

**LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO PLAN ESTRATÉGICO HACIA EL ÉXITO
CORPORATIVO DE FERRE EXPO**



AUTOR:

LAURA VALENTINA CIENDUA ESPINOSA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IBAGUÉ-TOLIMA

2021

**LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO PLAN ESTRATÉGICO HACIA EL ÉXITO
CORPORATIVO DE FERRE EXPO**



AUTOR:

LAURA VALENTINA CIENDUA ESPINOSA

DOCENTE:

MARTHA MILENA CUELLAR CHAVES

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IBAGUÉ-TOLIMA

2021

Resumen

Palabras clave

- Diagnostico empresarial
- Planeación
- Innovación tecnológica
- Tecnología
- Competitividad

Tabla de contenido

Introducción	5
Objetivos	6
Objetivo general:.....	6
Objetivos específicos:	6
Planteamiento del problema.....	7
Metodología	12
Análisis por áreas	15
Propuesta De Solución De Base Tecnológica.....	28
Pasos para la implementación.....	28
Justificación de la propuesta	29
¿Qué es?.....	30
¿Cómo funciona?	31
Conclusiones	39
Referencias Bibliográficas	41

Introducción

El proyecto a elaborar tiene como propósito determinar una propuesta de innovación tecnológica a la ferretería Ferre Expo, una empresa tolimense con más de 20 años de trayectoria en el mercado local de productos para la construcción.

Para alcanzar el objetivo se hará un análisis de todas las áreas de la empresa y un análisis de la misma en general, esto con el fin de poder identificar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, aspectos que serán tomados como fundamento y los cuales son claves en el diseño de la propuesta y el éxito de la misma.

Realizar una propuesta de innovación tecnológica implica la recopilación de suficiente información y herramientas que otorguen un soporte teórico y fidedigno, sobre lo que se está haciendo, es por eso que en el presente proyecto denominado “*La innovación tecnológica como plan estratégico hacia el éxito corporativo de Ferre Expo*” se incluyen teorías actualizadas de autores relevantes y herramientas con el fin de darle el mejor direccionamiento posible.

Finalmente, pero no menos importante, se pretende demostrar con el proyecto, el alcance que tiene la implementación de las tecnologías en las empresas y cómo éstas pueden determinar momentos de éxito en una compañía; ninguna empresa está exenta de innovar en cualquiera de sus áreas y el caso aplicado a Ferre Expo es una evidencia de ello.

Objetivos

Objetivo general:

Evaluar a profundidad las áreas que integran la organización, con particular enfoque en el desempeño del área de servicio de postventa de la organización Ferre expo, con la finalidad de identificar deficiencias y fortalezas administrativas que sirvan de base para la formulación futura de un plan de mejoramiento.

Objetivos específicos:

- Identificar el área con la problemática más recurrente en los últimos 12 meses de la compañía ferre expo.
- Establecer una propuesta de mejora que permita reducir el porcentaje de insatisfacción en el servicio postventa.
- Ejecutar la propuesta elaborada y evaluar periódicamente los resultados obtenidos.

Planteamiento del problema

En todas las empresas existen momentos de éxito como momentos de tropiezos y fracasos, éstos no son más que la representación de los errores atribuidos a factores externos o a aspectos a los cuales no se les practica un seguimiento y control adecuado.

El desarrollo de ciertas problemáticas dentro de una organización se han visto relacionadas con la ausencia de un plan de apoyo, baja eficiencia en procesos como las ventas, rendimientos nulos de los productos, aspectos que se han comportado como determinantes dentro del funcionamiento de una organización, que le impiden luchar contra los competidores de las demás empresas (Burgoa, 2011); Actualmente las organizaciones están involucradas en continuos cambios, que las condicionan a una adaptación constante, a causa de las recurrentes problemáticas que surgen dentro y fuera de ellas (Cristina, 2011), por lo que los constantes desafíos actuales de la economía hacen que se centre su atención, en el funcionamiento interno, el cual se ve configurado por diferentes panoramas, como lo han sido el desarrollo de la tecnología (TIC) y la globalización (Sanabria, 2007).

En el caso de Ferre Expo, una empresa dedicada a la comercialización de productos para la construcción, hay una serie de fortalezas que le han permitido mantenerse en el sector ferretero tolimense por casi 20 años, gozando de una posición privilegiada respecto a sus competidores y siendo siempre una alternativa confiable y de calidad para los distintos clientes del sector. A pesar de esto, cabe mencionar que también hay unas debilidades que deben ser foco de atención para los administrativos y tomar las medidas necesarias para eliminarlas.

Los aspectos a priorizar son aquellos sobre los que se tiene control, por lo tanto, la debilidad sobre la que se trabajará inmediatamente es el servicio posventa.

Pregunta problema ¿Cómo mejorar el servicio posventa a los clientes de Ferre Expo?

Marco Conceptual

Centrar la atención en el estudio de los competidores de una organización, permite, estudiar y analizar el nivel de rentabilidad que posee una empresa u organización dentro del mercado, puesto que el estudio sobre la comparación del desempeño de las organizaciones a nivel sectorial señalando sus diferencias, facilita la determinación de las capacidades con las que cuentan las organizaciones que trabajan en un mismo sector, y que en el mayor de los casos, con base en la señalización de los aspectos distintivos internos entre ellas, se logra explicar el comportamiento de la ventaja competitiva; cabe resaltar que a pesar de las distintas variables que se encuentran interactuando en el entorno económico externo, tales como la competencia y los cambios en las preferencias del consumidor, las cuales tienen un impacto directo en su competitividad, las variables internas, tales como la estrategia, la posición tecnológica y los sistemas de información de costos, tienen mucha mayor incidencia en este tipo de empresas, por lo que la capacidad de competencia de una empresa dependerá de la forma en que se administren los recursos que posea (Martínez & Mejía, 2018) es por tanto que análisis de los competidores con ayuda de herramientas como los diagnósticos organizacionales, establecimiento de matrices DOFA, y proposiciones de planes de mejoramiento, permiten aumentar la ventaja competitiva de la empresa así como su sustentabilidad, con base en la situación anteriormente expuesta a continuación encontrará una definición de los términos que se relacionan con el marco competitivo y el desarrollo organizacional exitoso de una empresa:

Diagnóstico empresarial

El diagnóstico empresarial es una herramienta sencilla y de gran utilidad, que tiene como objetivo conocer la situación actual de la organización y los obstáculos que impiden su crecimiento. El diagnóstico permite detectar las causas principales de los problemas, para de esta forma buscar medidas más efectivas y enfocarse en mejorar los procesos de cada área (Palma & Torres, 2019).

Planeación

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica, es así como los planes establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos, siendo la guía para que la organización obtenga y aplique los recursos para lograr los objetivos; y que los miembros de la organización desempeñen actividades y tomen decisiones congruentes con los objetivos y procedimientos escogidos (Salazar & Romero, 2006).

Innovación tecnológica

Las empresas, han orientado sus esfuerzos y recursos en transformar la organización en un sistema que les permita asumir los nuevos desafíos, todo esto, mediante la incorporación de tecnologías de gestión, como portadoras de nuevas capacidades, es así como el desarrollo tecnológico se pone de manifiesto por la progresiva incorporación, por parte de las empresas, de innovaciones en Informática (tratamiento y gestión de la información) y telecomunicaciones, que

tienden a confluír en la denominada telemática; pudiendo aplicarse estas innovaciones a los ámbitos de gestión /administración y producción en las organizaciones (Nieto, 1996).

Competitividad

La competitividad sostenible de las organizaciones en la actualidad depende en gran medida del nivel de compromiso de sus competidores, siendo así como este atributo en las organizaciones actuales proporcionan los recursos humanos de las empresas, que de forma «continua» tratan de reinventar sus procesos y sistemas con vistas a hacerlos eficientes y competitivos no solo desde un punto de vista funcional, sino también desde un punto de vista actitudinal que revolucione literalmente la «forma de hacer (Montahud & Icard, 2011).

DOFA

Consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada (Talancón, 2006).

Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicara una investigación de tipo cualitativa, mediante la cual se logra hacer más énfasis en la interpretación, la cultura y su conexión con los procesos organizacionales; aplicar un análisis cualitativo dentro de una organización, permite comprender a profundidad la posición de los distintos actores que en ella interactúan, y su comportamiento con los distintos procesos organizacionales, valiéndose de recursos como, el análisis de relatos, contenidos y discursos que con base en conceptos sensibilizadores, proporcionan al investigador una orientación general respecto del fenómeno que estudia. Desde el abordaje cualitativo no solo se logra construir la realidad social con base en el sentido práctico de los actores, sino que adicionalmente, logra tomar el punto de vista de aquellos que están dentro de la organización, haciendo especial énfasis en la interpretación que tienen los directivos sobre la naturaleza de la organización, adicionalmente este tipo de investigación refleja el contexto, a través de la descripción de la organización y de lo que aparenta ser, enfatizando la interpretación de aspectos principales tales como, la centralidad de los procesos, aspecto que favorece la obtención de información gracias a la proximidad, con el fenómeno por el cual el investigador se interesa (Bryman, 1995,2000; Fassio, 2018).

Los estudios relacionados con la cultura organizacional y la comprensión de los mecanismos para analizar el rol de la cultura en los procesos de integración interna y adaptación externa de la organización, proponen abordajes cualitativos (Dimitrova y Marín, 2008; Schein,

1988), teniendo en cuenta que este tipo de investigación aplicada al funcionamiento de las organizaciones, intenta comprender la complejidad de la realidad junto con las características típicas del entorno actual de las organizaciones y de quienes practican su administración, proporcionando un mejor aprendizaje de la cultura, comunicación, creencias, motivación y otras estructuras organizacionales, al brindar formas de examinar el conocimiento y el comportamiento por medio de la percepciones, interpretaciones, y experiencias que los miembros de esta atribuyen a la realidad empresarial (Rodríguez, 2011).

Junto a este tipo de investigación se articula un método carácter inductivo, teniendo en cuenta, que el proceso que realiza el analista organizacional se inclina por el descubrimiento, es por ello que el investigador cualitativo, a partir de la extracción, construye el sentido y la relación que existe entre los fenómenos, mediante la inducción, generando conocimiento a partir de la acumulación de observaciones dirigidas, al entendimiento de las variables relacionadas con el fenómeno dado(Villareal, 2001).

En consecuencia el presente trabajo, contará en su fase inicial con el análisis de las áreas funcionales más relevantes, vinculadas al desempeño organizacional de la empresa Ferre Expo; que bajo la ayuda del diagnóstico empresarial permite un análisis específico de 7 áreas funcionales de la empresa (planeación, mercadeo, prestación del servicio, contabilidad y finanzas, talento humano, aspectos legales y aspectos ambientales) con el fin de determinar la situación actual de la compañía teniendo en cuenta factores internos como las fortalezas y

debilidades, como también la recopilación de información respecto a la manera en como la empresa opera , para mitigar los impactos generados por los factores externos.

En lo concerniente a los instrumentos de recolección que serán implementados, se tiene como protagonista a la entrevista se mi-estructurada dirigida a los actores involucrados, que permitirá la obtención de información valiosa respecto al desempeño funcional de la organización; como población objeto de estudio seleccionado para ejecutar el presente trabajo, se ha definido el número de colaboradores, actores organizacionales y clientes que trabajan en pro de la atención de ferre expo, posteriormente, la muestra a ser utilizada en el estudio, es de tipo no probabilístico, ya que a partir de la muestra tomada solo se puede hacer inferencias de la población investigada, es decir únicamente sobre los elementos estudiados, que para esta situación aplica a los actores o empleados vinculados a la empresa, así mismo la selección de la muestra, obedece a un carácter arbitrario e informal, y se basa en el supuesto general sobre la distribución de las variables en la población (Pimienta, 2000).

Información que bajo las herramientas de tratamiento de datos entre las que se tiene la aplicación de una matriz DOFA, permite realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna como externa de una organización, con base en la evaluación de , las oportunidades y amenazas., que atraviesa la empresa (Ponce, 2007), posteriormente, como segunda etapa , con base en los resultados obtenidos, se hará una propuesta para fortalecer el panorama situacional de las áreas funcionales, permitiendo optimizar la percepción de Ferre Expo, entorno al clima organizacional.

Análisis por áreas

Mercadeo

	SUBÁREAS	CLASIFICACIÓN
1	Planeación	Fortaleza
2	Productos y/o servicios	Fortaleza
3	Precio	Fortaleza
4	Consumidor	Fortaleza
5	Competencia directa e indirecta	Fortaleza
6	Sistema de comunicación	Fortaleza
7	Canal de distribución	Fortaleza
8	Ventas	Fortaleza
9	Servicios postventa	Debilidad

Tabla 1 Clasificación de las sub áreas

Fuente: Autor

De las 9 sub áreas que comprenden mercadeo, en su mayoría presentan un funcionamiento adecuado aunque es necesario independizar y profundizar algunas de ellas para garantizar la eficiencia del área en su totalidad.

En la planeación, es claro para la compañía y sus trabajadores sus dos segmentos: la construcción a nivel mayorista le permite a Ferre Expo crear negocios prolongados y rentables teniendo en cuenta su política de precios y más con éste segmento susceptible al precio, la construcción a nivel minorista es rentable aunque represente una red de clientes dispersa.

En la actualidad, la oferta de Ferre Expo está constituida por un portafolio de más de 4.000 productos de las mejores marcas y precios, lo cual es una ventaja ya que garantizan construcciones seguras a través de la calidad de sus productos y, como complemento, se cuenta con los automotores y el personal adecuado para llevar a cabo las labores de entrega en tiempos cortos y garantizar el buen servicio.



Gráfica 1: Marcas reconocidas internacionalmente

Fuente: Perfil de Facebook Ferre Expo Ferretería Ibagué

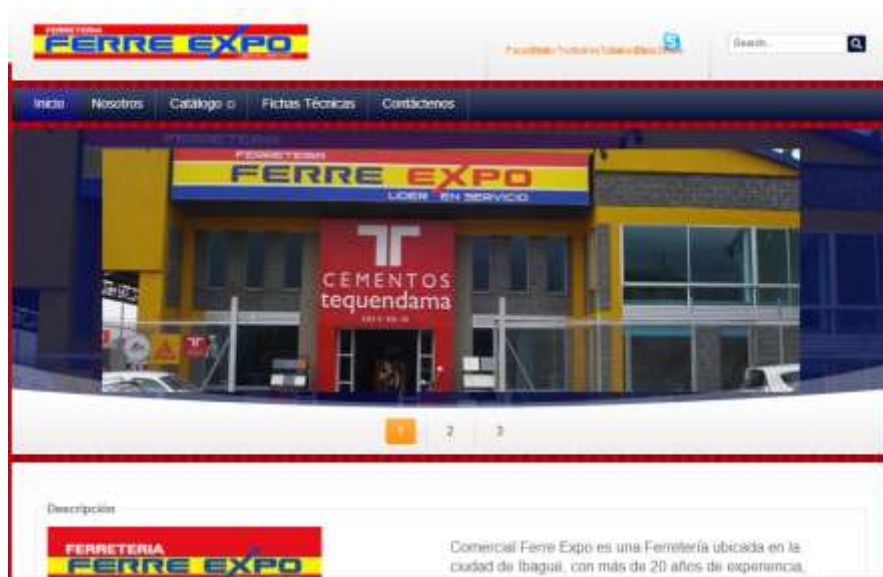
Respecto a la competencia, se realizan constantes análisis de sus competidores, especialmente de los que se concentran en la misma locación, esto permite conocer tanto las fortalezas y debilidades de los competidores como las propias, siendo un mecanismo de análisis que da lugar a comparaciones y posteriormente a soluciones y perfeccionamiento.

La comunicación no es la más asertiva; no hay establecido un plan de medios en el que se contemple su cobertura, costos o periodicidad, lo cual es una debilidad al momento de captar clientes y de mantenerlos informados de nuevos productos, servicios, promociones, descuentos y la razón es porque en la empresa no se ha determinado un área específica y especializada en tareas de relaciones públicas.



Gráfica 2: Promociones y descuentos

Fuente: Perfil de Facebook Ferre Expo Ferreteria Ibaque



Gráfica 3: Pagina web Ferre Expo

Fuente: Ferre-expo.com

Pasando a otros aspectos, las ventas se llevan cabo mediante canales directos e indirectos en vista de que otras ferreterías hacen parte del segmento de clientes de Ferre Expo, adicionalmente, la fuerza de ventas para ejecutar éstas labores tiene unas metas e indicadores que midan las mismas para que se evalúen los resultados, se tenga un control del presupuesto de ventas y haya un cumplimiento en los márgenes de rentabilidad esperados.

Por otro lado, el servicio postventa es una de las grandes debilidades de la empresa, aunque se da respuesta inmediata a los clientes respecto a garantía y respaldo, no se ha estructurado un plan en el cual se maneje el histórico de reclamos, devoluciones, perdidas en ventas y respuesta efectiva a los clientes que permita controlar debidamente el servicio postventa y contrarrestar los impactos negativos que se generen a raíz de la insatisfacción de los clientes.

Finalmente, de las 9 sub áreas, se tienen 8 áreas con un buen funcionamiento, sin embargo, se puede mejorar en cuanto al manejo de la publicidad ya que no existe un área en la empresa encargada específicamente de tareas como la promoción y las relaciones públicas y éstas se delegan a cargos cuyas funciones tienen otra finalidad. Además, es necesario precisar un sistema de servicio posventa con el fin de reducir el número de solicitudes e inconformidades respecto a la prestación actual del servicio.

DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
El servicio postventa tiene debilidad a nivel administrativo, no hay un plan estructurado para este servicio.	Aumento de proyectos de construcción de vivienda en la ciudad de Ibagué.
En el área de prestación del servicio no hay un proceso de planeación que permita realizar proyecciones acertadas.	Crecimiento de la economía de un 4,6% al finalizar el 2021. (Portafolio, 2021)
En el área de RRHH no hay un plan de capacitación del personal.	Planes de desarrollo regional en el departamento del Tolima a raíz del posconflicto. (El Espectador, 2017)
La evaluación del desempeño es únicamente realizada a la fuerza de ventas a través de sus	Recuperación progresiva de las ventas del sector ferretero. (Ímpetu, 2021)

indicadores, pero la productividad de los demás trabajadores no es evaluada.

No hay un manejo y control adecuado del agua, por lo tanto no se es responsable en el manejo de este recurso.

La falta de crédito directo le quita participación frente a otros competidores que si lo manejan.

FORTALEZAS	AMENAZAS
Planta física y flota de transporte amplia.	La nueva reforma tributaria (Portafolio, 2021)
Las alianzas permiten establecer precios bajos y generar oferta a través de descuentos y cupones.	
Ser distribuidor exclusivo y autorizado de la marca nacional cementos Tequendama.	Poca inversión de empresas privadas en construcción.
Distribución de marcas internacionales a precios flexibles.	Llegada de ferreterías nacionales a la ciudad.
Tiempos rápidos de respuesta en venta y entrega.	Crédito directo con el cliente ofertado por grandes empresas como Homecenter, La Española.
Se presta el servicio donde el cliente lo solicite.	La innovación tecnológica presente en los procesos de sus competidores.

Tabla 2: Dofa

Fuente: Autor

Luego del análisis DOFA es imprescindible resaltar las 3 debilidades más grandes para posteriormente relacionarlas en la herramienta árbol de problemas.

En primer lugar, no hay evaluación del desempeño, por lo tanto no se tienen evidencias de los resultados de cada uno de los empleados ni se ejerce control de sus actividades.

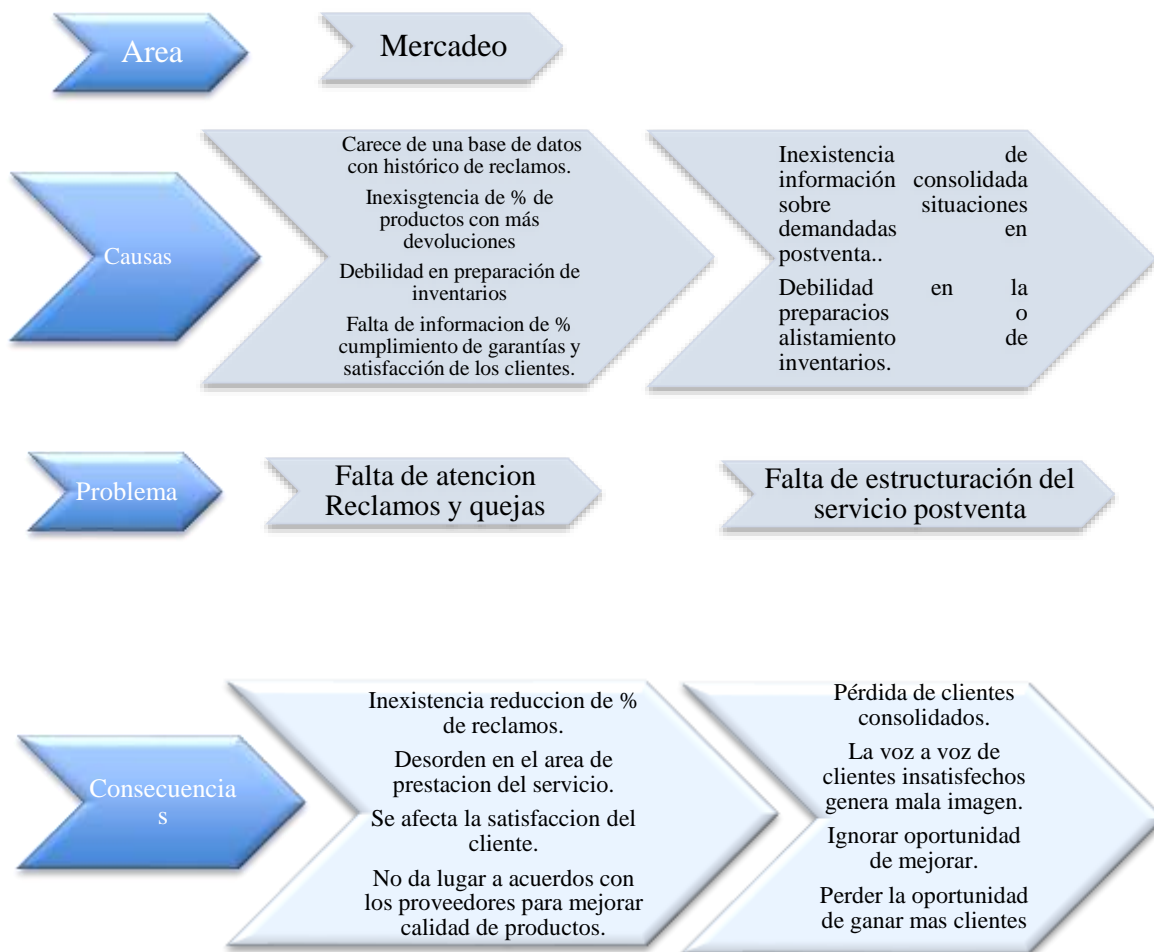
En segundo lugar, el área de mercadeo tiene debilidades en el servicio posventa, ya que aunque se manejan servicios posventa, los reclamos representan una problemática debido a que no hay un histórico de los reclamos que se hacen para evaluar sus causas, cuales son los productos con más devoluciones, sus fechas de vencimiento, la preparación de inventarios, las pérdidas que esto representa, cumplimiento de garantías y el nivel de satisfacción al dar respuestas efectivas a los clientes.

En tercer lugar, la falla se da nuevamente en el servicio posventa y tiene lugar porque no hay un sistema que agrupe todos los criterios mencionados anteriormente que hagan de éste proceso una fortaleza a la hora de la prestación del servicio. Si bien hay respuestas a los reclamos y se cumple con las devoluciones cuando tienen lugar, no existe una base de datos y un histórico que determine cuáles son los productos con más devoluciones y sus causas, la preparación en inventarios para dar respuesta y los tiempos en los que se ejecuta el servicio posventa, razones que la convierten en una gran debilidad.

En conclusión, las áreas de Talento Humano y Mercadeo son las que presentaron grandes debilidades y las cuales precisan establecer planes de mejoramiento orientados a la solución de estas problemáticas.

Como se mencionó anteriormente, se procede a utilizar la herramienta *Árbol de problemas* con el objetivo de identificar las causas y consecuencias de los 3 grandes problemas para posteriormente establecer soluciones mediante propuestas con base tecnológica.

Árbol de problemas-Área de Mercadeo



Gráfica 4: Árbol de problemas-Área de Mercadeo

Fuente: Autor

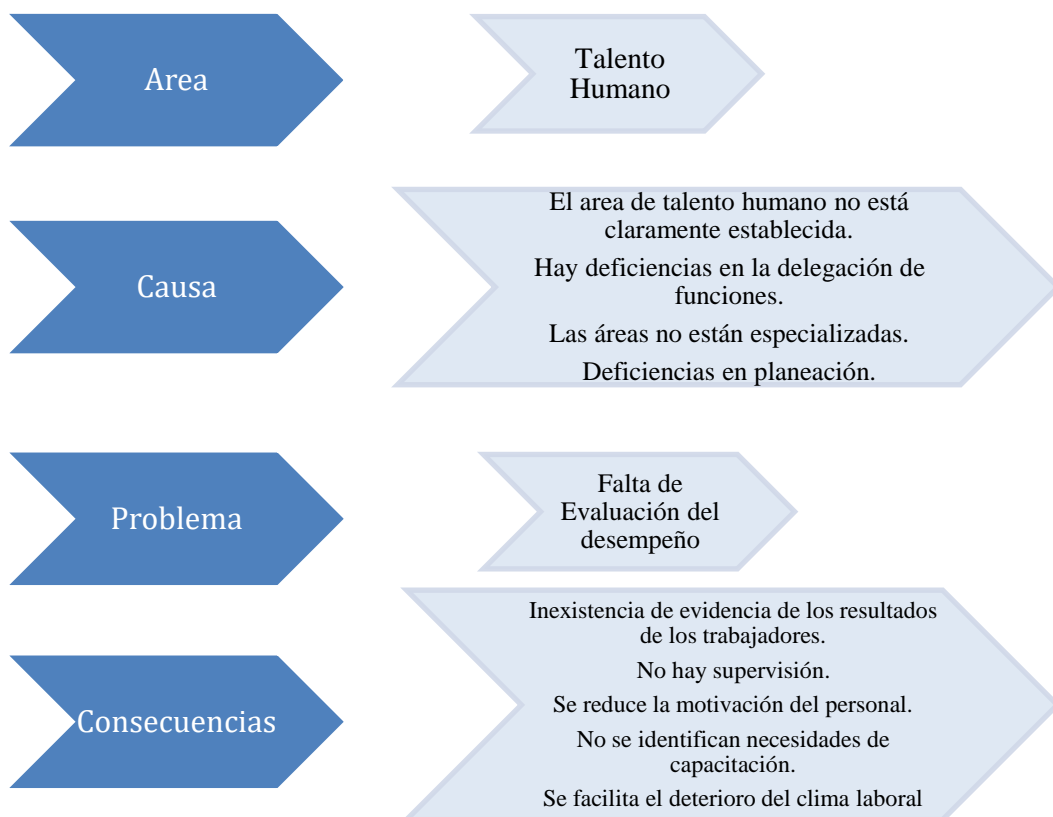
En la gráfica 4 se evidencian 2 problemáticas del área de mercadeo, sus causas y sus consecuencias, para las cuales se ha establecido una solución de base tecnológica y sus respectivas implicaciones.

En primera instancia, se determina que para la problemática de *Falta de atención a reclamos y Quejas* es pertinente crear una base de datos donde se reúnan todos los criterios necesarios para reducir el porcentaje de las mismas, entre los criterios se precisan: histórico de reclamos, porcentaje de productos con más devoluciones, causas de devolución, preparación de inventarios, porcentaje de cumplimiento de garantías y porcentaje de satisfacción de los clientes. Dicha base de datos requiere de la destinación de recursos económicos para la contratación de una compañía con experiencia en diseño o creación de bases de datos de manera que sea eficiente y segura, y que adicionalmente, garantice el servicio técnico para el buen funcionamiento de la plataforma, o en su defecto, contratar un técnico y designar un nuevo cargo.

Respecto a la problemática *Falta de estructuración del servicio Postventa*, es claro que se fundamenta en gran parte en la *Falta de atención a quejas y reclamos*, por lo tanto, la solución de base tecnológica sugerida a ésta problemática es un poco más compleja y requiere de una mayor asignación de recursos. La solución de base tecnológica sugerida para ésta problemática es la contratación de una empresa encargada del diseño de software, con amplia experiencia en el desarrollo del mismo para empresas de distintos sectores bien sea en Colombia o a nivel

internacional, que brinde un soporte técnico a través de la implementación de un sistema que garantice un excelente servicio postventa en la ferretería Ferre Expo. Además de la adaptación de un software, es necesario establecer un área de servicio postventa y adecuar las instalaciones para tal fin, donde se cuente con el personal idóneo para el manejo del software, invertir en los equipos requeridos para operarlos y contratar trabajadores encargados de gestionar la información requerida por el sistema para posteriormente tomar decisiones acertadas y brindar soluciones rápidas e inteligentes al servicio postventa.

Árbol de problemas-Área de Talento Humano



Gráfica 5: Árbol de problemas-Área de Talento Humano

Fuente: Autor

En cuanto al área de Talento Humano se ha hecho énfasis en la evaluación del desempeño, una de las grandes debilidades de la empresa y que, después de trabajarla en el árbol

de problemas, la solución de base tecnológica que surge es la contratación de una empresa que diseñe o venda licencias de plataformas que permitan evaluar tanto a los trabajadores del área operativa como administrativa, lo cual implica realizar una inversión significativa cada vez que caduquen o expiren los términos de uso, o en su defecto, tercerizar la evaluación del desempeño a través de compañías dedicadas a esa actividad que cuenten con todos los recursos necesarios para ejecutarla de manera acertada, lo cual requiere elaborar un plan de presupuesto más arduo y en el que se contemple ésta opción como una inversión periódica y constante, evitando la creación de nuevos cargos y por ende, oficinas u espacios dentro de las instalaciones destinados para llevar a cabo la evaluación del desempeño.

En conclusión, luego de identificar y relacionar las 2 problemáticas más relevantes de Ferre Expo mediante la herramienta *Árbol de problemas*, se estableció que la problemática a tratar es la encontrada en el *servicio posventa*, donde se propondrá la implementación de un software que reúna toda la información necesaria para garantizar un excelente servicio y convertirlo en una fortaleza más. Se procede a trabajar en ésta problemática porque el área de mercadeo es la más impactada y dicha solución es la que requiere de mayor uso de recursos y tiempo.

Propuesta De Solución De Base Tecnológica

Proponer la implementación del software LOGGRO a la empresa Ferre Expo con el fin de garantizar un excelente servicio postventa a sus clientes.

Pasos para la implementación

- Identificar las áreas de la empresa que se relacionan con la implementación del software Loggro.
- Reconocer las implicaciones, administrativas y físicas, que tiene la adaptación de la propuesta en la empresa.
- Registrar las solicitudes de servicio postventa para la identificación de las acciones más demandadas por parte de los clientes.
- Capacitar al personal de la empresa para el uso adecuado de la plataforma.

Justificación de la propuesta

Luego del análisis situacional de la empresa, se encontraron varias debilidades en la empresa y posteriormente se eligieron dos de ellas para ser relacionadas en el árbol de problemas y así dar prioridad a aquella que implicará más recursos, costos, tiempo y, por supuesto, que tuviera solución de base tecnológica.

La importancia de la elaboración de la propuesta radica en las características de la compañía; una empresa dedicada a la comercialización de productos para la construcción debe, además de ofrecer calidad y seguridad de sus productos, garantizar un excelente servicio postventa que le permita reducir esos aumentos en los costos que se dan por las devoluciones por parte de sus clientes, lo que le implica a Ferre Expo hacer el mismo proceso con sus proveedores, tener una cantidad relevante de sus productos con más devoluciones disponible y disponer de su flota de transporte para cumplir con los requerimientos de los clientes. Es por estas razones que se considera pertinente llevar a cabo la propuesta de la implementación del software, ya que tiene impactos positivos tanto para Ferre Expo como para sus clientes reduciendo los costos y tiempos del servicio postventa tanto como ofreciendo un servicio de calidad a sus clientes respectivamente.

La implementación de la propuesta tiene una serie de requerimientos e implicaciones para ser puesta en marcha, es por eso que apoyándose en el análisis de la situación de la empresa puede verse que es viable; la empresa cuenta con bases financieras sólidas, tiene una planta física adecuada que permite dar lugar a nuevas adaptaciones y una de las cosas más importantes, hay disposición y voluntad de seguir mejorando y siendo una de las mejores opciones para el segmento de la construcción tolimense.

¿Qué es?



Gráfica 6: Logo de Loggro

Fuente: PSL.com

La solución de base tecnológica consiste en proponer la implementación de ***Loggro: El software de gestión empresarial fácil y poderoso que hará crecer tu negocio***, una plataforma diseñada por la empresa colombiana PSL, con una interfaz sencilla en la que se pueden administrar las ventas, el servicio postventa, inventarios, abastecimiento, operaciones financieras y contables, todo esto a través de unos módulos que operan en tiempo real, los cuales generan reportes gerenciales actualizados y constantes con el fin de contribuir en la toma de decisiones oportunas.

En el área de mercadeo, específicamente en el sub área de servicio postventa, será una propuesta que además de tecnificar el servicio será una gran herramienta para brindar una solución a la problemática identificada y controlar los factores que la generan.

Por la caracterización del sector al que pertenece Ferre Expo, hay que tener en cuenta que el servicio postventa es un factor determinante en la buena prestación del servicio postventa, es

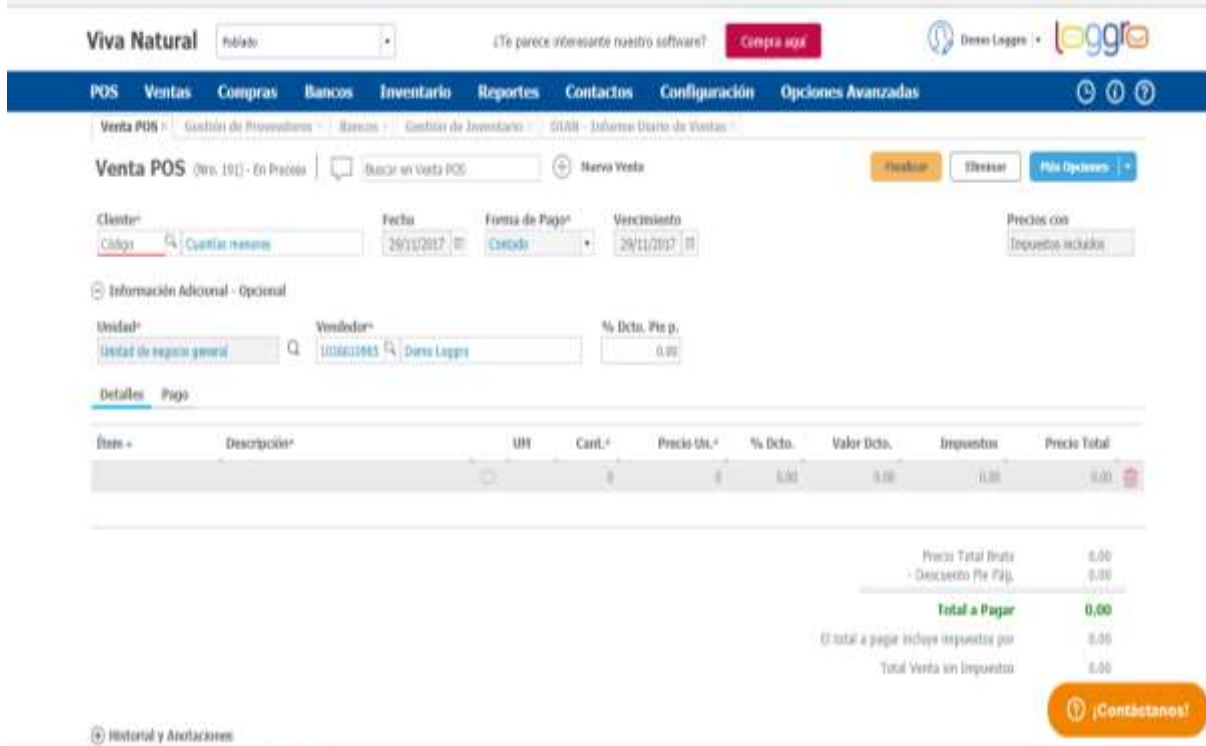
ahí donde las grandes compañías fidelizan y atraen más clientes, debido a que generan una buena imagen basada en la calidad del servicio, el respeto por el cliente y la responsabilidad para con el mismo, convirtiéndose en una alternativa atractiva para todos aquellos que necesiten adquirir productos para la construcción de la mejor calidad.

¿Cómo funciona?

Loggro es un software que funciona en la nube, en el cual se pueden ejecutar una gran variedad de operaciones de manera segura. La iniciación del software tiene lugar con el diligenciamiento de datos organizacionales como el NIT, nombre de la empresa, logo, responsabilidades fiscales, información de contacto, social media que maneja la compañía e información acerca de la estructura de la empresa. Luego de esto, viene el proceso que para una empresa como Ferre Expo es el más complejo; introducir en la base de datos los códigos de los ítems o productos ofertados (en este caso más de 4.000 productos), asignar sus respectivos precios y disponibilidad de inventarios. Posteriormente se diligencia información requerida de los proveedores y entidades bancarias vinculadas en cualquier tipo de transacción con el fin de que el software lleve registros y genere informes para mejorar la comunicación y el servicio a través de acuerdos con los proveedores luego de que ellos conozcan las falencias evidenciadas en los informes.

Interfaz del software LOGGRO





Gráfica 7: Interfaz de LOGGRO

Fuente: Demo Loggro

Como se evidencia en la interfaz, el software permite realizar varias operaciones simultáneamente sin que éstas se vean afectadas, cabe resaltar que por la cantidad de información es importante disponer de una excelente velocidad de internet o banda ancha, esto evitara que las transacciones no se caigan y se tengan que reiniciar generando pérdidas de tiempo.

Presupuesto

Loggro tiene planes flexibles que se ajustan a cualquier tipo de negocio. Todos los planes son bajo la modalidad de arriendo, sin costos de licencias, ni de equipos o servidores. Con tan solo una buena conexión a internet se puede utilizar la solución desde cualquier parte del mundo de forma segura y en tiempo real. A continuación, información detallada de los diferentes planes, sus características y los costos. Mencionar que la capacitación y servicio técnico gratuito, no se debe comprar equipos de cómputo.

EMPRENDEDOR	NEGOCIOS	PLATA
Desde \$60.000 Mensual	Desde \$90.000 Mensual	Desde \$180.000 Mensual
2 Usuarios	4 Usuarios	5 Usuarios
100 Facturas Mensuales (Paquetes de 500 facturas adicionales por \$50.000/mes)	250 Facturas Mensuales (Paquetes de 500 facturas adicionales por \$50.000/mes)	500 Facturas Mensuales (Paquetes de 500 facturas adicionales por \$50.000/mes)
Soporte (Chat+Correo)	Soporte (Chat+Correo)	Soporte (Chat+Correo)

Acceso al portal de Entrenamiento	Acceso al portal de Entrenamiento	Acceso al portal de Entrenamiento
ADICIONAL	ADICIONAL	ADICIONAL
Módulo de Contabilidad:	Módulo de Contabilidad:	Módulo de Contabilidad:
\$40.000 / mes	\$55.000 / mes	\$70.000 / mes
Usuario adicional:	Usuario adicional:	Usuario adicional:
35.000 / mes	35.000 / mes	33.000 / mes

Gráfica 8: Cotización de los planes

Fuente: PSL.com

Por el número de facturas, el plan que se ajusta a la empresa Ferre Expo es el Plan Plata, teniendo en cuenta que el número de facturas es mayor a 250 mensuales. Por lo tanto el presupuesto para la implementación es el siguiente:

Presupuesto Para La Propuesta De Base Tecnológica

Nombre del plan	Plata	Plata
Costo anual en COP	\$2.160.000	2.160.000
Usuarios adicionales:	No aplica	Dos* \$792.000
Equipos de mesa	No aplica	Dos** \$2.798.000
Total Anual	\$2.160.000	\$5.750.000

Tabla 3: Presupuesto para la propuesta.

Fuente: Autor

* Se contempla la vinculación de dos vendedores adicionales.

** La vinculación de dos vendedores implica adquirir dos equipos de mesa.

Se estiman dos presupuestos para la ejecución de la propuesta, el primero de ellos solo incluye el arrendamiento del software para cinco usuarios, arrendamiento que cuenta con el uso de la plataforma, capacitación del personal que vaya a hacer uso de la herramienta y soporte técnico incluido en caso de presentar problemas con la plataforma.

El segundo presupuesto estimado incluye dos usuarios más, en caso de que se vinculen más vendedores el transcurso del tiempo, los costos por usuario adicional de la plataforma y la compra de equipos de mesa necesarios en este escenario.

Responsabilidad de la implementación

En el proceso de brindar una solución de base tecnológica a una problemática específica se deben tener en cuenta distintos factores, desde el momento en el que se elabora el plan se contemplan una serie de criterios a tener en cuenta para que ésta sea efectiva. Los requerimientos y responsabilidades de un proyecto siempre corresponden a un área asignada encargada de garantizar la viabilidad del proyecto delegando funciones y obligaciones para la ejecución del mismo, en este proceso participan actores internos y externos los cuales están directa o indirectamente relacionados con la propuesta de base tecnológica.

Para la implementación del software Loggro existen actores internos de la compañía Ferre Expo encargados de avalar el éxito de la innovación. En primer lugar, el área administrativa se informa de las debilidades y falencias en los procesos de las distintas áreas a través de diagnósticos ejecutados, por esa razón los altos mandos de la compañía Ferre Expo son los principales responsables de identificar las problemáticas y dar respuesta a ellas. Dentro de los actores internos delegados y encargados de responder por el buen funcionamiento de la propuesta se identifican los siguientes:

Áreas funcionales de la empresa

- Financiera: Elaborar un presupuesto y destinar los recursos necesarios para ejecutarlo.
- Prestación del servicio: Adaptar un nuevo modelo de prestación del servicio con la implementación del software. Analizar periódicamente los informes generados y con base en ellos administrar los inventarios.
- Mercadeo: Hacer un uso eficiente del software Loggro para ofrecer un excelente servicio postventa e informar constantemente sobre los resultados de las operaciones a través de la plataforma.
- Talento Humano: Realizar una comunicación asertiva con el personal que haga uso de la plataforma para identificar necesidades de capacitación y posteriormente comunicarse con el proveedor del software para hacer uso del servicio técnico.

Actores externos involucrados en la propuesta

- Proveedores: La compañía PSL diseñadora y arrendadora del software debe tener compromiso y cumplir con los términos del contrato por arrendamiento de la plataforma.
- Clientes: Tener acceso a un servicio posventa rápido y de calidad.
- Bancos: entidades financieras involucradas en las operaciones contables entre empresa-proveedores y empresa-clientes.

El personal de la empresa directamente relacionado con la ejecución de la propuesta es el de mercadeo; el software tiene como inicio de la operación las ventas, es decir que a partir de allí se pueden desatar todo tipo de operaciones que se puedan llevar a cabo a través de la plataforma tales como disponibilidad de inventarios, procesos de devoluciones y garantías, información de la llegada de productos nuevos y existentes, respuestas en espera y cumplidas, como también el cumplimiento de garantías o, en otras palabras, todas las operaciones que se vean involucradas en la prestación del servicio postventa y que corroboren el éxito del mismo a través del uso correcto del software.

Resultados de la implementación en línea de tiempo

Por ser una solución de base tecnológica que opera con información en la nube y que brinda informes frecuentes, se espera que los resultados de la implementación del software Loggro se vean materializados en el mediano plazo, es decir, en un lapso de tiempo entre 6 y 12 meses. Aunque la plataforma genera informes constantes sobre distintas operaciones resaltando aspectos positivos y negativos, se estima que el impacto sea en mediano plazo porque es el que

otorga datos e información comparable más acertada que posteriormente sean objeto de estudio y comparación frente a operaciones durante el mismo lapso de tiempo en años anteriores de la compañía sin la tecnificación de algunos de sus procesos operativos y así, evaluar si la implementación ha dado los resultados esperados y que haya cumplido con el objetivo para el que fue designada.

Para que estos resultados tengan lugar es necesario trabajar en conjunto con la empresa desarrolladora del software, debe haber compromiso de ambas partes para que primero, la empresa arrendadora de la plataforma ofrezca un excelente servicio de capacitación a los trabajadores de Ferre Expo, haga un seguimiento para brindar el servicio técnico cada vez que se requiera y que realice sugerencias a la compañía en aras de sacar el mejor provecho de la aplicación y cumplir el objetivo, proceso para el cual también debe haber un alto grado de compromiso de la empresa que contrata el servicio a través de la motivación y la socialización de los objetivos de la compañía con todos los trabajadores.

Conclusiones

Mantenerse en un mercado que está en constantes cambios no es nada fácil, se generan nuevas tendencias constantemente y las empresas deben estar preparadas para adaptarse a estas y actuar en escenarios que muchas veces sean ajenos a sus objetivos, es por eso que es imprescindible para las empresas estar en procesos constantes de innovación, caso para el cual Ferre Expo no será la excepción y deberá recurrir a su creatividad para ser siempre una empresa competitiva en el sector ferretero tolimense.

La competitividad depende de la manera y la frecuencia de Ferre Expo para crear valor, para generar nuevos negocios, para expandirse, y para tener mayor cobertura en el mercado doméstico. Se ha visto que las empresas que creen que están haciendo las cosas bien y no hacen investigaciones para ver más allá de las necesidades de los clientes fracasan, los cambios constantes en aras de progresar son beneficiosos para mejorar en todos los aspectos de la compañía, es por eso que se hizo este análisis y se realizó la propuesta de innovación tecnológica, porque es una empresa que conoce de estas realidades y que no las ignora, por el contrario, contempla todo tipo de cambios para seguir siendo una de las mejores alternativas en el mercado local.

Dentro de los resultados logrados con la elaboración de este proyecto están:

- Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la compañía Ferre Expo.
- Determinar cuál es la debilidad que se debía priorizar.

- Establecer una propuesta de innovación tecnológica para tratar la problemática encontrada.
- Determinar si la compañía es capaz de poner en marcha la propuesta de innovación tecnológica.
- Tomar ventaja de las fortalezas y utilizarlas como soporte para la ejecución de la propuesta.
- Identificar las necesidades de la empresa para adaptarse.
- Establecer los recursos a gestionar para garantizar el éxito de la implementación.

En síntesis, se cumplió con el objetivo del proyecto planteado y se hizo un uso correcto de los recursos necesarios para la elaboración del mismo. Se espera que la empresa pueda ver en este documento una oportunidad de mejoramiento y que los resultados esperados sean satisfactorios para quienes permitieron la elaboración de este proyecto.

Referencias Bibliográficas

- Burgoa, L. G. A. (2011). Problemas de marketing ocultos (cambios pequeños pero de gran impacto). PERSPECTIVAS, (27), 91-111. Recuperado el 25 de octubre de 2020 en <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231006.pdf>
- Bryman, A. (1995). Research Methods and Organization Studies. London: Routledge.
- Bryman, A. (2000). Quantity and quality in social research. London: Routledge.
- Colciencias (s,f). Departamento administrativo de ciencia, tecnología e innovación. Frequently Asked Questions, ¿Qué es un proyecto de innovación tecnológica?
<http://legadoweb.colciencias.gov.co/faq/qu-es-un-proyecto-de-innovaci-n-tecnol-gica>”.
- Conradin. (2007). Sustainable sanitation and water management. Specific topic entry pages, GASS en castellano, Análisis con el árbol de problemas. <http://www.sswm.info/es/category/step-gass-en-al/gass-en-castellano/gesti%C3%B3n-de-agua-y-saneamiento-sostenible-en-am%C3%A9rica-la-8>”.
- Chavenato, I. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Mc. Graw Hill Impreso en Bogotá Colombia.
- Díaz, Javier. (2013). Emprendices, ¿Qué es un diagnostico empresarial? Recuperado el 08 de mayo de 2021 en <https://www.emprendices.co/que-es-un-diagnostico-empresarial/>”.

- Dimitrova, E. S., y Marín, A. L. (2008). El concepto de cultura de las organizaciones: Centralidad actual y evolución. *Revista Internacional de Organizaciones* 0. Recuperado de http://revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/viewArticle/4
- Farc, E. (2017). *En la cuna de las Farc / Colombia 2020*. Colombia2020.elespectador.com. <https://colombia2020.elespectador.com/politica/en-la-cuna-de-las-farc>
- Fassio, A. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. *Ciencias administrativas*, 6.
- Martínez, A. G., & Mejía, M. R. L (2018). Importancia de los factores competitivos en el rendimiento de la Pyme industrial de Puebla: Una aproximación empírica.
- Montahud, J. A., & Icart, I. B. (2011). Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica (Vol. 8). Publicacions universitat rovir i virgili.
- Nieto, S. A. (1996). La innovación tecnológica y la formación en la empresa: un estudio de caso en el sector cerámico. *Fòrum de Recerca*, (2), 10.
- Ímpetu (2021). ¿Qué se podrá esperar para el sector ferretero en este 2021? <https://sumatec.co/impetu-red-informativa/que-se-podra-esperar-para-el-sector-ferretero-en-este-2021/>
- Palma Correa, M. C., & Torres Ramírez, S. (2019). Monografía: “Diagnostico empresarial y plan de mejoramiento de la empresa Cultivos Casa SAS” (Bachelor's thesis, Universidad de Ibagué).

Pavón, J., & Hidalgo, A (1997). Gestión e innovación: Un enfoque estratégico, Ediciones Pirámide, Madrid.

Pérez, G. María Gloria, (2016). Citado por Publicaciones didácticas, Las áreas funcionales de la empresa, <http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/069027/articulo-pdf?>.

Pimienta Lastra, Rodrigo (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. Política y Cultura, (13) ,263-276.[fecha de Consulta 8 de Mayo de 2021]. ISSN: 0188-7742.
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>

Ponce Talancón, Humberto (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Enseñanza e Investigación en Psicología, 12(1),113-130.[fecha de Consulta 8 de Mayo de 2021]. ISSN: 0185-1594.
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>

Portafolio (2021). FMI mejora el pronóstico para Colombia hasta 4,6% en 2021.
<https://www.portafolio.co/economia/fmi-mejora-el-pronostico-para-colombia-hasta-4-6-en-2021-548926>

Portafolio (2021). Las claves de la nueva reforma tributaria del gobierno Duque
<https://www.portafolio.co/economia/las-claves-de-la-nueva-reforma-tributaria-del-gobierno-duque-550256>

Quintanilla, Miguel. (1998). Citado por Visión Industrial, Una manera diferente de ver la industria, ¿Qué es la tecnología? <http://www.visionindustrial.com.mx/industria/la-tecnica/que-es-la-tecnologia>

- Rodríguez Trujillo, J. A. (2011). De los Métodos cualitativos de investigación en la administración. Análisis de los trabajos de grado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle, entre 2000 y 2010.
- Salazar, D, & Romero, G (2006). Planificación. ¿Éxito Gerencial? Multiciencias, 6(1) ,0. [Fecha de Consulta 9 de Mayo de 2021]. ISSN: 1317-2255. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90460103>.
- Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Buenos Aires: Plaza Janes.
- Solé Parellada, F., & Martínez Sánchez, J (2003). La innovación tecnológica posible. El camino de las PYMES hacia la competitividad» en Mandado, E. et al. Eds. La innovación tecnológica en las organizaciones.
- Tabares, P. C. (2011). Problemáticas organizacionales más recurrentes en los diagnósticos organizacionales integrales de las empresas e instituciones del Estado de Guanajuato, en un periodo comprendido del año 2007 a 2011 [Corporación Universitaria Lasallista Ciencias].
- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Contribuciones a la Economía, 2, 1-16.
- Villareal, H (2001). Importancia de la aplicación del método inductivo-hipotético y deductivo-inferencial como generadores de conocimientos en el nivel medio superior. Propuesta

para obtener el grado de maestría en la enseñanza de las ciencias con especialidad en biología. Facultad de filosofía y letras. Universidad autónoma de nuevo León.

Sanabria, M., Saavedra, J. J., & Hernández-Martínez, A. G. (2007). Desafíos actuales de las empresas en Colombia. Universidad del Rosario.