación, y así también en la parte técnica compuesta por los diferentes cursos de producción pecuaria. Para la consecución de dichos objetivos, se recurrirá a las diferentes herramientas técnicas y administrativas que tanto dentro de la Corporación como a nivel extracurricular, contribuyeron en este culminante proceso de formación profesional. Lo que será de gran utilidad y aplicación en lo más importante y principalmente la base de este periodo de aprendizaje, que es el acompañamiento del equipo de profesionales técnicos que tiene el área de ventas y servicio técnico de CONTEGRAL S.A. Esto me brinda una gran oportunidad, ya que las prácticas empresariales actualizan al futuro profesional sobre la realidad del trabajo que le tocará realizar en el futuro.

El portafolio de productos de CONTEGRAL S.A, se basa de alimentos concentrados comerciales, que a su vez se dividen en líneas productivas para satisfacer las necesidades de cada explotación pecuaria, individualizando la oferta para cada tipo de demandante, según su perfil y sus requerimientos. Las líneas son: PORCICULTURA, GANADERIA, SALES MINERALES, POSTURA, POLLO DE ENGORDE, EQUINOS, MASCOTAS, ACUACULTURA y CUNICULTURA**.**

Todo esto soportado con un excelente plan de servicio técnico, que en este caso es el foco de cumplimiento de los objetivos prescritos.

1.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

Frases como: *"CONTEGRAL hace mejor al campo Colombiano",* y *"Animales CONTEGRAL no comen, se alimentan"* exponen el evidente compromiso de la empresa con la estabilidad social y económica de los sectores y sus productores, sin discriminar tamaño, ubicación, estatus social u otro tipo de condicionantes que a menudo se ven en esta sociedad de consumo de los modelos capitalistas.

La principal meta es incorporar al proceso de formación de Administración de Empresas Agropecuarias, todo este compendio de cualidades que inyectan valor agregado a los productos CONTEGRAL, y aprender lo que más se pueda del equipo del servicio post venta, y su líder el señor Gerente de Ventas, así también en producción en las áreas de formulación y producto terminado.

1.3 LIMITACIONES

Existen una serie de limitaciones a las cuales se harán frente durante el desarrollo del proceso de práctica y aprendizaje que progresivamente serán descritas; normalmente las mismas se encuentran enmarcadas dentro de aspectos físicos, financieros, de tiempo y humanos.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr que por medio del proceso de práctica entrar en contacto con las diferentes actividades de campo que ofrece la interacción comercial y técnica en las líneas de la empresa, junto con su portafolio de productos, que se tendrá que desarrollar en el ejercicio de día a día, en tan variadas locaciones, permitiendo la adquisición de experiencias y destrezas que no se obtienen en el aula.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Incorporar a mi perfil profesional el mejoramiento de la trazabilidad de los productos agropecuarios vendidos por CONTEGRAL S.A.
- ✓ Fraternizar con los distintos participantes de las actividades comerciales del sector
- ✓ Asumir responsabilidades en las tareas a realizar durante el periodo de la práctica.
- ✓ Finalizar con éxito la práctica para dejar una imagen excelente de la Corporación Universitaria Lasallista.
- ✓ Ayudar para la elaboración de procesos operativos para las nuevas estrategias de ventas.
- ✓ Obtener la mayor destreza posible en el desenvolvimiento del trabajo asignado profundizando en la prospectacion y reclutamiento de clientes.
- ✓ Alcanzar un alto nivel de comunicación con los usuarios que necesiten atención.
- ✓ Adoptar el conocimiento técnico constituido en cada una de las líneas.

3. MARCO TEORICO

3.1 ANALISIS TECNICO-COMERCIAL DE LA LINEA DE DISTRIBUCION DE CONTEGRAL S.A PLANTA ENVIGADO

El canal de distribución es el secreto y la clave en el éxito de los negocios y ni en este caso ni en ninguno se puede dejar languidecer. Aún antes que un bulto de concentrado esté listo para introducirlo en el mercado, ¿los directivos deberían determinar cuáles métodos y medios emplearán para hacérselo llegar? Ello supone establecer estrategias para los canales de distribución del producto y la distribución física.

3.2 DISTRIBUIDORES

La propiedad del producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que en este caso es Contegral S.A que lo elabora, al consumidor que lo necesita y lo compra.

La función de la distribución consiste en hacer llegar su producto a su mercado meta. La actividad más importante para lograr esto es arreglar su venta de la casa comercial al consumidor final. Otras actividades comunes son promover el producto, almacenarlo y correr parte del riesgo financiero durante el proceso de distribución.

Un intermediario o distribuidor Contegral es una empresa o persona que por medio de un punto de venta, llámese almacén o bodega da servicios relacionados directamente con la compra del producto, al fluir éste de la planta al consumidor. El distribuidor posee el producto en algún momento o contribuye activamente a la transferencia de la propiedad.

3.3 CLASIFICACION DE LOS DISTRIBUIDORES

3.3.1 Comerciantes intermediarios. Obtienen la propiedad de los productos que contribuyen a comercializar. Se dividen en:

3.3.2 **Detallistas.** Compran volúmenes altos de mercancía para venderlos de uno en uno. Las mercancías son vendidas para uso familiar o personal. Existe gran variedad de productos en el mismo establecimiento, precio accesible, promoción y publicidad compartida con la casa comercial. (Ej.: Mi Punto Agropecuario y Agrocauca).

3.3.3 Mayoristas. Compran y venden grandes cantidades de mercancías para venderlas a tiendas de menudeo y otros comercios. (Plaza mayorista de Medellín)

3.3.4 Agentes intermediarios. Nunca obtienen la propiedad de los productos, pero arreglan la transferencia de la misma. (Ej.: Códigos especiales de distribución virtual)

3.4 IMPORTANCIA DE LOS INTERMEDIARIOS (Línea de Distribución)

A veces podemos suprimir los intermediarios en los canales, pero no siempre logran disminuir los costos o aumentar los beneficios.

Los intermediarios llevan a cabo las actividades de distribución con mayor eficiencia o con un costo más bajo que los fabricantes o consumidores. Rara vez conviene que el fabricante (la Planta) trate directamente con los consumidores finales, a menos que este signifique un volumen tal de consumo que amerite esta situación por la dilución de los costos complementarios a las transacciones.

Los distribuidores cumplen la función de agentes de compras para sus clientes dan servicios unos a otros. Tanto los proveedores como el público en general se benefician de los servicios de almacenamiento de los intermediarios, de su capacidad de dividir grandes embarques en cantidades más pequeñas para la revente de su conocimiento del mercado.

4. METODOLOGIA Y DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE LA PRÁCTICA

En mi paso por Contegral S.A he tenido oportunidad de ver, sentir y presenciar cualquier cantidad y clase de atmosfera de negociación en la cual se evidencia compañerismo entre los miembros del STC ”Servicio Técnico Contegral”, pero hay algo que salta y llama mi atención con respecto al cooperativismo entre la línea de distribución y el personal de las otras líneas, pues según comportamiento y ética comercial estos deberían de respetarse los individuos prospecto, más claramente exponiéndolo así: existe un tope de consumo en el cual las personas que compran alimento para sus animales en las distribuidoras, empiezan a ver la posibilidad de codificarse como clientes directos en la empresa retirando así su consumo de los puntos de venta en los pueblos de Antioquia. Esto afecta enormemente al canal de distribución y a sus miembros entiéndase dueños de puntos de venta, empleados directos e indirectos, y jefes de la línea misma, estableciendo una competencia implícita originalmente pero que con el tiempo puede deteriorar el desempeño organizacional del departamento de ventas.

Cuando la fuerza comercial alcanza sus límites y resulta imposible aumentarla, la opción es crear y desarrollar un canal comercial y de soporte para revitalizar el canal de distribución y volver a ocupar un puesto privilegiado para el distribuidor.

Entonces planteo este trabajo como la presentación de una propuesta para fortalecer la línea de distribución en Contegral S.A. que representa las caras de la empresa y puertas abiertas al público.

Los productos marca Contegral son muy buenos, de esto no hay duda, pero esto no es lo más importante. Para empezar, no sé por qué gastaron tanta energía en captarnos en su red de distribución para luego dejarnos abandonados como colillas. No saben más que vigilar si cumplimos las previsiones. La frase corresponde a una declaración dada por un distribuidor en un comentario suelto que hizo en una conversación libre.Todo esto con respecto a la deserción de clientes por una de las mil razones que dentro de su juicio comercial y financiero ellos ven. Lo que más adelante se irá detallando.

Seamos honestos y pongamos las cartas sobre la mesa: no podemos crecer si no oxigenamos el canal. Por otro lado, los objetivos como espectador de esta situación los planteo y son: ampliar la red de distribuidores en las poblaciones más grandes y en las áreas de menor cobertura, identificar mejor las necesidades del canal, mejorar los servicios prestados al canal, sentar las bases para poder fidelizar al canal de distribución. Por ahora se plantea esta situación como una oportunidad para hacer la línea de distribución más fuerte que antes y hacer de esto un proyecto de grado.

4.1 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

El proceso de ejecución de la practica comienza con el ingreso del alumno a la organización en calidad de espectador, para luego ser ubicado por medio del gerente de ventas en el departamento de ventas y servicio técnico, en el cual se halla la variedad de las líneas en una de las cuales *(distribución)* su actividad se adapta particularmente a la especialidad del mismo.

En el periodo de 6 meses se han dispuesto las actividades en todo tipo de órdenes sin discriminación o limitación cronológica, hay días de hasta 16 horas de trabajo, pues así el trabajo de los técnicos, además todas han sido realizadas de una forma satisfactoria y de la manera siguiente:

Mantenimiento preventivo y correctivo de explotaciones lecheras mediante la renovación de las datos de producción y consumos de alimento; análisis exhaustivo, elaboración de planes alimentarios para el ganado, eliminación de actividades ociosas y entrega de recomendaciones. Todo esto realizado con la ayuda de herramientas administrativas como LECHE 2000.

Copia de los respaldos de las bases de datos en unidades portátiles de cada técnico para su seguimiento. Esta actividad se hace cada que se hace labor de registro en las granjas de cualquier línea, con su respectivo programa.

Sondeo comercial y censo de clientes, y toneladas de la zona en ambos canales (*directo y distribución*) permitiendo así la actualización de las bases de datos de la empresa.

Otra actividad diaria que se puede destacar es la recepción y escucha a la descarga de las opiniones y sentimientos de los clientes y trabajadores de estos, para retroalimentación y proyección en las granjas que no cuentan con los parámetros productivos satisfactorios, para eso está el servicio técnico de Contegral, para ayudar en el manejo y educar en cierta medida cuando por otros medios en las granjas la oportunidad de obtener información es demasiado baja.

Entrega y seguimiento de registros, evaluación de aplicación de recomendaciones en cada visita. Contegral elabora fichas de registro en todas las explotaciones y las entrega gratuitamente y sin limitantes a sus clientes de acuerdo a sus necesidades: *Pollo de Engorde, Postura, Gestación en Cerdas, Ceba de Cerdos, Pre cebo, Servicios y repeticiones en Ganadería.*

Entrega e instalación de exhibidores de alimento de mascotas en los puntos de venta por parte de los jefes de distribución. Este elemento sirve de medio de almacenamiento para los productos anteriormente expuestos, y en caso de ser no

ser aprovechado comercialmente, o el punto de venta no demuestre crecimiento en la línea de mascotas, se dispone a reclamarlo.

Al trabajar con el canal directo y los técnicos de cada una de las líneas, se visitaban los puntos de venta en los municipios y se visitaba en conjunto con el STD del almacén para acompañar y apoyar su trabajo así como reforzar la presencia del soporte de la empresa en la región y estos personajes se sientan acompañados.

Apoyo en charlas educativas que programa el servicio técnico Contegral, estas charlas se dan en los diferentes municipios y veredas de Antioquia, organizadas por el jefe de Distribución de cada zona y dictadas por los técnicos de Contegral a los trabajadores, técnicos de puntos de venta "STD", clientes y demás personas interesadas en aprender sobre un tema o situación en particular que afecte su granja o explotación.

Diseño y programación de construcción y/o acondicionamiento de granjas para personas que desean incursionar en la porcicultura por medio de los técnicos y el jefe de línea de Porcicultura.

Diseño y programación de construcción de galpones para personas que incursionan en la avicultura separadamente en sus modalidades, levante de pollas, postura y pollo de engorde, así como también codornices, por el jefe de línea y el técnico de Avicultura.

Incorporación de nuevos distribuidores en los municipios sin uno de ellos, o de adicionales distribuidores en municipios que no se ve crecimiento y que ya tengan distribuidores:

- ✓ Censo de tonelaje TOTAL, en el municipio, mesura de mercado.
- ✓ Censo de tonelaje de la competencia en el municipio *(Finca, Solla, Italcol, Cipa, Nutrilisto, Agrinal, Concentrados del Norte……)*
- ✓ Censo de tonelaje Contegral/Tulipán en el municipio.
- ✓ Diagnostico de crecimiento o decrecimiento
- ✓ Consulta con el distribuidor posibles estrategias de expansión y aumento comercial y razones de deserción de clientes en caso que sea dado esto.
- ✓ En caso de no haber aumento del volumen vendido por el distribuidor se procede a buscar un nuevo distribuidor para cubrir ese volumen faltante en la capacidad de captación de mercado de la línea.
- ✓ Evaluación del posible nuevo distribuidor, entrega de portafolio de productos, entrega de papelería de codificación (Bienvenida a Contegral, carta de renuncia a la marca, boleta de firmas, formulario de vinculación)
- ✓ Capacitación en la elaboración de pedidos y entrega de solicitudes de pedido.

Elaboración de programa liquidador de pedidos, esto para automatizar las órdenes de pedido de producto en los puntos de venta de mucho movimiento y en los cuales el dueño o encargado no tiene el tiempo o muchas veces la capacidad intelectual para liquidar un pedido manualmente, todo se haría en el PC del establecimiento, en el programa Microsoft Excel. Este proceso se hizo de manera estándar (instalación completa del sistema, sirve para todos los clientes que lo deseen).

Seguimiento productivo de granjas porcicolas con el avanzado programa PRT, que establece todo tipo de programación con respecto a consumos, pariciones, inventarios y requerimientos de reemplazo de animales.

Plenarias los primeros viernes de cada mes, que es la reunión de todas las líneas y sus miembros con el gerente de ventas, para evaluar y poner en común puntos de vista sobre el desempeño del mes que paso, análisis del sector, precios de productos terminales de las explotaciones, noticias sobre materias primas, etc.

Corrección y colaboración en conflictos de intereses entre distribuidores y consumidores directos, así como colaboración en la logística de cargue de producto en la planta.

Programación en la pintura y entrega de publicidad a distribuidores nuevos, por medio del pintor asociado a la empresa, para mantener la imagen corporativa y las caras de la empresa al público impecable, esta actividad se hace de la siguiente manera:

- ✓ Se programa la visita del pintor al municipio por parte del jefe de distribución.
- ✓ Se escoge y evalúa el diseño que el distribuidor quiere incorporar a su local.
- ✓ Se procede con la pintura del establecimiento.
- ✓ Se hace la facturación del trabajo, el distribuidor la paga y remite el costo al jefe de distribución para la bonificación del valor, en producto. Esta bonificación se da a un máximo del 16% del valor del producto cada mes hasta completar el valor del servicio.

Reuniones de jefes de línea para programar semanas. Actividad que se hace todos los lunes.

Los sábados se llevan a cabo reuniones de línea, para programar visitas de la semana a venir, evaluar visitas y recomendaciones de la semana que paso y entregar cuentas de gastos de viáticos de los técnicos a jefes de línea.

Se elaboran estrategias de incorporación y redistribución de técnicos STD en los municipios para aumentar la cobertura de este talento humano y mejorar la calidad del servicio a los clientes de Contegral S.A

4.2 ANALISIS

4.2.1 Cuadro comparativo

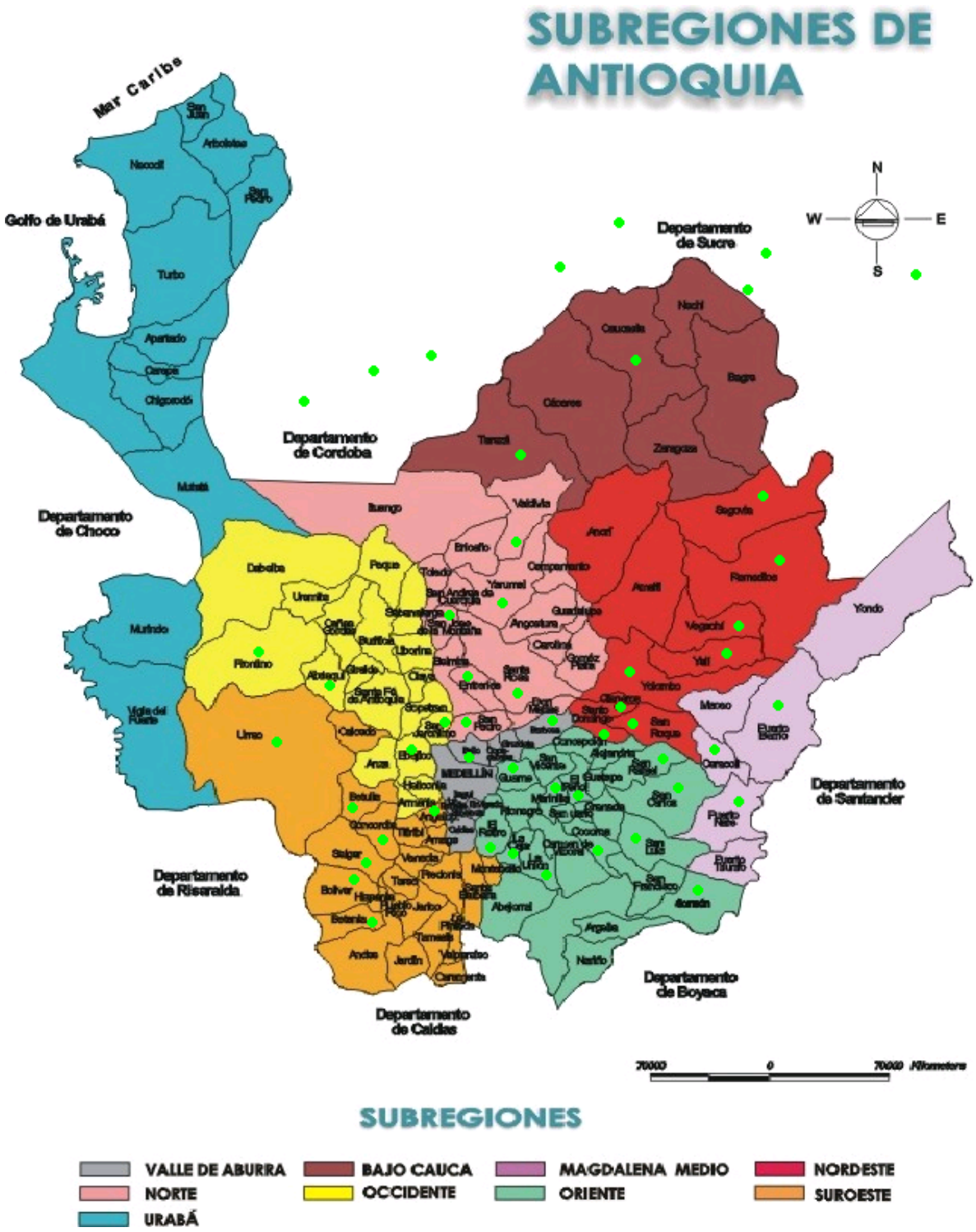
Aunque se tenía desconocimiento sobre muchas de las explotaciones que son objeto de mercado de Contegral S.A el practicante fue instruido por cada uno de los técnicos de forma constante y paciente, para que esto no representara una limitante en el acompañamiento que el practicante les haría, por falta de experiencia esta actividad se hizo complicada al principio, generando algunos vacios menores, pero luego con el tiempo la práctica y el empeño, además de las actividades en la línea de preferencia y especialidad del estudiante (Distribución), todo fue dominado.

Para aumentar el grado de capacidad de aporte en el desarrollo de las actividades de la línea de Distribución y en general el paso del practicante por Contegral S.A, los jefes de distribución Francisco Gómez y Carlos Sierra se han dispuesto a capacitar al pasante y de esta manera reforzar los conocimientos previos que se tenía sobre esta actividad, permitiéndole elaborar una capacitación para sensibilizar los distribuidores y más adelante a los consumidores del canal directo, sobre las causas de la variación en los precios de los alimentos concentrados. Siendo esto un aporte altamente bienvenido por los distribuidores y sus diferentes empleados, al punto que el practicante fue invitado a hablar del tema en la emisora local, por empleados de la empresa Unilac en el municipio de La Unión Antioquia. La presentación de la charla se envió en copia a cada uno de los técnicos para complementar su portafolio de capacitaciones y ayudar en el sostenimiento de los clientes.

Tabla 2 Comparativo de Aplicabilidad a la Teoría Aprendida en el Plantel

LO APRENDIDO EN EL PLANTEL	LO PUESTO EN PRACTICA EN LA ORGANIZACION
Sistemas de Información de Mercados, segmentación de clientes.	Este conocimiento fue adquirido en la institución y aplicado en la organización durante el periodo. (creando oportunidades de mercado para la empresa y manteniendo actitud para nuevas ideas)
La Ética Empresarial, el curso de la información.	Este conocimiento fue aprendido en la organización.(reconociendo el valor de la información y manejando la tolerancia)
Presupuestos	Este conocimiento fue ampliado en la empresa. (Elaborando estrategias, de mercado siendo espectador en las proyecciones de ventas)
Técnicas Pecuarias	Este conocimiento fue adquirido en la empresa. (Básicamente lo más importante y aplicado en el Servicio Técnico Contegral, en cada una de las líneas) Se aprendió sobre absolutamente todas las explotaciones que consumen alimento marca Contegral/Tulipán.
Alimentación y Nutrición Animal	Particularmente ampliado el conocimiento en la organización, la promoción de producto de acuerdo a los requerimientos nutricionales de las regiones y su poder adquisitivo.

Ilustración 4 Puntos de Venta CONTEGRAL visitados en el Departamento



5. RESULTADOS

5.1 APORTES DEL PRACTICANTE

5.1.1 A la Organización

Siempre buscando la nueva incorporación de clientes y el sostenimiento de los actuales, bajo la premisa de “un cliente contento trae consigo cinco más”, me gusto proponer a los jefes de distribución un sistema de facturación y pedido automatizado por medio de email, ya que he sido testigo de clientes que ven su trámite de pedidos y pagos complicado, puesto que es política de la empresa recibir la confirmación de consignación por fax antes de hacer el despacho, ya que muchas veces en los pueblos no hay servicio de fax, o no hay buena carga de energía, o está dañado el fax, o no hay banco para hacer la consignación, o el PAC está fuera de servicio o simplemente no hay corresponsales no bancarios, esto se puede complementar en primera medida con la creación de una base receptora de email exclusivamente para pedidos, y otra exclusivamente para confirmaciones de pago, pues el sistema de banca online permite hacer transferencias por internet y enviar confirmaciones a la dirección de correo electrónico deseada, esto ahorraría muchísimo tiempo y será más eficiente en este proceso de facturación y despacho, en vista de que los facturadores de la planta se encuentran en gran parte de su tiempo sentados frente a una pantalla.

Basándome en la experiencia que he tenido durante el periodo de prácticas en esta organización puedo explicar que ha sido una de las mejores oportunidades que se me ha otorgado para cumplir mis objetivos profesionales debido a que el grado exigencia va acorde con mi personalidad dispuesta a ofrecer cada día más de mí, y a obtener conocimiento y experiencia que me sirvan de soporte para mi crecimiento laboral y profesional. En el departamento de ventas el mensaje que me llevo de todo su personal, es: *TRABAJAR MAS SIGNIFICA, GANAR MÁS.*

5.1.2 A la Institución

Con respecto a la concepción que tengo de la institución y el personal que en ella labora considero idóneo agradecer la disponibilidad del mismo para atender las fallas del alumno.

Es conveniente tomar en cuenta que la calidad del alumno de la institución está en capacidad de aportar los conocimientos y experiencias para hacer de la mención un ente dinámico que se adapte a las exigencias de las organizaciones actuales, por ello es factible el hecho de tomar en cuenta los aportes de los estudiantes y

egresados de la Corporación Universitaria Lasallista, para aprovecharlos en procesos educativos posteriores.

Establecer el acompañamiento psicológico a los estudiantes en el transcurso de su programa para ayudarlos a definir su perfil y encaminarlos a hacer lo que aman y le gusta además de ser bueno en ello, porque nadie llega a ser exitoso, feliz o saludable a menos que haga algo que ame y le guste.

6. CONCLUSIONES

- ✓ El sector agropecuario colombiano es un sector del peso, es decir su liquidez y su rentabilidad dependen de la eficiencia con que se lleven a cabo todas las actividades en estas empresas, así como el acompañamiento a las personas que interactúan con ellas, son negocios con márgenes de rentabilidad muy bajitos pero con una oportunidad de rotación altísima además de ser productos de precios muy sensibles a la demanda.

- ✓ La fase de ejecución del periodo de práctica ha representado un complemento indispensable para la educación del alumno, debido a que le ha permitido aumentar la experiencia laboral, despertar sensibilidad a los mercados, conocer el contexto de la empresa y obtener una visión más amplia acerca de las actitudes que se debe tomar en una organización.

- ✓ Todas las actividades anteriormente expuestas se han cumplido satisfactoriamente, por ello se puede enfatizar que el proceso de práctica y mi paso por Contegral S.A ha sido provechoso al máximo para todo involucrado, como por ejemplo la institución cuya visión se ha cumplido un vez más, el alumno que ahora pasa a ser mano de obra capacitada y de calidad, y la organización por haber obtenido los servicios y aportes del practicante.

- ✓ Todo lo antes expuesto sumado a la culminación de la relación de aprendizaje con la organización y la próxima conclusión del vínculo académico tiende a considerar y desear como hecho factible la posibilidad de una próxima interacción del practicante y algunos de los entes (institución u organización), todo esto representado por un vínculo laboral con alguno de los mismos.

7. RECOMENDACIONES

7.1 A LA INSTITUCION

Aumentar las ofertas de programas de énfasis, pues esto ha demostrado ser clave en el perfil de un profesional y en la aplicabilidad de su carrera.

Esforzarse cada día más por ofrecer una educación de mayor calidad para los estudiantes.

Ofrecer perspectivas más amplias sobre todo realistas a los estudiantes acerca del campo laboral y situación salarial en el sector agropecuario para que posean una base cada vez más firme y de esta manera puedan adaptarse rápidamente al ámbito de trabajo.

Dedicarse a brindar mayor cantidad y calidad de conocimientos tecnológicos y científicos que hagan las veces de soporte y cultura general para la autonomía de los alumnos.

Mantenerse a la vanguardia en cuanto a las nuevas metodologías conforme a la especialidad, desechando el contenido arcaico e impartiendo tendencias más actuales de administración y mercadeo, diseño de software, tecnología variada, mantenimiento de clientes, análisis de sistemas productivos y unidades de negocio entre otros.

7.2 A LA ORGANIZACION

Seguir ofreciendo oportunidades de capacitación de mano de obra a los alumnos de las instituciones del país, por medio del proceso de prácticas.

No hay más que recomendar, solo sentirse agradecido por esta magnífica oportunidad que hace que un estudiante se sienta privilegiado de poder absorber conocimiento de un personal tan brillante como el que compone el departamento de ventas y servicio técnico de Contegral S.A

BIBLIOGRAFIA

PEREZ BUELVAS, Carlos Andrés. Manejo de Sanidad y Reproducción en Ganado Lechero: En: CAPACITACION A CLIENTES CONTEGRAL (4: 2011: La Unión)

FENAVI, La CEPAL y los Mercados Agrícolas: La volatilidad llego para quedarse. En: Revista AVICULTORES. No 182 (Marzo 2011); p 8 – 13

MORENO RESTREPO; Andrés Felipe. Tabla ejemplo de programación de salidas semanales [correo electrónico]. Mensaje enviado a Camilo Cancino. 7 de Mayo de 2011. [Citado el 17 de Junio de 2011]. Comunicación Personal

MONCADA MONTOYA, Juan David. Manejo Reproductivo y Sanitario en Granjas Piscícolas: En: CHARLA DE CAPACITACION A STD'S (6: 2011: Envigado)

ENTREVISTA con Oscar Eduardo Restrepo, Gerente de Ventas de la planta de Envigado de Contegral S.A. Envigado Enero 3 de 2011

ENTREVISTA con Carlos Ignacio Sierra, Jefe de la línea de Distribución de la planta de Envigado de Contegral S.A. Envigado Mayo 2 de 2011