

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS DE  
APROVISIONAMIENTO Y DESPACHO DE LA EMPRESA SISTEMAS  
CONSTRUCTIVOS AFC

ADRIANA FONSECA CABALLERO  
EDINSON SANDOVAL RIVERA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2023

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS DE  
APROVISIONAMIENTO Y DESPACHO DE LA EMPRESA SISTEMAS  
CONSTRUCTIVOS AFC

ADRIANA FONSECA CABALLERO  
EDINSON SANDOVAL RIVERA

Trabajo de Grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

Director  
Ramiro Augusto Redondo Mora  
Administrador de empresas

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2023

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y concederme la salud, disciplina, paciencia y mucho amor para lograr mis metas.

### **A mi madre y mis hijos.**

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y mi mayor motivación para culminar esta etapa de mi vida y mis hijos por brindarme esa fuerza y resistencia necesaria de seguir adelante.

Agradezco a mi amiga **María Angelica Corzo** por alentarme a seguir este proyecto en primer lugar. Es una amiga increíble para mí a lo largo de los años me ha inspirado de manera personal y profesional.

A todos mis compañeros de la universidad y profesores por compartir sus conocimientos durante el ciclo académico.

***Adriana Fonseca Caballero***

## CONTENIDO

Pág.

1. GENERALIDADES .....	3
1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA .....	3
1.2. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	6
1.3. ANÁLISIS DEL SECTOR .....	6
1.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	8
2. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS .....	10
2.1. CLIENTES.....	10
2.2. MERCADO POTENCIAL.....	32
2.3. COMPETENCIA.....	33
2.4. PROVEEDORES.....	40
2.5. RECURSOS HUMANOS.....	52
3. DIAGNÓSTICO.....	64
3.1. ÁREA GERENCIAL.....	64
3.2. ÁREA DE MERCADO .....	65
3.3. ÁREA DE SERVICIOS .....	66
3.4. ÁREA FINANCIERA.....	69
3.5. ÁREA DE RECURSO HUMANO.....	70
4. PROPUESTA DE MODERNIZACIÓN .....	76
4.1. ÁREA GERENCIAL.....	76
4.2. ÁREA DE MERCADO .....	80
4.3. ÁREA DE SERVICIOS.....	80
4.4. ÁREA FINANCIERA.....	93

4.5. ÁREA DE RECURSO HUMANO.....	93
4.6. PLAN DE ACCIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.....	105
5. CONCLUSIONES.....	107
6. RECOMENDACIONES.....	108
7. BIBLIOGRAFÍA.....	109
8. ANEXOS.....	111

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC.....	5
Figura 2. Organigrama de la empresa.....	5
Figura 3. Productos demandados en el sector de la Construcción. ....	7
Figura 4. Servicios y productos ofrecidos por Sistemas Constructivos AFC. ....	8
Figura 5. Flota de Vehículos, empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC.....	9
Figura 6. Encuesta de nivel de satisfacción por parte de los clientes. ....	10
Figura 7. Clasificación de los clientes actuales. ....	11
Figura 8. Clientes de SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC.....	11
Figura 9. Distribución de los clientes por canal de distribución. ....	12
Figura 10. Totalidad de participantes que contestaron encuesta. ....	16
Figura 11. Antigüedad de los clientes. ....	17
Figura 12. Nivel de satisfacción de los clientes. ....	18
Figura 13. Canal por el cual se enteró de la empresa. ....	19
Figura 14. Tiempos de entrega. ....	20
Figura 15. Cumplimiento de especificaciones técnicas. ....	21
Figura 16. Atención al cliente por parte de los colaboradores.....	22
Figura 17. Razón de Compra. ....	23
Figura 18. Conocimiento sobre canales de comunicación. ....	24
Figura 19. Eficiencia en resolución de PQR´S. ....	25
Figura 20. Facturación. ....	26
Figura 21. Entrega de Hojas de seguridad de los productos Químicos.....	27
Figura 22. Conocimiento de canales de comunicación para pedidos.....	28
Figura 23. Canales de comunicación. ....	29
Figura 24. Conocimiento sobre métodos de pago.....	30
Figura 25. Métodos de pago utilizados.....	31
Figura 26. Proveedores.....	42
Figura 27. Antigüedad de los proveedores.....	43

Figura 28. Conocimiento sobre evaluación y selección.....	44
Figura 29. Retroalimentación por parte de Sistemas Constructivos AFC.....	45
Figura 30. Pedidos con requerimientos técnicos.....	46
Figura 31. Cumplimiento en el pago de mercancía.....	47
Figura 32. Recepción de material.....	48
Figura 33. Tipos de órdenes de Compra.....	49
Figura 34. Trazabilidad de la información.....	50
Figura 35. Solicitud de capacitaciones productos que se compran.....	51
Figura 36. Promoción de tecnologías de construcción.....	52
Figura 37. Vinculación recurso humano.....	54
Figura 38. Tiempo de antigüedad colaboradores.....	55
Figura 39. Conocimiento de sus funciones.....	56
Figura 40. Entrega de EPP.....	57
Figura 41. Conformidad con el salario.....	58
Figura 42. oportunidad de crecimiento personal y profesional.....	59
Figura 43. Oportunidad de Crecimiento profesional.....	60
Figura 44. conocimiento sobre procedimientos y manuales.....	61
Figura 45. Métodos de control de inventarios.....	62
Figura 46. Comunicación interna.....	63
Figura 47. Cadena Producción.....	67
Figura 48. Almacenamiento dentro de la empresa.....	68
Figura 49. Método Para Establecer Puntos Críticos Por Áreas En Sistemas Constructivos AFC.....	72
Figura 50. Mapa de procesos.....	76
Figura 51. Propuesta de mejoramiento organigrama.....	77
Figura 52. Integración del organigrama al mapa de procesos.....	77
Figura 53. Flujograma proceso de aprovisionamiento y almacenamiento.....	85
Figura 54. Flujograma proceso de distribución.....	91

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Antigüedad de clientes. ....	16
Cuadro 2. Nivel de Satisfacción. ....	17
Cuadro 3. Medios de comunicación. ....	18
Cuadro 4. Tiempo de entrega.....	20
Cuadro 5. Especificaciones técnicas. ....	21
Cuadro 6. Capacitación de los colaboradores.....	22
Cuadro 7. Razones de fidelización.....	23
Cuadro 8. Conocimiento sobre canales de comunicación.....	24
Cuadro 9. Eficiencia en resolución de PQR'S.....	25
Cuadro 10. Facturación.....	26
Cuadro 11. Entrega de Hojas de seguridad de los productos Químicos. ....	27
Cuadro 12. Conocimiento de canales de comunicación para pedidos.....	28
Cuadro 13. Medios para realizar pedidos (pregunta múltiple respuesta). ....	29
Cuadro 14. Métodos de pago. ....	30
Cuadro 15. Método de pago utilizado.....	31
Cuadro 16. Benchmarking empresa Homecenter. ....	34
Cuadro 17. Benchmarking empresa Ardisa Materiales para construcción y remodelación. .....	36
Cuadro 18. Benchmarking empresa Distribuciones Colombia. ....	38
Cuadro 19. Tiempo de Antigüedad de los Proveedores.....	43
Cuadro 20. Conocimiento sobre métodos de selección y evaluación de proveedores....	44
Cuadro 21. Retroalimentación sobre la satisfacción de AFC. ....	45
Cuadro 22. Recepción de requerimientos técnicos por parte de AFC.....	46
Cuadro 23. Efectividad en el pago de mercancía.....	47
Cuadro 24. Recepción de materiales. ....	48
Cuadro 25. Tipos de Órdenes. ....	49
Cuadro 26. Trazabilidad de información.....	50

Cuadro 27.Solicitud de Capacitaciones.....	51
Cuadro 28.Promoción de nuevas tecnologías de construcción.....	52
Cuadro 29.Tipo de contrato.....	53
Cuadro 30.Antigüedad de los colaboradores. ....	54
Cuadro 31.Socialización de funciones de cargo.....	55
Cuadro 32.Entrega de EPP. ....	56
Cuadro 33.Conformidad con salario.....	57
Cuadro 34.Oportunidad de Crecimiento personal y profesional.....	58
Cuadro 35.Oportunidad de Crecimiento.....	59
Cuadro 36.Conocimiento sobre procedimientos de procesos. ....	60
Cuadro 37.Métodos de inventario. ....	61
Cuadro 38.Canales de comunicación.....	62
Cuadro 39.Identificación de problemas u oportunidades. ....	73
Cuadro 40.Identificación de razones (Causa y efecto).....	74
Cuadro 41.Análisis y evaluación de los riesgos o problemas.....	76
Cuadro 42.Matriz De Puntos Críticos De Control (PCC). ....	73
Cuadro 43.Caracterización del proceso de aprovisionamiento y almacenamiento. ....	86
Cuadro 44.Caracterización del proceso de despacho.....	93
Cuadro 45.Perfil de Cargo de Gerente General. ....	94
Cuadro 46.Perfil de cargo auxiliar de gerencia.....	95
Cuadro 47.Perfil del cargo de coordinador HSEQ y Recursos Humanos.....	97
Cuadro 48.Perfil de cargo coordinador logístico.....	99
Cuadro 49.Coordinador de Ventas.....	100
Cuadro 50.Perfil de Cargo del Conductor. ....	101
Cuadro 51.Perfil de Auxiliar de Almacén.....	103
Cuadro 52.Plan de acción, evaluación y seguimiento. ....	105

## LISTA DE ANEXOS

Anexos A. Portafolio de Servicios de Sistemas Constructivos AFC.....	111
Anexos B. Estado de situación financiera. ....	126
Anexos C. Estado de Resultado Integral.....	127
Anexos D. Flujo de caja proyectado.....	129
Anexos E. Encuesta de Satisfacción y conocimiento de procesos.....	130
Anexos F. Requisición de Compra. ....	134
Anexos G. Solicitud de Cotización. ....	135
Anexos H. Orden de Compra. ....	135
Anexos I. Salida de Almacén.....	136
Anexos J. Cotización.....	136
Anexos K. Orden de pedido. ....	137
Anexos L. Factura. ....	137
Anexos M. Satisfacción del cliente.....	138

## RESUMEN

**TITULO:** PLAN DE MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS DE APROVISIONAMIENTO Y DESPACHO DE LA EMPRESA SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC\*

**AUTORES:** ADRIANA FONSECA CABALLERO; EDISON SANDOVAL RIVERA\*\*

**PALABRAS CLAVE:** PLAN DE MEJORAMIENTO, PROCESOS LOGÍSTICOS, APROVISIONAMIENTO, DESPACHO.

### **DESCRIPCIÓN:**

CONSTRUCCIONES AFC es una empresa del comercio al por mayor que ofrece productos de ferretería para el sector de la construcción en líneas de estructura, mampostería, instalación de acometidas, redes eléctricas, elementos de protección personal y seguridad industrial, materiales varios y ofrece el servicio de transporte por carretera. La empresa actualmente se ubica en el municipio de Floridablanca Santander, un municipio con proyección de crecimiento en este subsector de la economía.

La empresa siendo nueva en el mercado, busca mejorar sus estrategias comerciales y de atención al cliente. Con el propósito de fortalecer sus procesos logísticos de aprovisionamiento y despacho para posesionarse en el sector como uno de los principales proveedores de materiales, realizó un diagnóstico identificando debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas generando estrategias para la formulación de un plan de mejoramiento que le permita ser más competitiva frente al servicio de ventas y a la calidad de los productos que ofrece para el sector de la construcción.

En el siguiente documento, se presenta una contextualización de la empresa desde su conformación; el proceso de recolección de datos en el que se involucraron grupos de interés para la empresa, principalmente clientes; y un diagnóstico de las áreas gerencial, mercadeo, servicios, financiera y recursos humanos, que permite formular el plan de mejoramiento empresarial en donde se establecen para esta áreas diferentes acciones como el diseño de lineamientos estratégicos como mapa de procesos, organigrama, perfiles de cargo y finalmente procedimientos estandarizados para los procesos objeto del estudio.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Universidad Industrial de Santander. Escuela de gestión empresarial. Ramiro Augusto Redondo Mora. Administrador de empresas.

## ABSTRACT

**TITLE:** PLAN FOR THE IMPROVEMENT OF THE LOGISTICS PROCESSES OF SUPPLY AND DISPATCH OF THE COMPANY SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC\*

**AUTHORS:** ADRIANA FONSECA CABALLERO; EDINSON SANDOVAL RIVERA\*\*

**KEY WORDS:** Improvement plan, logistics processes, supply, dispatch.

### DESCRIPTION:

CONSTRUCCIONES AFC is a wholesale trade company that offers hardware products for the construction sector in lines of structure, masonry, installation of electrical connections and networks, elements of personal protection and industrial safety, various materials and offers the service of road transport. The company is currently located in the municipality of Floridablanca Santander, a municipality with growth projections in this sub-sector of the economy.

The company, being new to the market, seeks to improve its commercial strategies and customer service. With the purpose of strengthening its supply and dispatch logistics processes to establish itself in the sector as one of the main suppliers of materials, it carried out a diagnosis identifying weaknesses, strengths, opportunities and threats, generating strategies for the formulation of an improvement plan that allows to be more competitive in terms of sales service and the quality of the products offered for the construction sector.

In the following document, a contextualization of the company is presented from its formation; the data collection process in which interest groups for the company were involved, mainly customers; and a diagnosis of the management, marketing, services, financial and human resources areas, which allows formulating the business improvement plan where different actions are established for these areas such as the design of strategic guidelines such as process map, organization chart, job profiles and finally standardized procedures for the processes under study.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Industrial University of Santander. School of business management. Ramiro Augusto Redondo Mora. Business administrator.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente informe, presenta los resultados obtenidos a través de la práctica empresarial enfocada en la formulación de un plan de mejoramiento para los procesos logísticos de aprovisionamiento y despacho de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC. El propósito del plan es mejorar la calidad del servicio, pero, además, la optimización de los recursos empresariales para el fortalecimiento de la empresa por medio de la eficacia empresarial.

Los emprendedores en Colombia deben enfrentar retos importantes que pueden ser gestionados por medio de la inteligencia empresarial o de herramientas que le permitan conocerse a sí mismas, identificar sus fallas y generar decisiones, estrategias frente a las características y necesidades del sector en donde se desempeñan para salir adelante. SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC es una empresa conformada en el año 2020 y que al ser una empresa joven requiere de un plan de mejoramiento.

Por esto, en el siguiente informe se presenta de manera específica las generalidades de la empresa, quien hasta el momento no tiene una formalización de sus procesos, ni una definición de lineamientos estratégicos. Se presentan sus principales actividades económicas, su historia y demás aspectos de intereses. Seguido de esto, se aplica un instrumento de recolección de datos en donde se identifica la percepción de satisfacción del cliente frente a los procesos comerciales y logísticos de la empresa, pero, además, se identifican debilidades y fortalezas por medio de la opinión de otros grupos de interés. Con esta información, se procede a la presentación del diagnóstico o de la radiografía general de la empresa, en la cual se evidencian las oportunidades de mejoramiento en las que se enfocara el plan a desarrollar.

## **1. GENERALIDADES**

A continuación, se hace una presentación de la información básica de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC. La empresa, actualmente no cuenta con lineamientos como políticas y objetivos estratégicos, porque es una empresa que lleva en el mercado del comercio al por mayor de materiales de construcción un año y 10 meses y lo que se pretende por medio de este informe es presentar la propuesta de acciones de mejoramiento que se implementaran en la empresa.

### **1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA**

Sistemas constructivos AFC, inicia en el municipio de Floridablanca en el año 2020 como un proyecto de emprendimiento de su principal socia y representante legal Adriana Fonseca Caballero. Como se evidencia, las iniciales de la empresa AFC son alusivas a las iniciales de cada nombre y apellido de su creadora.

Adriana Fonseca Caballero, después de 10 años de experiencia y de trabajo en compañías del sector de la construcción, adquirió el conocimiento y el respaldo necesario, identificando la oportunidad de emprender con la puesta en marcha de su empresa de comercio al por mayor de materiales de construcción. Así, fue que se inició a establecer una ferretería, vendiendo inicialmente a sus conocidos, productos de la construcción con sistemas novedosos para desarrollar proyectos eficientes en cuanto a calidad y costos. Más adelante, la empresa fue consolidándose hasta que se matriculó ante la cámara de comercio de Bucaramanga el día 06 de enero de 2021 para iniciar actividades de comercialización al por mayor.

La empresa tiene como principal actividad comercial el comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipos, materiales de fontanería y calefacción. Como actividad secundaria, la empresa tiene el transporte de carga por carretera pues establece esta actividad como un servicio

complementario de sus procesos de distribución y logística para la entrega de mercancía y opera bajo el siguiente logo comercial.

Figura. Logo Empresarial de Sistemas Constructivos AFC.

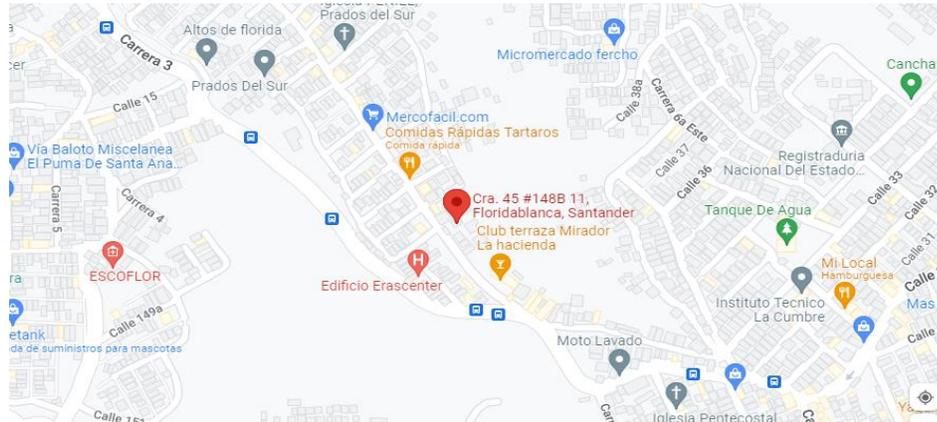


Fuente: Sistemas Constructivos AFC, 2022.

La inversión inicial de la empresa fue de 26 millones de pesos, recursos obtenidos con un préstamo por terceros para empezar operaciones comerciales. Actualmente tiene alrededor de 1000 clientes en el área metropolitana de Bucaramanga, con participación en proyectos importantes de la ciudad como son los ejecutados por constructoras como URBACOLOMBIA, CONSTRUCTORA JK SALCEDO, entre otras. Entre sus proveedores más importantes están: Matecsa, Knauf Delta, Pintu-Pabón, Casa Color, Fanalca, Procalco, Jema y cuenta con alianzas con otras empresas importantes como Homecenter, Ardisa, entre otras.

Hoy en día la empresa Sistemas Constructivos AFC tiene su sede principal en la carrera 45#148B 11 en el municipio de Floridablanca Santander (Ver figura 1), con un alcance de ventas en Bucaramanga, Piedecuesta, Mesa de los Santos, Girón y Lebrija, atendiendo de lunes a domingos de 7:00 am de la mañana a 6:00 pm. Por esto y por la calidad de los materiales y el servicio, la han llevado a tener ventas mensuales en promedio de 80 millones de pesos y se espera seguir aumentando esta rentabilidad con un proceso de mejoramiento estratégico.

Figura 1. Ubicación de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC

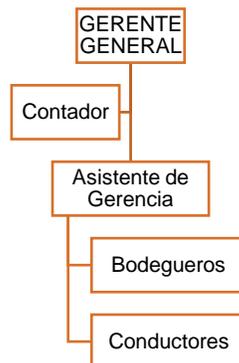


Fuente: Google.maps.

### 1.1.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Actualmente la empresa cuenta con un organigrama con 3 niveles jerárquicos, por lo que su estructura se basa en una estructura lineal basada en el principio de la jerarquía<sup>1</sup>. Este organigrama representa la autoridad que actualmente tiene la empresa, más, sin embargo, cabe decir, que no está establecido en la empresa, por lo que requiere una propuesta de mejoramiento.

Figura 2. Organigrama de la empresa.



Fuente: Cortesía de la empresa.

<sup>1</sup> BRUME GONZÁLEZ, Mario Javier. Estructura organizacional. Bogotá: Editorial ITSA. 2019, 33p. <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>

## 1.2. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

La empresa Sistemas Constructivo AFC ofrece productos para decoración y mampostería, estructura y materiales de construcción para obra negra, elementos de protección personal, materiales eléctricos, hierros, tornillería, perfilería metálica y materiales de todo tipo para construcciones de obra civil. En el Anexo A, se puede observar la variedad de productos que ofrece. Además de esto, la empresa ofrece el servicio de transporte, puesto que existen clientes no solo en la ciudad de Floridablanca Santander, sino en el área metropolitana de Bucaramanga y sus municipios aledaños.

## 1.3. ANÁLISIS DEL SECTOR

El sector de la construcción en el mundo emplea a más de 250 millones de personas, representando el 7.7% del total de empleo en el mundo. Desde la reactivación económica, ha sido uno de los sectores con mayor crecimiento y aporte al desarrollo económico de las naciones. En Colombia, participa con 6.5% del PIB Total<sup>2</sup>.

En Colombia, el sector de la construcción se divide en dos grandes subsectores que es el de las edificaciones y el subsector de la infraestructura. El primero, tiene que ver con aquellos proyectos de construcción cuyo fin es ocupacional o de vivienda y el segundo, es aquel que hace relación a la construcción de proyectos de infraestructura de transporte, energía, edificaciones, telecomunicaciones e hidráulica. Según Camacol, los productos más demandados en este sector son productos metálicos en un 71%, servicios de construcción en un 68%, maquinaria y aparatos electrónicos en un 54%, productos de madera en un 53% y otros, que pueden observarse en la figura 3<sup>3</sup>.

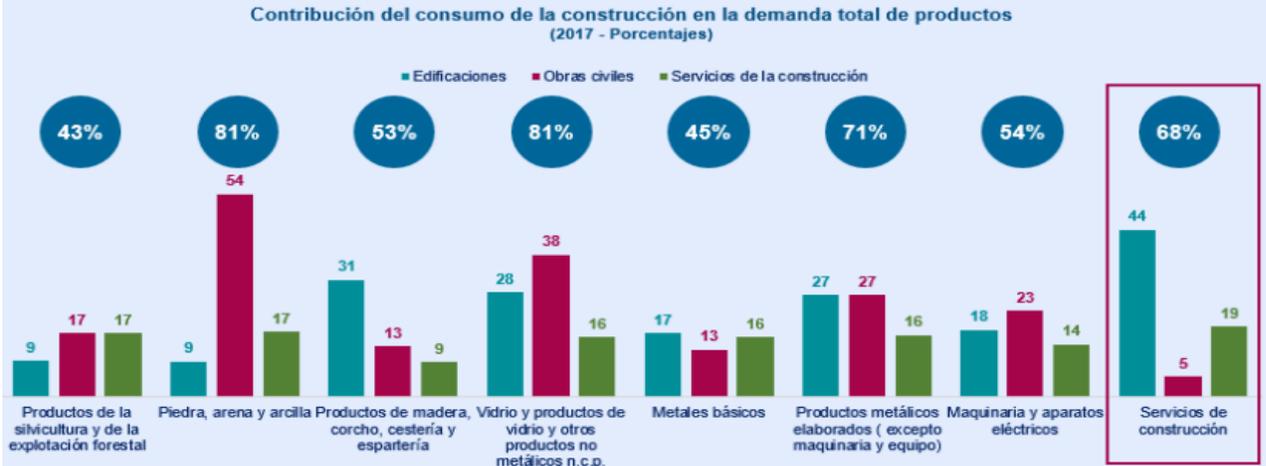
---

<sup>2</sup> FORBES STAFF. La construcción como fuente de empleo. 2021. <https://forbes.co/2021/10/04/economia-y-finanzas/la-construccion-como-fuente-de-empleo-77-de-trabajadores-en-el-mundo-pertenecen-al-sector/#:~:text=Un%20informe%20elaborado%20por%20la,el%20empleo%20a%20nivel%20mundial>.

<sup>3</sup> CAMACOL. Cámara Colombiana de la Construcción. Catálogo de cualificaciones sector construcción. Contextualización del sector. 2021. [https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files\\_public/2021-08/caracterizacion-sector-construccion.pdf](https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2021-08/caracterizacion-sector-construccion.pdf)

Se cree que el sector de la construcción va a generar una demanda de 36 billones de pesos en el 2023 en materiales de construcción ya que este mercado entre 2007 y 2017 tuvo ventas por más de 24.78 billones de pesos en el 2017. La demanda de materiales de construcción en el 2020 fue de 31.30 billones de pesos, aumentando 3% en lo que lleva del 2022 a un 34.12%<sup>4</sup>.

Figura 3. Productos demandados en el sector de la Construcción.



Fuente: CAMACOL. Cámara Colombiana de la Construcción.2021.

Aunque el mercado de la construcción es de mayor influencia en la ciudad de Bogotá en cuanto a la región andina, porque allí se construyen los proyectos de vivienda más grandes de Colombia, existe un desempeño importante de este mercado en cada uno de los departamentos que lo conforman, entre ellos, Boyacá y Santander por la cobertura de actividades económicas del sector de la construcción que hay en cada uno de estos municipios<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> DANE. Un sector diverso con múltiples oportunidades de negocio. 2022. [https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/materiales-de-construccion/#:~:text=El%20sector%20de%20la%20construcci%C3%B3n%20en%20Colombia%20tiene%20dos%20grandes,\(51%2C9%20%25\)%20respectivamente.](https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/materiales-de-construccion/#:~:text=El%20sector%20de%20la%20construcci%C3%B3n%20en%20Colombia%20tiene%20dos%20grandes,(51%2C9%20%25)%20respectivamente.)

<sup>5</sup> DORADO HERNÁNDEZ, Diego Rafael. Estudios económicos. Bogotá: Gobierno de Colombia. p.21. 2021. [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/TE\\_Region%20andina.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/TE_Region%20andina.pdf)

En el departamento de Santander, los indicadores del sector también son positivos para el fin de periodo del 2021 considerado por muchos expertos como el sector de la recuperación de la construcción debido a la generación de más de 40.000 empleos y venta de unidades de vivienda. Esto representa para ciudades como Bucaramanga y sus municipios aledaños en un crecimiento económico del sector del 52.5%<sup>6</sup>. De este modo, se concluye que el sector de la construcción al que pertenece indirectamente la empresa en estudio está en un ascenso importante actualmente, considerándolo un sector con oportunidades de crecimiento y ventas para la empresa Sistemas constructivos AFC.

#### 1.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Actualmente la empresa cuenta con dos líneas de actividad comercial. La clasificación de los productos y servicios se evidencian gráficamente en la figura 4.

**Primera línea.** Ofrece productos de ferretería al sector de la construcción en líneas de estructura, mampostería, instalación de acometidas y redes eléctricas, elementos de protección personal, seguridad industrial y materiales varios.

Figura 4. Servicios y productos ofrecidos por Sistemas Constructivos AFC.



Fuente: Propia.

<sup>6</sup> COLPRENSA. El sector de la construcción en Santander cierra el 2021 con cifras positivas en ventas de viviendas. 2021. <https://www.vanguardia.com/economia/local/sector-de-la-construccion-en-santander-cierra-el-2021-con-cifras-positivas-en-ventas-de-viviendas-MX4653439>

**Segunda línea.** Ofrece el servicio de transporte de mercancía en carretera, para lo cual, cuenta con dos vehículos: 1 vehículo Ford 150 Modelo 88 y una camioneta turbo modelo 88 Chevrolet.

Figura 5. Flota de Vehículos, empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC.



Fuente: Adriana Fonseca.

---

## 2. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

### 2.1. CLIENTES

La empresa Sistemas Constructivos AFC, actualmente, tiene operaciones en los municipios de Floridablanca, Girón y Bucaramanga; Para reconocer la satisfacción de los clientes frente a la presentación del servicio, se realizó una encuesta, la cual se evidencia en la figura 6.

Figura 6. Encuesta de nivel de satisfacción por parte de los clientes.



Nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa Sistemas Constructivos AFC

Este cuestionario tiene el objetivo de

Conocer el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio, a la calidad de los productos y a la efectividad de los procesos de la empresa.

No se piden datos personales, puesto que nadie tendrá conocimiento de quién responde esta encuesta, pues se conserva privacidad de los datos para que usted pueda expresar libremente y sinceramente su punto de vista pues es para nosotros importante en el mejoramiento de la empresa.

 soluciones.inteligenteslerro@gmail.com (no se comparten) 

[Cambiar cuenta](#)

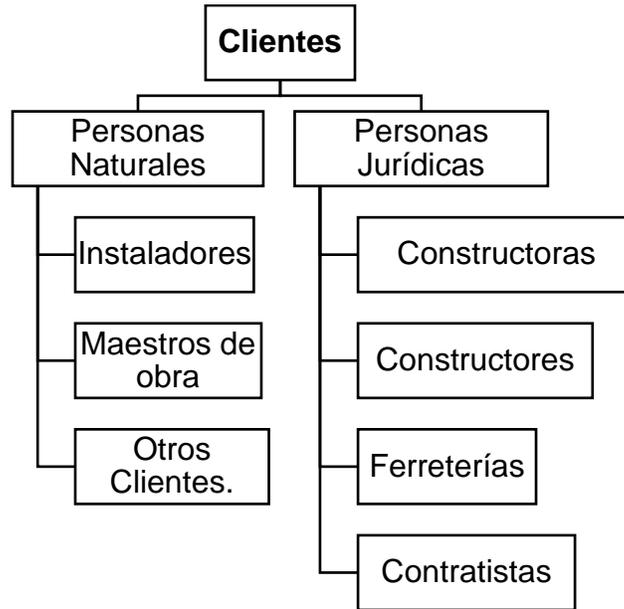
Fuente:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfd9Haitk2NgiRL1uuvxDFqR3qLHjfoNJTauSan4RqXB7C\\_DQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfd9Haitk2NgiRL1uuvxDFqR3qLHjfoNJTauSan4RqXB7C_DQ/viewform)

#### 2.1.1. Clientes Actuales

Los clientes actuales en la empresa se dividen conforme se muestra en la figura 7. En esta, se evidencia que los clientes son personas naturales y personas jurídicas, entre las personas jurídicas, se cuenta con importantes constructoras de la ciudad como URBACOLOMBIA y CONSTRUCTORA JK SALCEDO (figura 8), constructores como maestros de obra, ingenieros y personas con registro único tributario, ferreterías y contratistas. Entre las personas naturales están: instaladores, maestros de obra y otros clientes.

Figura 7. Clasificación de los clientes actuales.



Fuente: Propia.

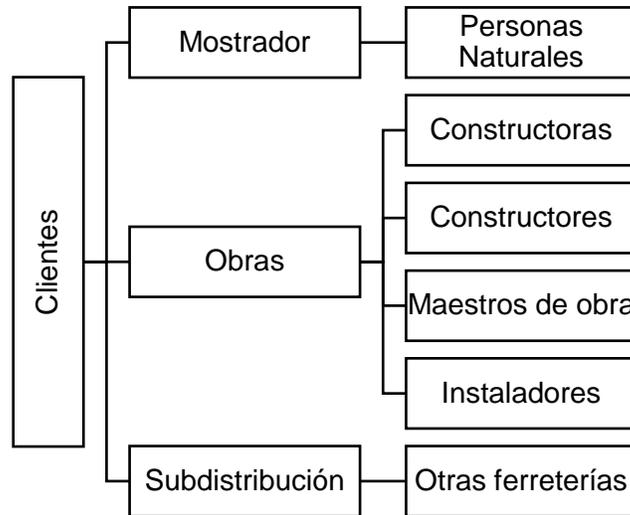
Figura 8. Clientes de SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC



Fuente: Constructoras en Bucaramanga. [En línea]. 2022. Disponible en [https://www.estrenarvivienda.com/constructora-marval/bucaramanga?ignore&utm\\_source=google\\_search&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign](https://www.estrenarvivienda.com/constructora-marval/bucaramanga?ignore&utm_source=google_search&utm_medium=cpc&utm_campaign)

Otra forma de clasificar en la empresa a los clientes es por medio de los canales de distribución que se muestra en la figura 9. Estos canales son: Mostrador, obras y sub - distribución.

Figura 9. Distribución de los clientes por canal de distribución.



Fuente: Propia.

Actualmente son 500 clientes registrados en la base de datos de la empresa.

### 2.1.2. Objetivo de la recolección de datos

Conocer la satisfacción de los clientes frente a los procesos logísticos de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC de aprovisionamiento y despacho, por medio de un estudio de mercados que permita establecer las acciones que requiere un plan para su mejoramiento.

### 2.1.3. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico inicial por medio de una encuesta de satisfacción y conocimiento de los procesos logísticos de la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC, identificando las debilidades del servicio de aprovisionamiento y despacho.

- Conocer la percepción de los clientes en cuanto a la prestación del servicio, los procesos de pedido, facturación, despacho y calidad de los materiales o productos, mediante el análisis de datos recolectados en la investigación, para reconocer las falencias en la prestación del servicio.
- Identificar las debilidades y fortalezas que actualmente tiene la empresa por medio de la opinión de los clientes, para dejar en evidencia las acciones de mejoramiento que son necesarias.

#### **2.1.4. Tipo de investigación**

El tipo de investigación es proyectiva, ya que se pretende generar un plan de mejoramiento con los resultados encontrados. La investigación proyectiva tiene el objetivo de encontrar oportunidades de mejora dentro de una empresa y generar soluciones prácticas que permitan el mejoramiento de los resultados. “consiste en la elaboración de una propuesta, un plan o procedimiento”<sup>7</sup>. Es decir, que permite aplicar conocimientos de una ciencia en específica para conocer una realidad y aplicar soluciones prácticas según los resultados conocidos.

#### **2.1.5. Método**

El tipo de investigación es inductiva, ya que parte de aspectos particulares que pueden identificarse de las percepciones de los clientes para llegar a aspectos generales que son las debilidades, fortalezas y oportunidades de mejora que tiene la organización.

#### **2.1.6. Fuentes de información**

---

<sup>7</sup> BARRERA Hugo. Capitulo III. Tipo de investigación. 2010.  
[https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap\\_3\\_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap_3_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos)

**Fuentes primarias.** Las fuentes de información para reconocer la eficacia de los procesos internos organizacionales son los clientes y empleados quienes conocen los procesos informales que actualmente se manejan dentro del negocio.

**Fuentes secundarias.** Se hizo la consulta de artículos de investigación, informes empresariales del sector de la construcción con el objetivo de reconocer oportunidades y amenazas. Además, se revisaron algunas tesis del repositorio de la Universidad Industrial de Santander de tipo Práctica empresarial, que sirvieron como guía metodológica para el presente estudio<sup>8</sup>.

### **2.1.7. Técnica de recolección de datos.**

**La encuesta.** La técnica utilizada en la recolección de datos fue la encuesta.

### **2.1.8. Instrumento**

Se aplicó un cuestionario estructurado de forma online, el cual se evidencia en la figura 6. Esta técnica de recolección de datos permite tener de manera rápida la percepción de participantes ajustándola a variables previamente establecidas en cada ítem. Este, contiene 15 preguntas de selección múltiple como se observa en el anexo G. Las preguntas son de tipo cerradas donde se da opciones de respuesta tipo Likert<sup>9</sup>, haciendo más fácil su análisis por medio de herramientas estadísticas como gráficos y tablas.

### **2.1.9. Población**

La población está conformada por los 500 clientes con los que actualmente cuenta la empresa, entre personas jurídicas y personas naturales, o entre clientes de mostrador,

---

<sup>8</sup> ARDILA QUINTERO, D.Y. Plan de mejoramiento para la empresa DIATECO S.A.S. 2022. <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/cf157d30-9020-4233-8f28-892176ab088e/content>

<sup>9</sup> CASAS ANGUITA J. REPULLO LABRADOR J R. DONADO CAMPOS J. La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. 2003. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

obras o distribución. Hay que tener en cuentas que dentro de las características sociodemográficas de la población se encuentra el nivel de escolaridad que va desde personas con niveles de educación primaria, hasta ingenieros, por lo que será conveniente realizar un muestreo no probabilístico por conveniencia teniendo en cuenta la disponibilidad de los clientes y las habilidades frente al manejo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

#### **2.1.10. Muestra**

El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia, por lo cual no se utilizó ninguna fórmula del muestreo probabilístico para determinar dicha muestra. Este tipo de muestreo permite involucrar a personas que conocen del fenómeno estudiado y que están dispuestas a participar del estudio y aportar datos importantes para la investigación dentro de un enfoque cualitativo<sup>10</sup>. Por lo tanto, es un muestreo por conveniencia, pues resulta más sencillo examinar a los clientes teniendo en cuenta solo a aquellos que están convenientemente disponibles y tienen el tiempo para contestar la encuesta con la objetividad suficiente para obtener un diagnóstico real de su satisfacción.

#### **2.1.11. Alcance**

El alcance es descriptivo puesto que busca reconocer las percepciones de los clientes y describirlas a través de un análisis de resultados. Los clientes encuestados se encuentran en la zona metropolitana de la ciudad de Bucaramanga, incluidos los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta Santander.

#### **2.1.12. Presentación y análisis de resultados**

---

<sup>10</sup> PARRA VELASCO. Probabilidad y estadística. (2017). <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>

A continuación, se presenta cada una de las preguntas que integran el instrumento de recolección de datos, con sus respectivos resultados y análisis. La encuesta fue contestada por 107 clientes como se evidencia en la figura 10.

Figura 10. Totalidad de participantes que contestaron encuesta.

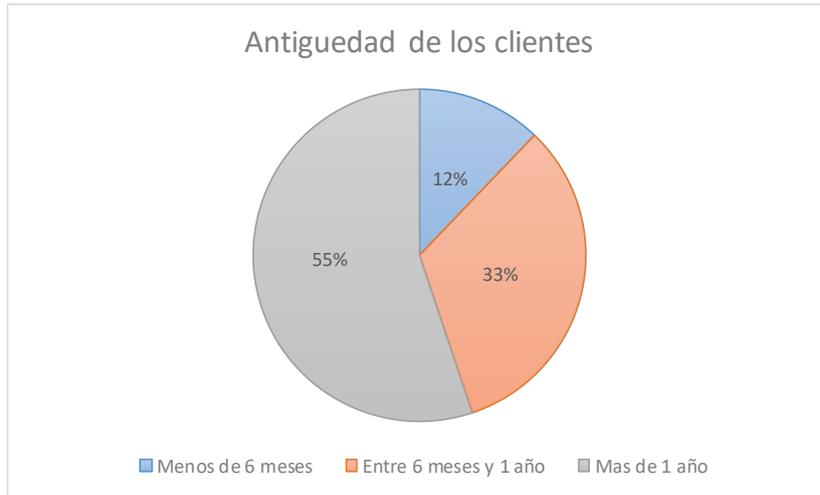


### 2.1.12.1. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo cliente de la empresa AFC Sistemas Constructivos?

Cuadro 1. Antigüedad de clientes.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
Menos de 6 meses	13	12%
Entre 6 meses y 1 año	35	33%
Más de 1 año	59	55%
Total	107	100%

Figura 11. Antigüedad de los clientes.



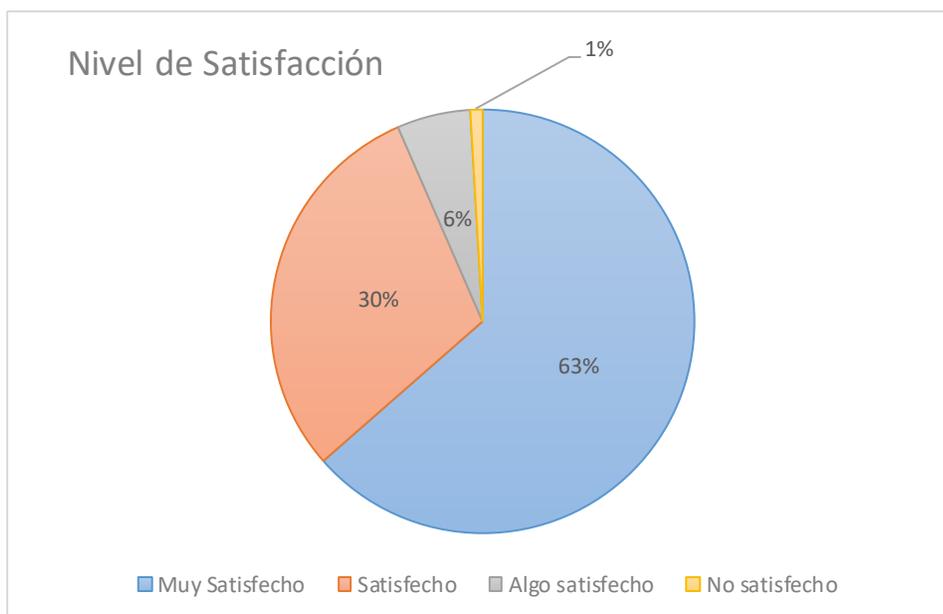
**Análisis:** De acuerdo con los clientes, el 55% tiene relaciones comerciales con la empresa hace más de 1 año. El 33% de los clientes entre 6 meses y 1 año y el 12% de los clientes tiene relaciones desde hace menos de 6 meses.

**2.1.12.2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la atención al cliente de la empresa?**

Cuadro 2. Nivel de Satisfacción.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Muy Satisfecho	68	64%
Satisfecho	32	30%
Algo Satisfecho	6	6%
No satisfecho	1	1%
Total	107	100%

Figura 12. Nivel de satisfacción de los clientes.



**Análisis.** El 64% de los clientes actuales se siente muy satisfecho con el nivel de atención en la empresa. Solo el 30% de los clientes se siente satisfecho, el 6% de ellos se sienten algo satisfechos y el 1% de los clientes está insatisfecho con la atención en la empresa. De esto, se puede concluir que existen debilidades por parte de la empresa que son percibidas por los clientes con un nivel de insatisfacción y que deben ser identificadas para garantizar la calidad del servicio.

### 2.1.12.3. ¿Por qué medio usted se enteró de los productos y servicios que ofrece la empresa Sistemas Constructivos AFC?

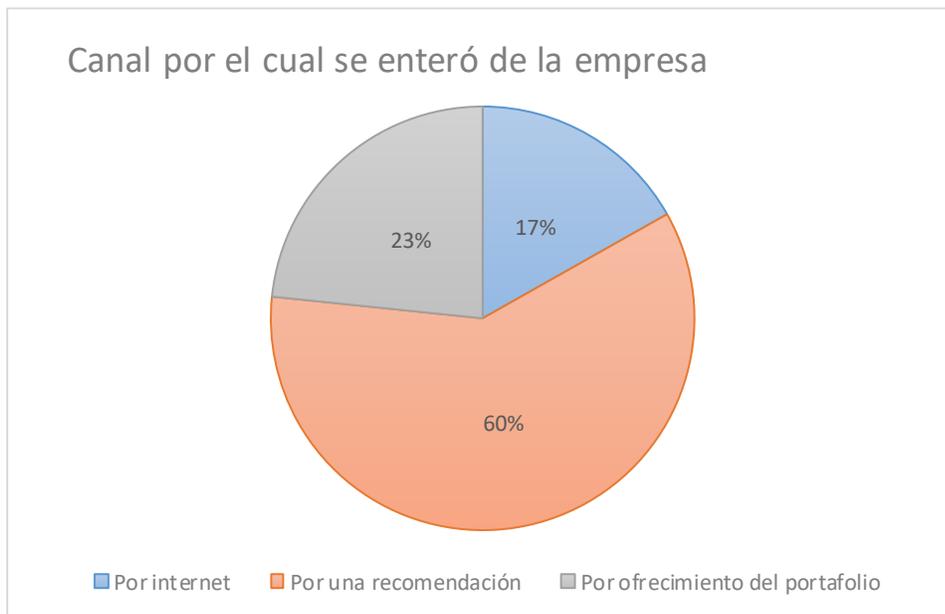
Cuadro 3. Medios de comunicación.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Por internet	18	17%
Por una recomendación	64	60%

Cuadro 3. (Continuación)

Por ofrecimiento del portafolio por parte de la empresa presencialmente	25	23%
Total	107	100%

Figura 13. Canal por el cual se enteró de la empresa.



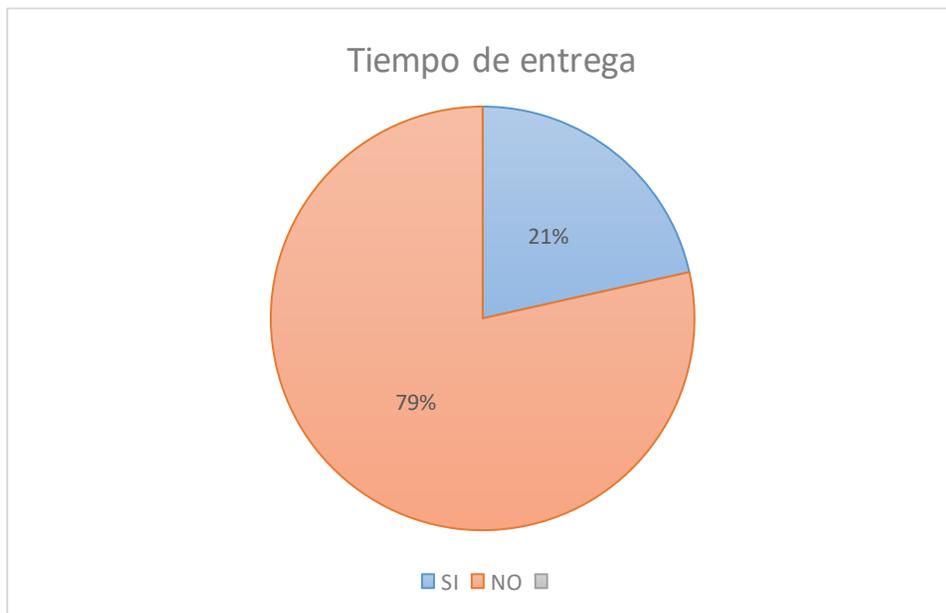
**Análisis.** El 60% de los clientes se enteró por medio de una recomendación. El 23% por medio de un ofrecimiento de portafolio por parte de la empresa de forma presencial y el restante de los clientes que es un 17%, por medio de internet. Esto refleja que la empresa necesita iniciar un proceso de comercio por la web, puesto que existen oportunidades de crecimiento en ventas por este canal.

#### 2.1.12.4. ¿Ha tenido algún inconveniente con el tiempo de entrega de sus pedidos?

Cuadro 4. Tiempo de entrega.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	23	21%
NO	84	79%
Total	107	100%

Figura 14. Tiempos de entrega.



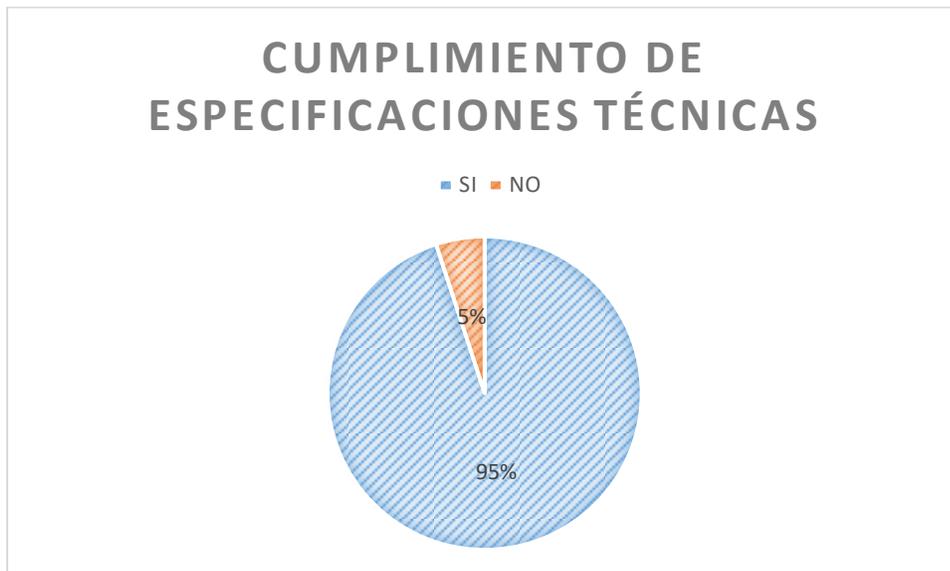
**Análisis.** El 79% de los clientes mencionan que no han tenido ningún problema con los tiempos de entrega de los productos, lo que habla muy bien del proceso de despacho y entrega. Sin embargo, un 21% de los clientes dicen que si han tenido problemas con los tiempos de entrega. Lo que permite evidenciar una oportunidad de mejora.

**2.1.12.5. ¿Los productos que usted ha adquirido en la empresa Sistemas Constructivos AFC, han cumplido con las especificaciones técnicas que usted solicitó?**

Cuadro 5. Especificaciones técnicas.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	102	95%
NO	5	5%
Total	107	100%

Figura 15. Cumplimiento de especificaciones técnicas.



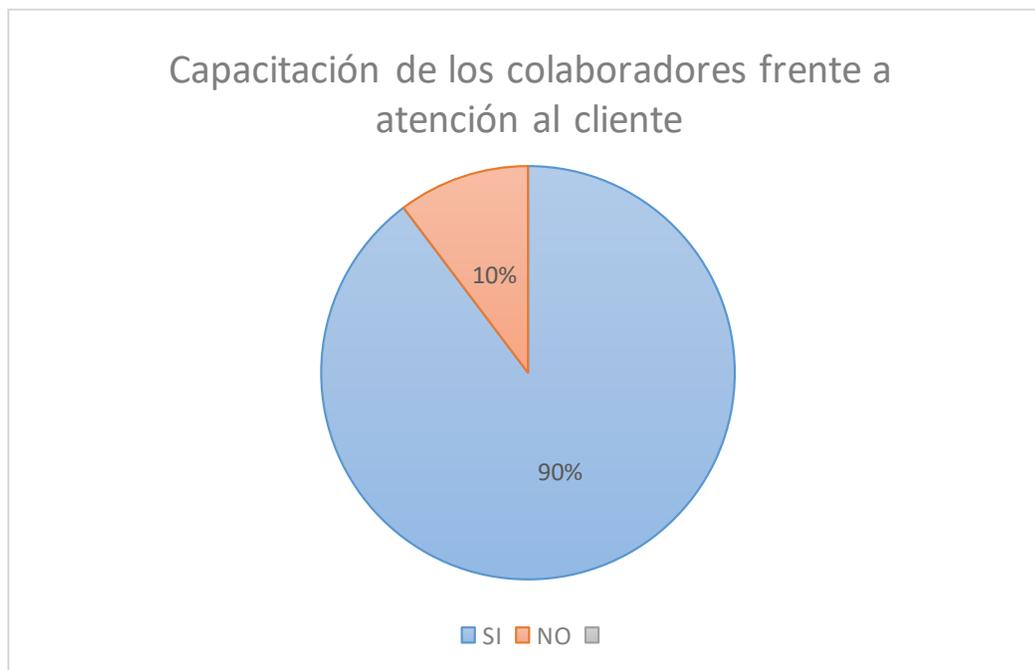
**Análisis.** El 95% de los clientes consideran que ha existido un cumplimiento por parte de la empresa en cuanto a las especificaciones técnicas que han solicitado en los productos. El 5% restante de ellos, mencionan que no se han cumplido con especificaciones técnicas que se solicitaron. Por lo que es importante indagar en que aspectos no se cumplen para generar acciones de mejora.

**2.1.12.6. ¿Considera que el personal de la empresa AFC Sistemas Constructivos posee la capacitación necesaria en cuanto a la atención al cliente?**

Cuadro 6. Capacitación de los colaboradores.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	96	90%
NO	11	10%
Total	107	100%

Figura 16. Atención al cliente por parte de los colaboradores.



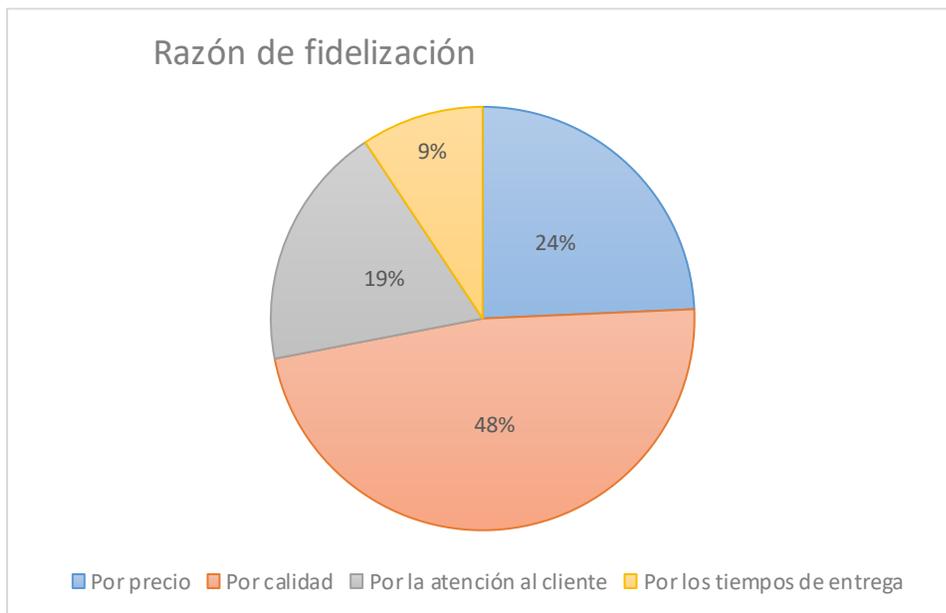
**Análisis.** Se considera que el 90% de los clientes perciben que los colaboradores de la empresa están capacitados para tener buen desempeño en atención al cliente. Sin embargo, es importante considerar que el 10% no está conforme con la preparación que tienen las personas, lo que representa una oportunidad de mejora para la empresa.

**2.1.12.7. ¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere los productos que vende la empresa AFC Sistemas Constructivos?**

Cuadro 7. Razones de fidelización.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Por precio	26	24%
Por calidad	51	48%
Por la atención al cliente	20	19%
Por los tiempos de entrega	10	9%
Total	107	100%

Figura 17. Razón de Compra.



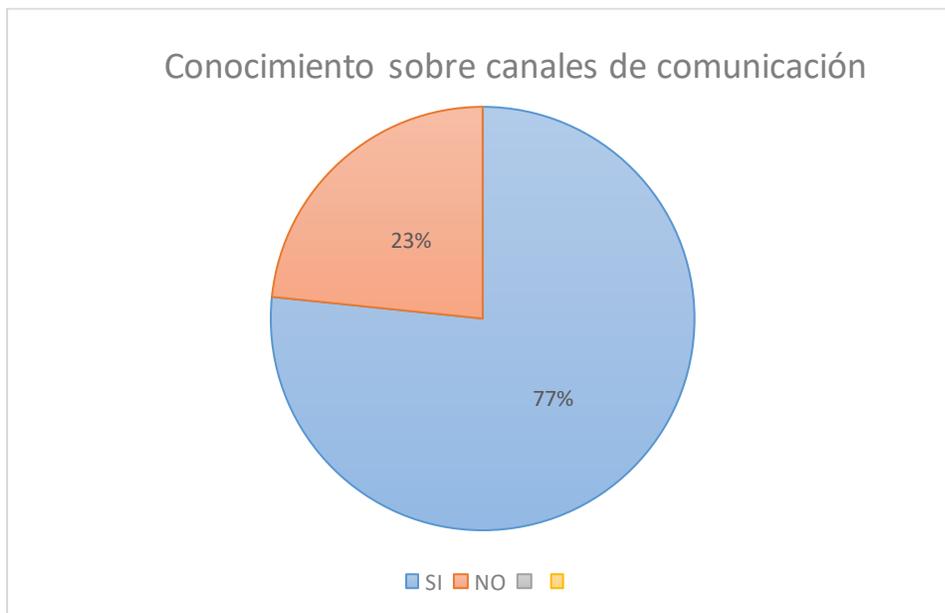
**Análisis.** El 48% de los clientes compran en la empresa por la calidad de los productos. El 19% por la atención al cliente. El 24% por el precio y el 9% considera que es por el cumplimiento en los tiempos de entrega.

**2.1.12.8. ¿Posee conocimiento sobre los canales de comunicación que tiene usted para presentar peticiones, quejas y reclamos ante la empresa Sistemas Constructivos AFC?**

Cuadro 8. Conocimiento sobre canales de comunicación.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	82	77%
NO	25	23%
Total	107	100%

Figura 18. Conocimiento sobre canales de comunicación.



**Análisis.** No existe claridad entre los clientes sobre los canales de comunicación que existen en la empresa para que ellos puedan expresar sus reclamos, inconformidades o peticiones. Esto, porque 77% de los clientes dice que, si los conoce, pero el 23% de ellos

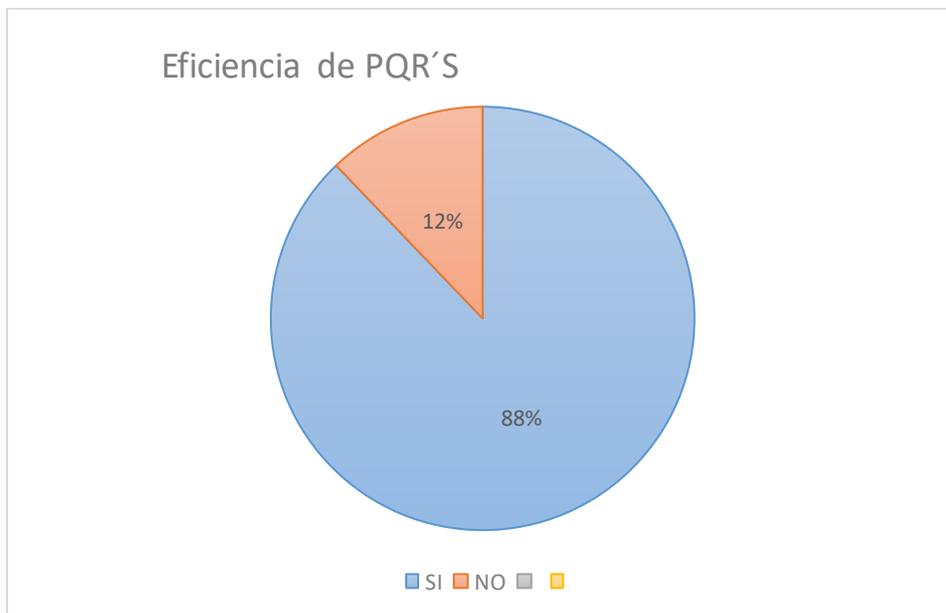
mencionan que no tiene conocimiento sobre esto. Esto representa una oportunidad de mejora para la empresa.

**2.1.12.9. ¿Si usted ha presentado un reclamo, petición o queja, considera que el tiempo de respuesta o resolución ha sido razonable?**

Cuadro 9. Eficiencia en resolución de PQR'S.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	94	88%
NO	13	12%
Total	107	100%

Figura 19. Eficiencia en resolución de PQR'S.



**Análisis.** El 88% de los clientes consideran que si ha tenido un tiempo de espera razonable frente a la resolución de su PQR'S, mientras que el 12% restantes, considera

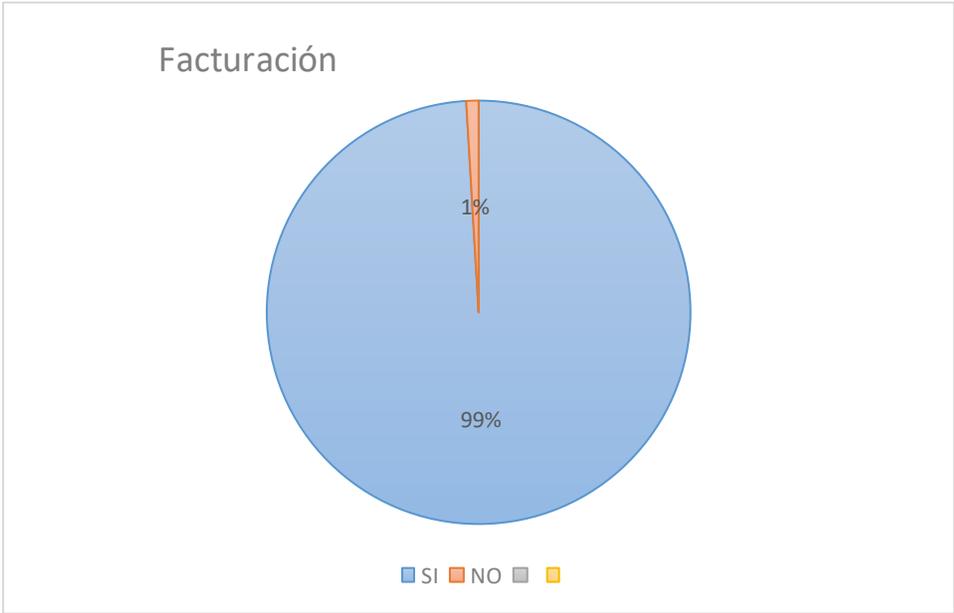
que no la ha tenido. De esto, se puede concluir que existen situaciones o inconformidades de los clientes que no se han resuelto de forma efectiva y que hay procedimientos que se deben mejorar para que exista un 100% de satisfacción frente a este proceso de resolución de peticiones, quejas y reclamos.

**2.1.12.10. ¿Al realizar sus compras, recibe la factura correctamente?**

Cuadro 10. Facturación.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	106	99%
NO	1	1%
Total	107	100%

Figura 20. Facturación.



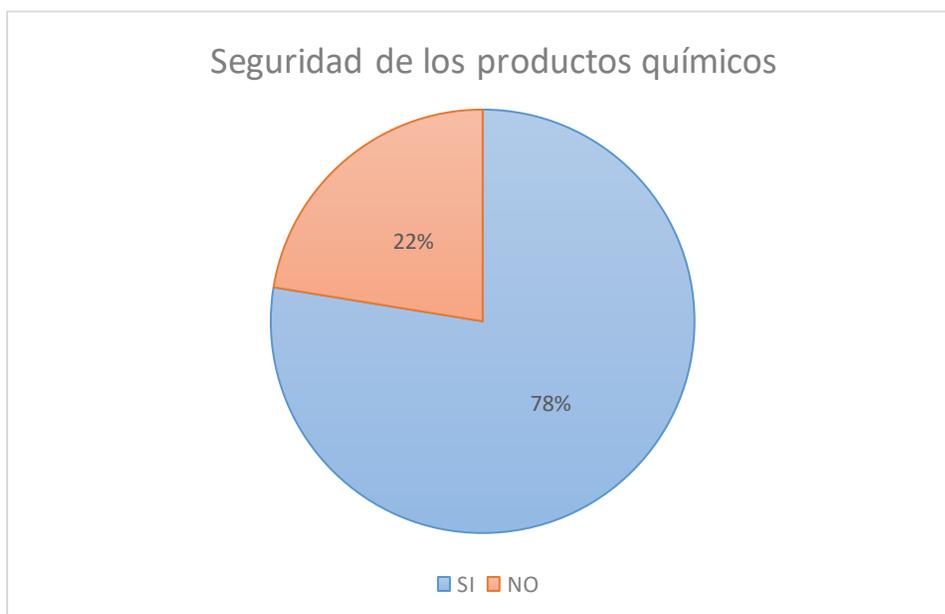
**Análisis.** El 99% de los clientes dicen que la factura la reciben correctamente. El 1% de ellos mencionan haber recibido su factura con algún tipo de error.

### 2.1.12.11. ¿Recibe por parte de la empresa Sistemas Constructivos AFC las hojas de seguridad de los productos químicos que compra en ella?

Cuadro 11. Entrega de Hojas de seguridad de los productos Químicos.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	83	78%
NO	24	22%
Total	107	100%

Figura 21. Entrega de Hojas de seguridad de los productos Químicos.



**Análisis.** El 78% de los clientes reciben correctamente las hojas de seguridad de los productos químicos que compran en la empresa. El 22% de los clientes dicen que no las reciben. Por tanto, es una oportunidad de mejora para el área operacional, porque no se

les ha hecho entrega de esta hoja que es requisito legal dentro de los sistemas de seguridad industrial y salud en el trabajo.

### 2.1.12.12. ¿Conoce las formas de comunicación que tiene usted con la empresa para realizar sus pedidos?

Cuadro 12. Pregunta No.12 conocimiento de canales de comunicación para pedidos.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	103	96%
NO	4	4%
Total	107	100%

Figura 22. Conocimiento de canales de comunicación para pedidos.



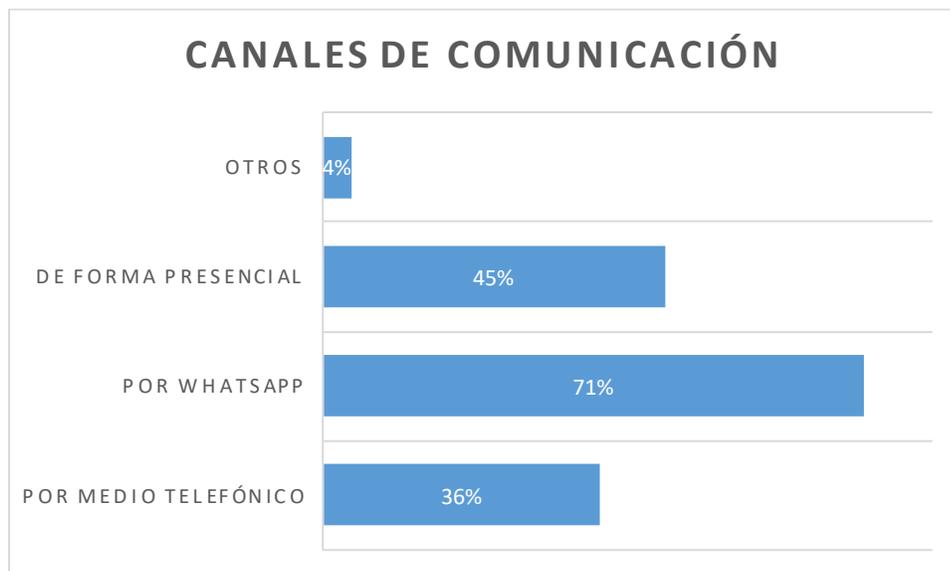
**Análisis.** El 96% de los clientes dicen que si conocen los canales de comunicación que actualmente tiene la empresa para la venta de sus productos o la solicitud de sus productos. El 4% de ellos restante dicen que no los conocen.

**2.1.12.13.¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza usted frecuentemente para realizar sus pedidos?**

Cuadro 13.Medios para realizar pedidos (pregunta múltiple respuesta).

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Por medio telefónico	39	36%
Por WhatsApp	76	71%
De forma presencial	48	45%
Otros	4	4%

Figura 23. Canales de comunicación.



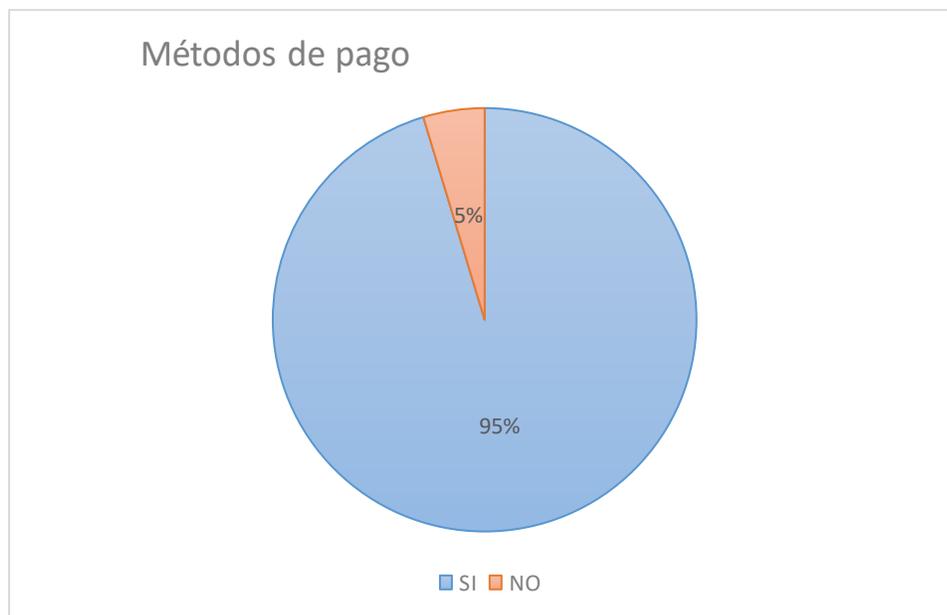
**Análisis.** La pregunta es de tipo respuesta múltiple. Según la figura 23, se observa que el canal con mayor porcentaje de comunicación para la solicitud de pedidos es por el WhatsApp equivalente a un 71%. El que le sigue es por medio presencial, en un 45%. Luego por medio telefónico equivalente a un 36% de la población y por otros medios equivalente al 4% de la población.

**2.1.12.14. ¿Conoce usted los métodos de pago que tiene para comprar en la empresa AFC Sistemas Constructivos?**

Cuadro 14. Métodos de pago.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	102	95%
NO	5	5%
Total	107	100%

Figura 24. Conocimiento sobre métodos de pago.



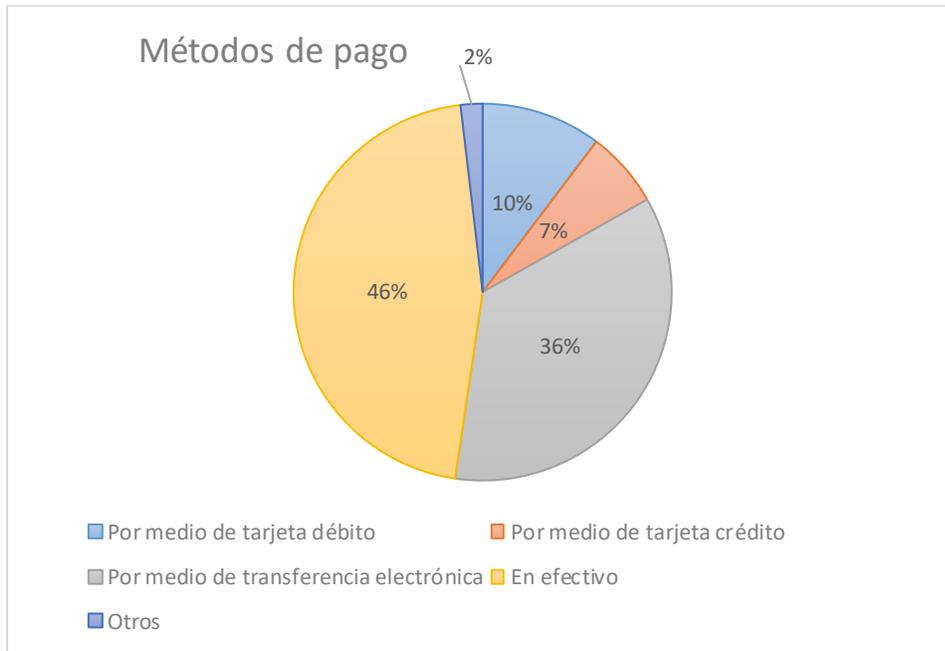
**Análisis.** 95.1% de los clientes tienen conocimiento sobre los métodos de pago que tiene la empresa, mientras que el 4.9% de ellos no tienen conocimiento.

**2.1.12.15. ¿Cuál de los métodos de pago siguientes utiliza usted más a menudo?**

Cuadro 15.Método de pago utilizado.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Por medio de tarjeta débito	11	10%
Por medio de tarjeta Crédito	7	7%
Por medio de transferencia electrónica	38	36%
En efectivo	49	46%
Otros	2	2%
Total	107	100%

Figura 25. Métodos de pago utilizados.



**Análisis.** El medio de pago más usado por los clientes es en efectivo en un 46%, seguido de la transferencia electrónica en un 36%, tarjeta débito en un 10%, tarjeta crédito en un 7% y finalmente el 2% que utiliza otros medios de pago no mencionados.

## 2.2. MERCADO POTENCIAL

La empresa actualmente tiene cobertura comercial en el municipio de Floridablanca y Bucaramanga Santander. Sin embargo, en miras a cubrir el departamento de Santander, el mercado potencial de SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC está integrado por municipios como:

- Zapatoca
- Lebrija
- San Vicente

Cada uno de ellos actualmente cuentan con proyectos de construcción importantes. Por ejemplo, Dentro del plan de desarrollo para municipios como Lebrija Santander se puede encontrar la línea estratégica de desarrollo económico, en la cual se establecen actividades en sectores como el desarrollo rural. Además de esto, Lebrija ha visionado proyectos importantes de construcción como la restauración de patrimonio cultural como lo es el hospital de la Guerra de los Mil días ubicado en inmediaciones del Aeropuerto de Palogrande. Además, se menciona que la actual administración está esforzándose para la construcción de proyectos de vivienda para grupos vulnerables<sup>11</sup>.

Por parte del municipio de Zapatoca, desde el 2018 se viene licitando el proyecto para la interventoría para la construcción de la plaza de mercado del municipio, cuya cuantía es por \$321.317.874 millones de pesos<sup>12</sup>. Además, hay que considerar que hoy en día el municipio es un lugar turístico, por lo que se proyecta la construcción de hoteles y demás infraestructura para abastecer el sector del turismo del municipio.

---

<sup>11</sup> PLAN DE DESARROLLO 2020-2023. Unidos por Lebrija Santander. <https://www.lebrija-santander.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/PLAN%20DE%20DESARROLLO%202020%20-%202023.pdf>

<sup>12</sup> COLOMBIA LICITA. Construcción plaza mercado zapatoca. 2022. <https://colombialicita.com/licitacion/69711540>

### **2.3. COMPETENCIA**

Para el diagnóstico de la competencia se hizo un estudio de Benchmarking la cual es una herramienta que permite identificar los puntos más fuertes de la competencia en el mercado, para tener un punto de referencia frente a las acciones y decisiones de mejoramiento de la empresa y que son el objetivo principal de esta propuesta de mejoramiento empresarial. Es decir, el Benchmarking es una herramienta de mejora que permite la reunión de datos; que la empresa convierte en conocimiento para mejorar su capacidad de adaptación teniendo como punto de referencia los procesos, acciones, estrategias y enfoques que han sido de éxito en otras compañías y frente a estas, ofrecerles a los clientes un valor agregado que la haga más competitiva y atractiva dentro del mercado<sup>13</sup>.

Este estudio se hizo con la empresa Homecenter, Ardisa y Distribuciones Colombia que son los más fuertes competidores a nivel local, regional y nacional, pues, aunque se tienen algunas alianzas estratégicas con estas empresas, no dejan de ser fuerte competencia para Sistemas Constructivos AFC. Los objetivos de este estudio fueron:

- Hacer un análisis funcional y competitivo de las empresas Homecenter, Ardisa y Distribuciones Colombia ubicadas en el municipio de Floridablanca Santander.
- Identificar las principales estrategias de comercialización y marketing de estas empresas.
- Comparar las estrategias implementadas por estas empresas, con las implementadas actualmente por la empresa AFC Sistemas constructivos en el municipio de Floridablanca Santander.

### **BENCHMARKING COMPETITIVO Y FUNCIONAL**

---

<sup>13</sup> INTXAURBURU M, LUBURU C. Una revisión teórica de la herramienta de Benchmarking. 2005. [https://www.ehu.eus/documents/2069587/2113623/12\\_6.pdf](https://www.ehu.eus/documents/2069587/2113623/12_6.pdf)

Cuadro 16. Benchmarking empresa Homecenter.

Empresa:	Homecenter
Logotipo:	
Slogan	“Mas barato, imposible”. Algunos consideran que no puede ofrecer esta publicidad en todos sus productos por lo que tiene publicidad engañosa.
Misión	“Desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría a través del canal de venta que el cliente escoja, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes” <sup>14</sup>
Visión	“Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mediante el mejoramiento de la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América”
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reír. Actitud simple y profunda.</li> <li>• Relación con las personas</li> <li>• Viven los valores por medio de la sonrisa.</li> </ul>
Ubicación	Cra 21 # 45-02 Ubicado en el municipio de Bucaramanga.
Productos	Home center además de ofrecer productos para la construcción y ferretería, también ofrece productos para el hogar, proyectos de construcción, tecnología, electrodomésticos, decoración, muebles y demás.

<sup>14</sup> HOMECENTER. Quienes Somos. 2022. <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/mashomecenter/nuestra-empresa>

Cuadro 16. (Continuación)

<p>Modelo de negocio</p>	<p>En mercados ofrecer mejoramiento, mantenimiento y reparación del hogar. El formato de la tienda es tres: sodimac Homy diseño para todos; Sodimac constructor imperial y Sodimac empresas.</p>
<p>clientes</p>	<p>Familias, maestros de obra y constructoras. Está enfocado para todos los colombianos, empresas pequeñas, medianas y la gran empresa, puesto que ofrece facilidades de crédito con bancos como Falabella y bajos precios.</p>
<p>Canales de distribución</p>	<p>Home center ofrece la distribución de sus productos por medio de su página de internet (Home center) o compra en línea, y modo presencial a través de cientos de tiendas en todo el territorio colombiano.</p>
<p>Estratégicas de marketing</p>	<p>Esta aliada a grandes empresas como CORONA, Falabella Cuenta con calidad en el servicio al cliente Cuenta con numerosos proveedores por lo que la capacidad de negociación de los proveedores es baja. Se enfoca en ofrecer productos innovadores.</p>
<p>Organigrama</p>	<p>Tomado de: (Sodimac, 2020)</p>

Cuadro 16. (Continuación)

Tecnología implementada	El centro de distribución de Homecenter funciona con inteligencia artificial llamado “sistema GTP Goods to person, quienes son robots que clasifican los productos por categoría y cantidad según los pedidos u órdenes encomendadas por los clientes (Vargas, 2022). El retail o promesa de entrega es 24 horas en ciudades como Bogotá.
Sellos de calidad	Esta dentro de las 20 empresas sostenibles del país. Es la mejor marca posesionada en el mercado de su categoría. Primera empresa en el 2017 en ranking de grandes superficies. Empresa con el mejor entorno laboral en Colombia <sup>15</sup>

Fuente: Sodimac Corona.

Cuadro 17. Benchmarking empresa Ardisa Materiales para construcción y remodelación.

Empresa:	Ardisa Materiales para construcción y remodelación
Descripción	Empresa fundada en 1952 como ALMACÉN DARCO, 10 años después como ALMACÉN DARCO-ARDILA DÍAS & CIA LTDA
Logotipo:	
Slogan	“Un futuro mejor para todos”
Misión	“buscamos la satisfacción de nuestros clientes industriales, comerciales, personales naturales y de la construcción, proporcionando soluciones integrales a través de la asesoría, especificación y comercialización de materiales en el mercado nacional” <sup>16</sup>

<sup>15</sup> SODIMAC CORONA. Emisión de Bonos Ordinarios. 2017. <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/informacion-inversionistas/doc/presentacion-bonos-sodimac-colombia-2017.pdf>

<sup>16</sup> ESPINOSA L. Práctica empresarial Ardisa S.A. 2021 <https://docplayer.es/227564963-Practica-empresarial-ardisa-s-a-liliana-carolina-espinosa-munoz.html>

Cuadro 17. (Continuación)

Visión	“Ser una empresa de carácter nacional líder en el mercado de la construcción y la industria en general, en el desarrollo de negocios profesionales y éticos, logrando incursionar a mercados internacionales”
Valores	La responsabilidad es el principal valor para generar confianza con el cliente, y el respeto hacia las personas.
Ubicación	Cra 17 C #60-30 Bucaramanga
Productos	Su fuerte es la distribución de maderas, aluminios, cerámicas y pinturas. Actualmente tiene más de 14 mil productos que se ofrecen para obra negra, remodelación y acabados (Ardisa, 2022).
clientes	Constructores de Bucaramanga, Bogotá, Pereira, Cali, barranquilla, Tunja, Duitama, Cartagena
Canales de distribución	Ofrece comercialización de productos a través de compras online y compras presenciales.
Estratégicas de marketing	Autoservicio asistido y asesoría personalizada.
Organigrama	No disponible
Tecnología implementada	Cuenta con sistemas ERP para el manejo de sus procesos internos. Con este sistema se asegura de la gestión y trazabilidad de la información.
Sellos de calidad	Cuenta con Certificación ISO 9001. Calidad en el servicio.

Cuadro 18. Benchmarking empresa Distribuciones Colombia.

Empresa:	Distribuciones Colombia
Logotipo:	 <p>Cuenta con 29 años de experiencia en el mercado.</p>
Misión	<p>“DISTRIBUCIONES COLOMBIA SAS, es una organización que tiene como propósito la comercialización y distribución de materiales para la construcción. Mantenimiento y remodelación de viviendas, obras civiles e insumos para la industria metalmecánica; fomentando el desarrollo social mediante la generación de empleo, contamos con una completa línea de productos, apoyados en la calidad y experiencia de nuestros proveedores. Nuestro personal idóneo y capacitado responde de manera eficiente y eficaz a las necesidades de nuestros clientes, resultado de una asesoría técnica y entregas oportunas.”<sup>17</sup></p>
Visión	<p>“DISTRIBUCIONES COLOMBIA SAS, tiene como visión aumentar su participación en la comercialización, distribución, mantenimiento y remodelación del mercado de la construcción e insumos para la industria metalmecánica, con presencia a nivel local y nacional. Ofreciendo a nuestros clientes un amplio portafolio de productos y servicios de alta calidad dirigidos siempre a la mejora continua de requisitos y satisfacción a nuestros clientes, innovación que nos permite crecer y consolidarnos como una empresa líder del sector”.</p>
Ubicación	Diagonal 15#calle 59-14 Bucaramanga

<sup>17</sup> DISTRIBUCIONES COLOMBIA. Página Oficial. 2022. <https://distribucionescolombia.com/nosotros/>

Cuadro 18. (Continuación)

Productos	Ofrece productos para la construcción, remodelación y la industria general.
clientes	Cuenta con más de 7.244 clientes
Canales de distribución	Cuenta con plataforma de compras online y compras presenciales.
Estratégicas de marketing	<p>Se creó el programa Club del maestro DISCOL. Es un programa de lealtad del cliente que le permite ir acumulando puntos al cliente en cada compra realizada y con esto pueden obtener mejores precios, capacitaciones, envió de correos con promociones, redimir puntos en regalos, entre otros beneficios.</p> <p>Cuenta con proveedores de alta calidad como Pavco, Grival, Yale, Challenger, Haceb, Socoda, Pintuco, Entre otros.</p> <p>Contacto continuo con el cliente.</p> <p>Ofrece precios competitivos.</p> <p>Ofrece parqueaderos privados para sus clientes</p> <p>Tiene flota de vehículos propios para la distribución de sus productos.</p>
Sellos de calidad	Cuenta con Certificación ISO 9001 e ISO 14001. CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE.

### Análisis

Teniendo en cuenta la trayectoria y el tamaño de las empresas indagadas, se hace énfasis en la estrategia de atención al cliente que tiene la empresa DISTRIBUCIONES COLOMBIA SAS con el programa Club del maestro DISCOL, es una estrategia de fidelización que no requiere tecnología de punto o grandes recursos para ser implementada por AFC sistemas constructivo y que puede permitir la fidelización de clientes que se encuentren ubicados en el municipio de Floridablanca puesto que estas empresas estudiadas se encuentran en el municipio de Bucaramanga, lo que puede

resultar una ventaja competitiva de AFC si se enfoca en los clientes de Floridablanca Santander.

Otra de las estrategias de marketing que tiene especialmente Home Center, es la innovación de productos o la venta de productos nuevos para el sector de la construcción. Cuanto un cliente quiere encontrar los sistemas constructivos del momento, puede ir a Home center y allí encontrará lo necesario para desarrollar esos proyectos. Por lo que puede ser una idea importante para AFC, pues debería especializarse en un sistema constructivo o en un solo método de construcción y que, de este, se pudieran encontrar las mejores especificaciones dentro del mercado.

AFC sistemas constructivos, es una empresa que hasta ahora está empezando en el mercado y que debe continuar con la consulta de estrategias que les han funcionado a estas grandes superficies, para empezar a incursionar en el mercado de Santander. Para esto se hace énfasis en la venta en línea y la creación de una página Web donde los clientes puedan encontrar y hacer sus compras en línea, estando en tendencia con sus más fuertes competidores.

## **2.4. PROVEEDORES**

Los proveedores que tiene actualmente la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC, tienen un posicionamiento en el sector de la construcción por la calidad de sus productos. Entre ellos, se encuentran los siguientes perfiles:

**2.4.1. Eternit.** Es una empresa con una trayectoria de 80 años en el sector de la construcción. Su valor agregado es la calidad y exigencia técnica con la que diseñan sus productos para ofrecer un producto de calidad para las obras civiles y de bajo impacto para el medio ambiente. Esta ofrece soluciones para cubiertas,

soluciones constructivas innovadoras, soluciones para acabados, y soluciones para la instalación de acometidas<sup>18</sup>.

**2.4.2. Knauf:** Es una empresa creada en 1932 por los hermanos Alfons y Karl ofreciendo productos como masillas, adhesivos, cintas, mallas, bandas, lanas minerales, revoques, pinturas y yeso. Ahora, innovando en sistemas constructivos como placas para exteriores, placas acústicas, placas desmontables, entre otros<sup>19</sup>. La empresa tiene presencia en 70 países y ofrece 26 mil empleos a nivel mundial.

**2.4.3. Procalco S.A.S:** Es una empresa que ofrece morteros, materiales para pañetes, prefabricados de concreto, concreto curado a 28 días, adhesivos cerámicos, entre otros materiales granulados para la elaboración de morteros, concretos y cementos para la construcción; todos productos calcáreos<sup>20</sup>.

**2.4.4. Delta Global:** Es una empresa creada el 4 de diciembre de 2006 en la ciudad de Cali Colombia. Es el aliado número uno de la empresa<sup>21</sup>. Puesto que sus soluciones en construcción liviana en seco Drywall le permite ofrecer nuevos métodos constructivos a los clientes. Además de este producto, ofrece aislantes acústicos y térmicos, herramientas, chazos, anclajes, abrasivos, cintas autoadhesivas, cintas Drywall, tornillería, entre otros productos que son importantes para el portafolio de productos de la empresa.

**2.4.5. C.A Mejia.:** Es una empresa fundada en el año 1963 actualmente denominada C.A MEJIA & CIA S.A.S. Se dedica a la fabricación de productos de ferretería, papelería, zapatería, oficina y productos industriales con la alianza de otras empresas con la experiencia y el conocimiento en cada uno de estos productos<sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> ETERNIT. Página Oficial. 2022. <https://www.eternit.com.co/organizacion/#construyendo-historia>

<sup>19</sup> KNAUK. Página oficial. 2022. [https://www.knauf.com.co/index.php?r=product/index&product\\_category\\_id=1](https://www.knauf.com.co/index.php?r=product/index&product_category_id=1)

<sup>20</sup> PROCALCO. Página Oficial. 2022. <http://procalcosas.com.co/adhesivo-ceramico-pegatek/>

<sup>21</sup> DELTAGLOBAL. Página oficial. 2002. <https://www.deltaglobal.com.co/resena.html>

<sup>22</sup> CAMEJIA. Página Oficial. <https://www.camejia.com/comejia>

Sus aliados son: Triton, Supercam, Toroado, Polycam, tachuela mosca, Tacol, entre otros.

Figura 26. Proveedores.



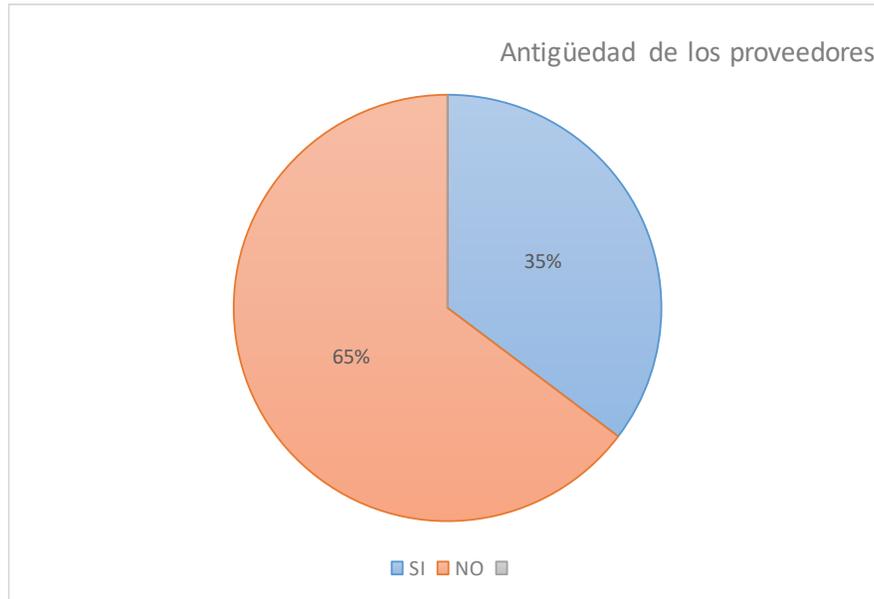
Ahora bien, tener conocimiento sobre las necesidades de los proveedores y sus niveles de satisfacción con la empresa, puede reflejar oportunidades de mejora para los procesos internos, que son el objetivo principal de este plan de mejora. Para esto, se hizo una encuesta online, en donde participaron 17 proveedores. Se realizaron un total de 10 preguntas para finalmente identificar fortalezas y debilidades; con esto se busca identificar problemas para su priorización.

#### **2.4.6. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo proveedor de la empresa AFC Sistemas Constructivos?**

Cuadro 19. Tiempo de Antigüedad de los Proveedores.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Más de 1 año	6	35%
Entre 6 meses y 1 año	11	65%
Menos de 6 meses	0	0%
Total	17	100%

Figura 27. Antigüedad de los proveedores.



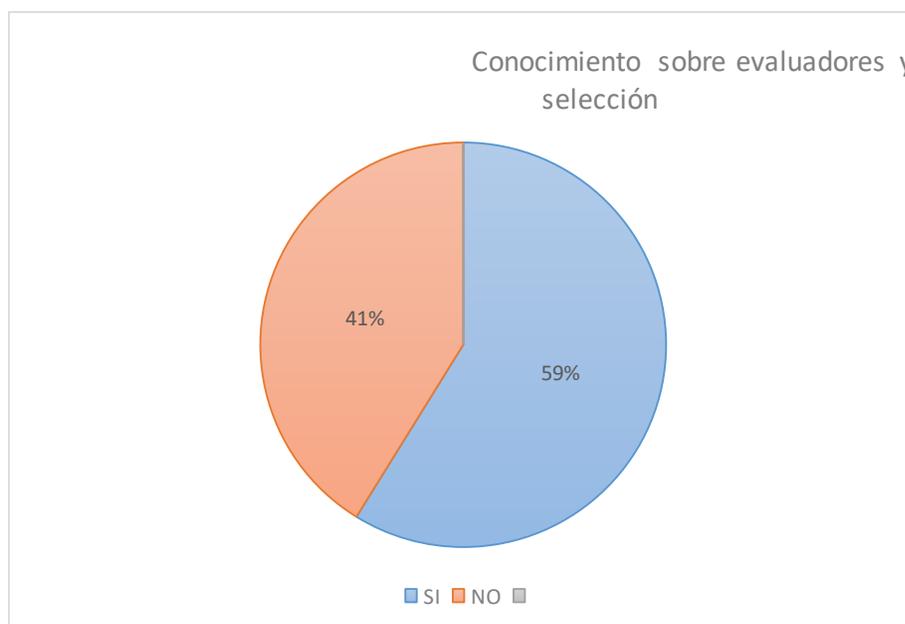
**Análisis.** El 65% de los proveedores tiene un tiempo entre 6 meses y 1 año de estar comercializando productos con la empresa, y el 35% tiene un tiempo superior a 1 año. Esto significa que la mayoría de los proveedores tienen relaciones con la empresa por más de 6 meses y que su información es pertinente frente a los procesos de aprovisionamiento, para identificar con ellos posibles acciones de mejora.

### 2.4.7. ¿Tiene usted conocimiento sobre los métodos de selección y evaluación de proveedores por parte de la empresa?

Cuadro 20. Conocimiento sobre métodos de selección y evaluación de proveedores.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	10	59%
NO	7	41%
Total	17	100%

Figura 28. Conocimiento sobre evaluación y selección.



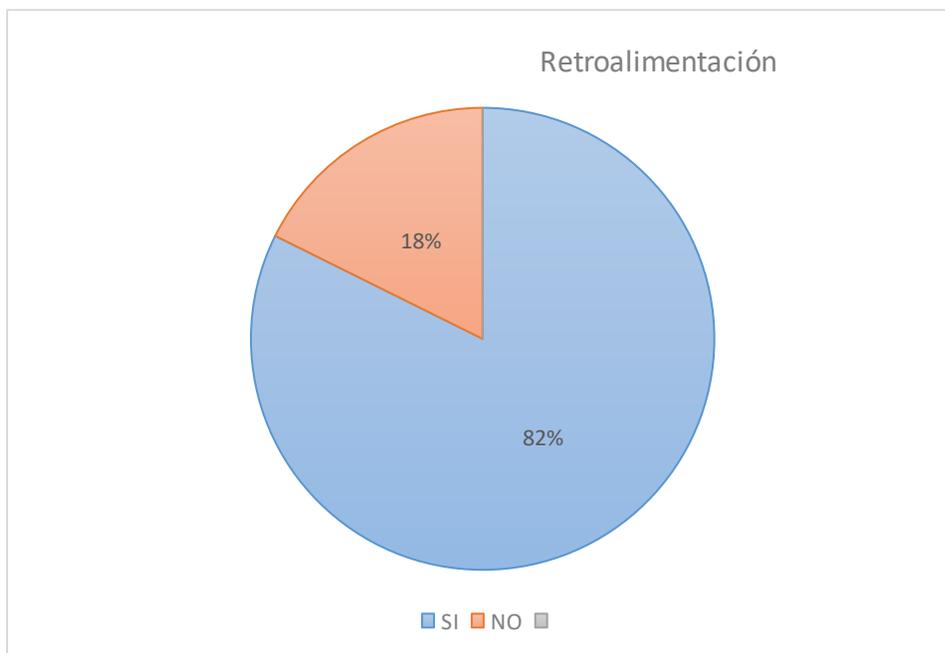
**Análisis.** El 59% de los proveedores tienen conocimiento sobre los métodos de selección y evaluación de proveedores, el 41% no tiene conocimiento; por lo que es importante generar una acción correctiva inmediata porque es casi el 50% de esta población.

#### 2.4.8. ¿Recibe usted retroalimentación sobre la satisfacción de la empresa AFC Sistemas Constructivos?

Cuadro 21. Retroalimentación sobre la satisfacción de AFC.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	14	82%
NO	3	18%
Total	17	100%

Figura 29. Retroalimentación por parte de Sistemas Constructivos AFC



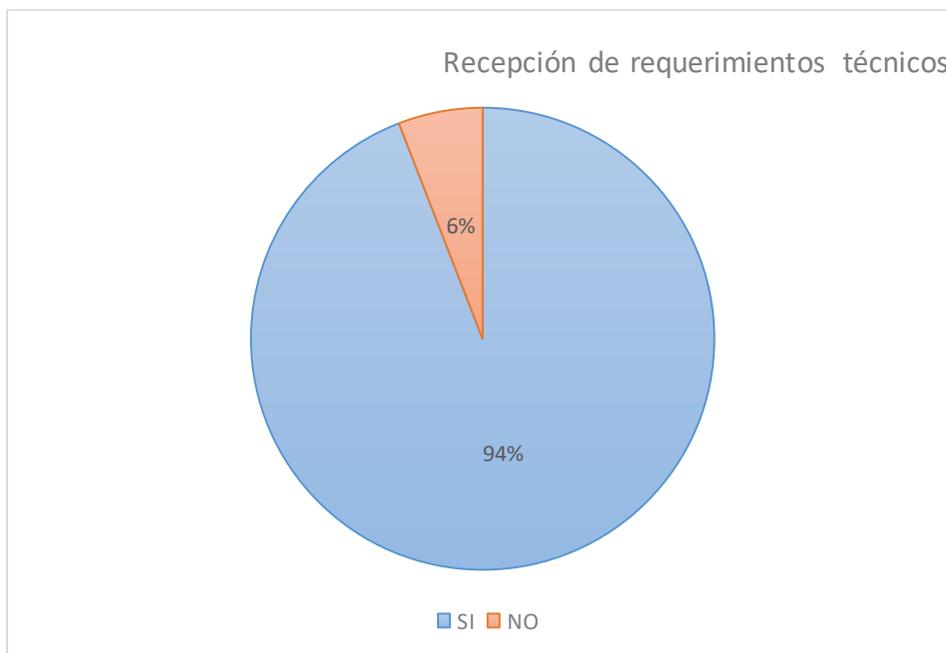
**Análisis.** El 82% de los proveedores reciben retroalimentación, el otro 18% no la recibe.

**2.4.9. ¿Recibe usted los requerimientos técnicos y comerciales cuando se realiza una solicitud de cotización por parte de la empresa AFC Sistemas Constructivos?**

Cuadro 22. Recepción de requerimientos técnicos por parte de AFC.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	16	94%
NO	1	6%
Total	17	

Figura 30. Pedidos con requerimientos técnicos.



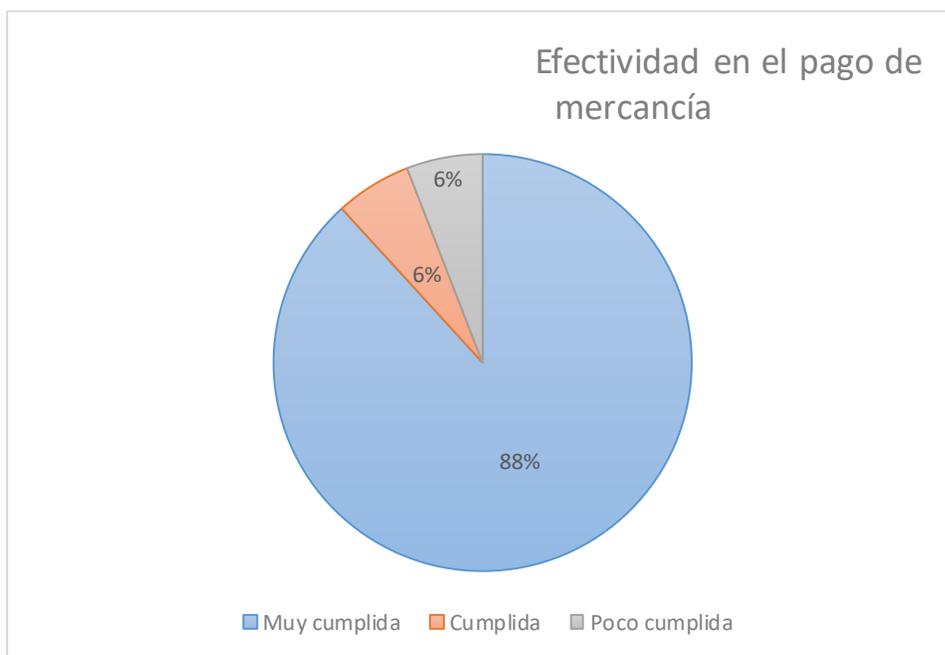
**Análisis.** El 94% de los proveedores consideran que la empresa envía todos los requerimientos técnicos que necesita de los productos, mientras que el 6% consideran que la empresa no envía estos requerimientos.

**2.4.10. Califique el nivel de cumplimiento en el pago de mercancía y servicios. (donde 1 es poco cumplida, y 5 muy cumplida).**

Cuadro 23. Efectividad en el pago de mercancía.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Muy Cumplida	15	88%
Cumplida	1	6%
Poco Cumplida	1	6%
Total	17	100%

Figura 31. Cumplimiento en el pago de mercancía.



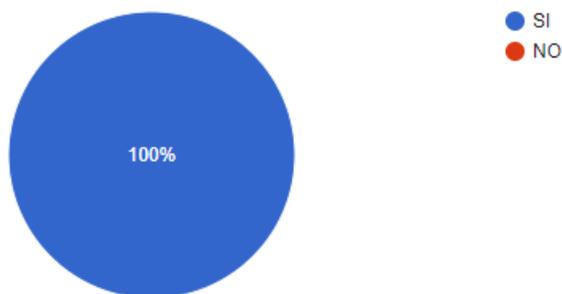
**Análisis.** El 88% de los proveedores consideran que la empresa es Muy cumplida con el pago de mercancía, el restante 12% de ellos se divide en que consideran que es poco cumplida (6%), y que es cumplida (6%).

**2.4.11. El material es recibido eficientemente por los colaboradores de la empresa AFC Sistemas Constructivos**

Cuadro 24. Recepción de materiales.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	17	100%
NO	0	0%
Total	17	100%

Figura 32. Recepción de material.



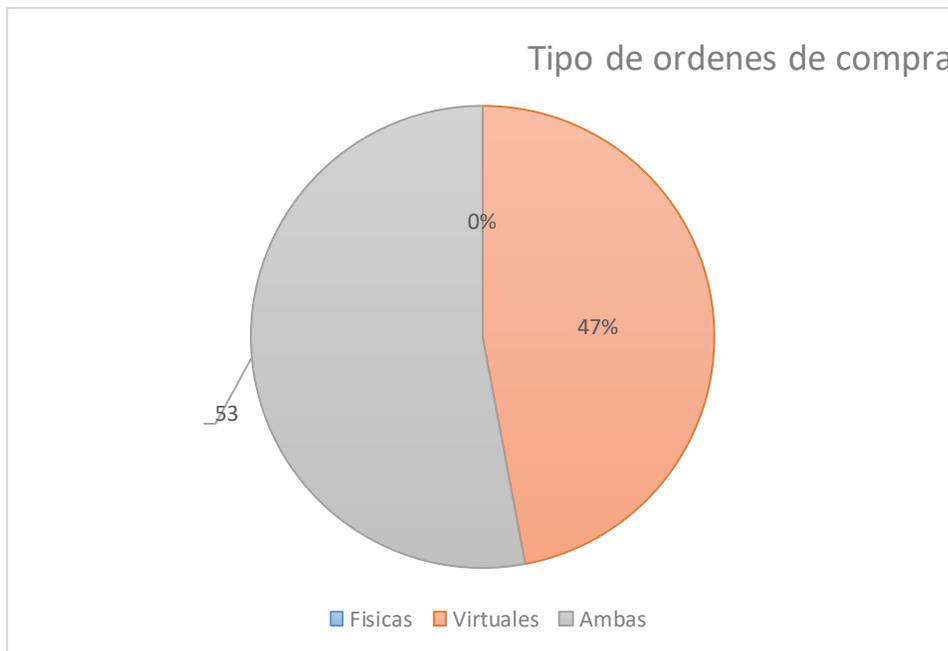
**Análisis.** El 100% de los proveedores consideran que el material es recibido de forma eficiente.

**2.4.12. ¿La empresa realiza órdenes de compra físicas o virtuales para la solicitud de sus pedidos?**

Cuadro 25. Tipos de órdenes.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Físicas	0	0%
Virtuales	8	47%
Ambas	9	53%
Total	17	100%

Figura 33. Tipos de órdenes de Compra.



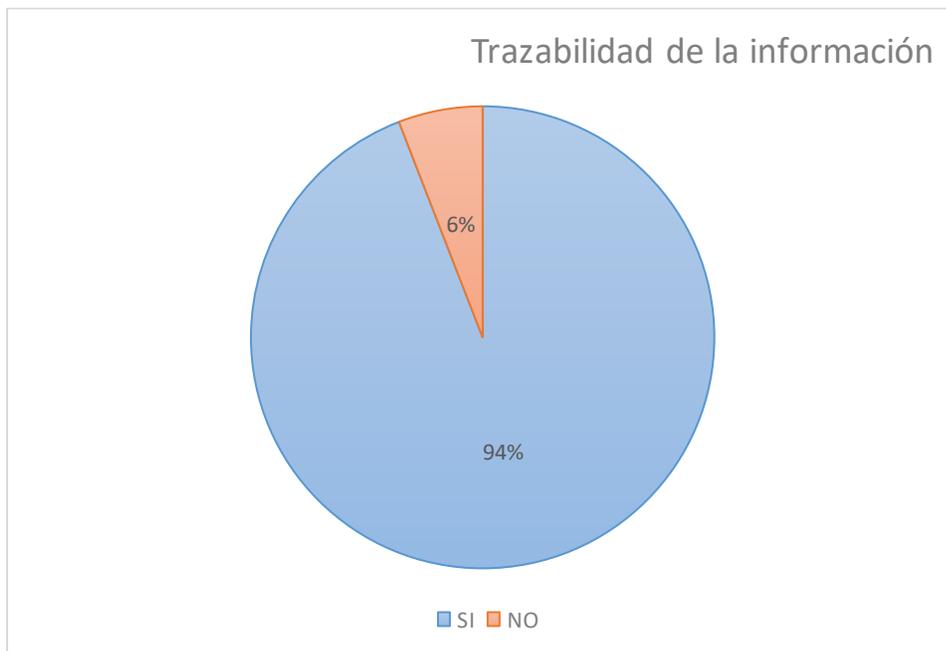
**Análisis.** El 47.1% de los proveedores dicen que la empresa realiza órdenes de compra de forma virtual, y el 52.9% que las realiza de forma simultánea, tanto física, como virtual.

**2.4.13. ¿Existe trazabilidad de la información en la empresa AFC sistemas constructivos de lo que se ordena comprar y lo que se recibe en las instalaciones de la empresa?**

Cuadro 26. Trazabilidad de información.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	16	94%
NO	1	6%
Total	17	100%

Figura 34. Trazabilidad de la información.



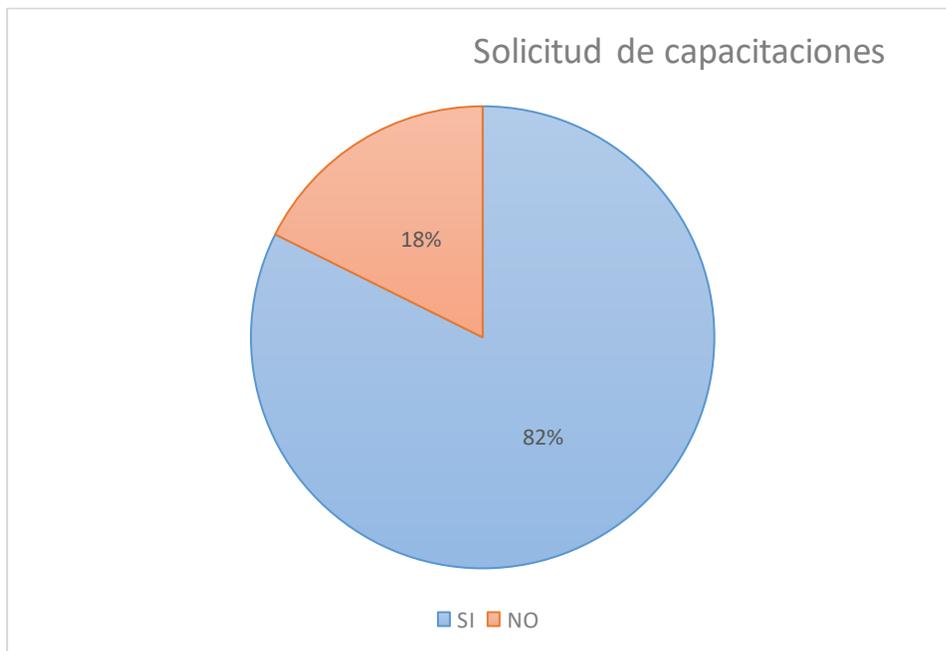
**Análisis.** El 94% de los proveedores consideran que existe trazabilidad entre lo que se pide y lo que se recibe en la empresa. Por lo tanto, un 6% considera que no existe trazabilidad, esto representa una oportunidad de mejora.

**2.4.14. ¿Sistemas constructivos solicita capacitaciones acerca de los productos que usted comercializa y son adquiridos por ellos?**

Cuadro 27. Solicitud de Capacitaciones.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	14	82%
NO	3	18%
Total	17	100%

Figura 35. Solicitud de capacitaciones productos que se compran.



**Análisis.** El 82% de los proveedores respondieron que la empresa si solicita capacitaciones, mientras que el otro 18% respondió que la empresa no solicita capacitaciones.

**2.4.15. ¿La empresa promueve o impulsa nuevas tecnologías de la construcción diseñadas por sus fábricas o distribución?**

Cuadro 28. Promoción de nuevas tecnologías de construcción.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	17	100%
NO	0	0%
Total	17	100%

Figura 36. Promoción de tecnologías de construcción.



Análisis: El 100% de los proveedores consideran que la empresa si promueve tecnologías de construcción.

## 2.5. RECURSOS HUMANOS

La empresa actualmente cuenta con 4 personas: 3 en contrato a término indefinido, y 1 persona en contrato por prestación de servicios. Además de tener colaboradores que

prestan servicio de transporte de mercancía, pero no tienen vinculación laboral con la empresa.

Dentro de estos 4 cargos se encuentra:

- El gerente general
- Auxiliar de gerencia.
- Bodegueros
- Conductores.

Cuenta con el cargo de Contador o asesor financiero, pero es un contrato por prestación de servicios. Como se mencionaba en el capítulo de preliminares, la empresa no cuenta con un organigrama establecido, sin embargo, por la naturaleza de sus procesos de comunicación se puede mencionar que tiene una estructura lineal basada en el principio de la jerarquía<sup>23</sup>.

Ahora bien, uno de los activos más importantes para la empresa es el recurso humano, para esto, se hizo un diagnóstico para conocer la percepción de ellos frente a la empresa y sus procesos. Participaron los 3 colaboradores que actualmente tiene la empresa en contrato directo y 1 colaborador de contrato indirecto.

### 2.5.1. ¿Qué tipo de vinculación tiene usted con la empresa?

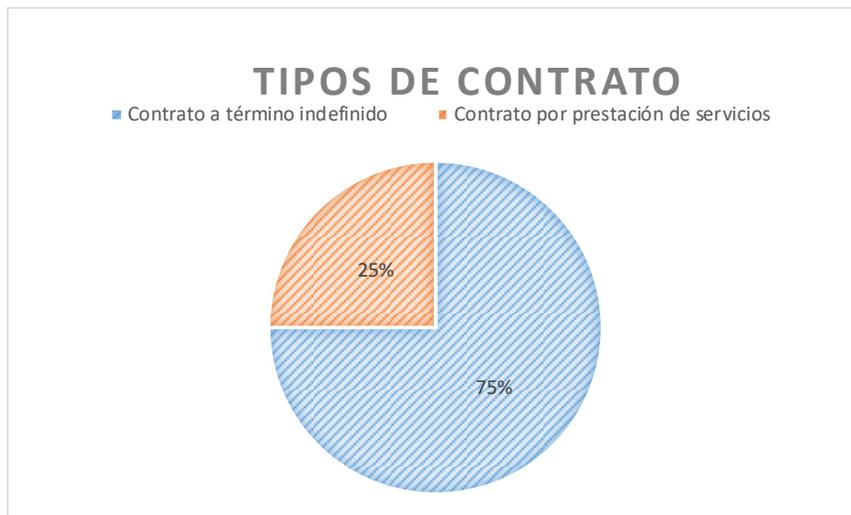
Cuadro 29. Tipo de contrato.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
Contrato a término indefinido	3	75%

<sup>23</sup> BRUME GONZÁLEZ, Mario Javier. Estructura organizacional. Bogotá: Editorial ITSA. 2019, 33p. <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>

Contrato por prestación de servicios	1	25%
Total	4	100%

Figura 37. Vinculación recurso humano.



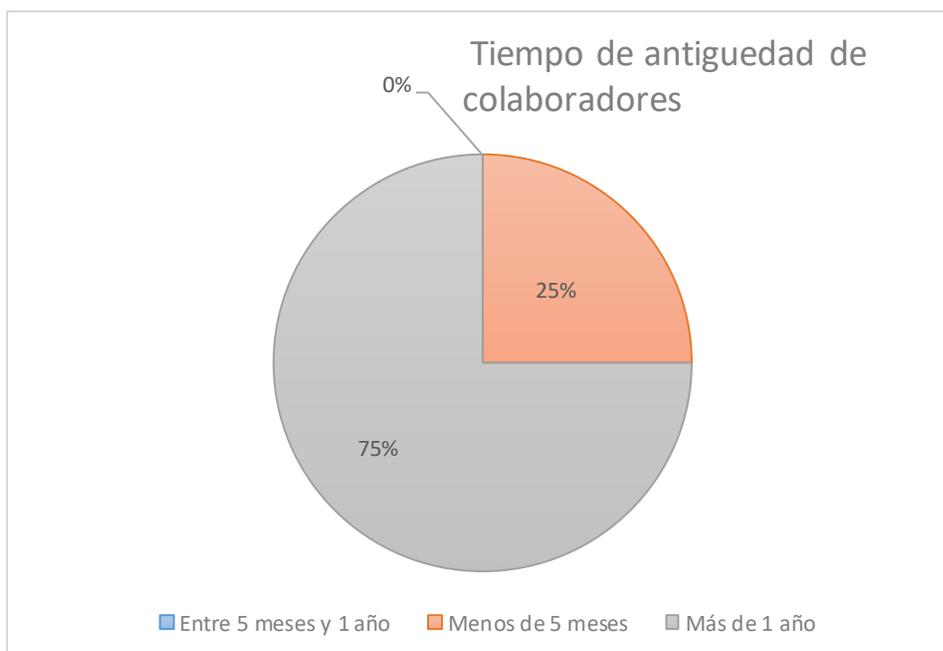
**Análisis.** El 75% de los participantes tienen vinculación de contrato a término indefinido y 25% contrato por prestación de servicios. Equivalentes a 3 colaboradores y 1 colaborador en contrato por prestación de servicios.

### 2.5.2. ¿Cuánto tiempo de antigüedad tiene su vinculación con la empresa?

Cuadro 30. Antigüedad de los colaboradores.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
Entre 5 meses y 1 año	0	0%
Menos de 5 meses	1	25%
Más de 1 año	3	75%
Total	4	100%

Figura 38. Tiempo de antigüedad colaboradores.



**Análisis.** El 75% de los colaboradores tiene un tiempo de antigüedad superior a 1 año, mientras que el 25% restante tiene menos de 5 meses de antigüedad.

### 2.5.3. ¿En el tiempo que ha trabajado en la empresa, ha sido informado de sus funciones, deberes, derechos?

Cuadro 31. Socialización de funciones de cargo.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Figura 39. Conocimiento de sus funciones.



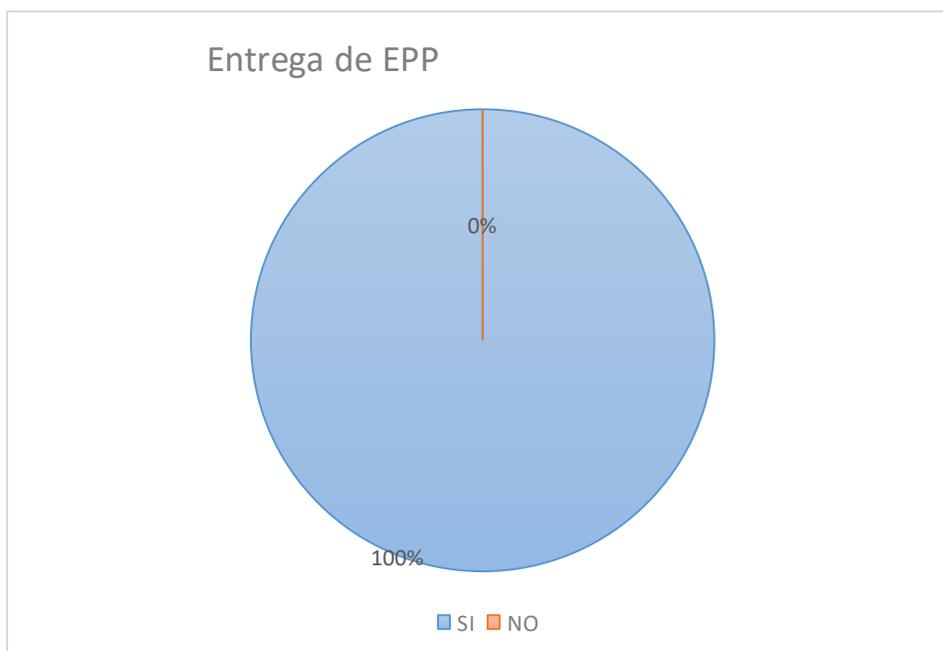
**Análisis.** El 100% de los colaboradores tiene conocimiento de sus funciones. Aunque existe conciencia de cada una de las funciones a desarrollar, es importante una estandarización de estas funciones, para que este conocimiento este contenido en documentos y manuales guía para inducciones y reinducciones posteriores.

**2.5.4. ¿Ha recibido las herramientas y elementos de protección adecuados por parte de la empresa para cuidar su salud y garantizar su integridad?**

Cuadro 32. Entrega de EPP.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Figura 40. Entrega de EPP.



**Análisis.** El 100% de los colaboradores mencionan que se le entregó elementos de protección personal para cuidar de su salud e integridad. Esto demuestra un compromiso por parte de la organización frente a la gestión en seguridad y salud en el trabajo.

**2.5.5. ¿Considera que el salario que le fue asignado es justo con respecto a las actividades que tiene que realizar diariamente?**

Cuadro 33. Conformidad con salario.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Figura 41. Conformidad con el salario.



**Análisis.** El 100% de los colaboradores menciona que está conforme con la asignación salarial que le fue asignada según el cargo que ocupan. Esto sería un factor positivo frente a variables como la motivación laboral.

### 2.5.6. ¿La empresa se interesa por su crecimiento personal y profesional?

Cuadro 34. Oportunidad de Crecimiento personal y profesional.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Figura 42. oportunidad de crecimiento personal y profesional.



**Análisis.** El 100% de los colaboradores dicen que en la empresa se interesan por su crecimiento personal y profesional, sin embargo, en la siguiente figura o pregunta se evidencia que el 33.3% considera que dentro de la empresa no tienen oportunidad de crecimiento profesional.

**2.5.7. ¿Considera que en la empresa tiene la oportunidad de crecer profesionalmente?**

Cuadro 35. Oportunidad de Crecimiento.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	3	75%
NO	1	25%
Total	4	100%

Figura 43. Oportunidad de Crecimiento profesional.



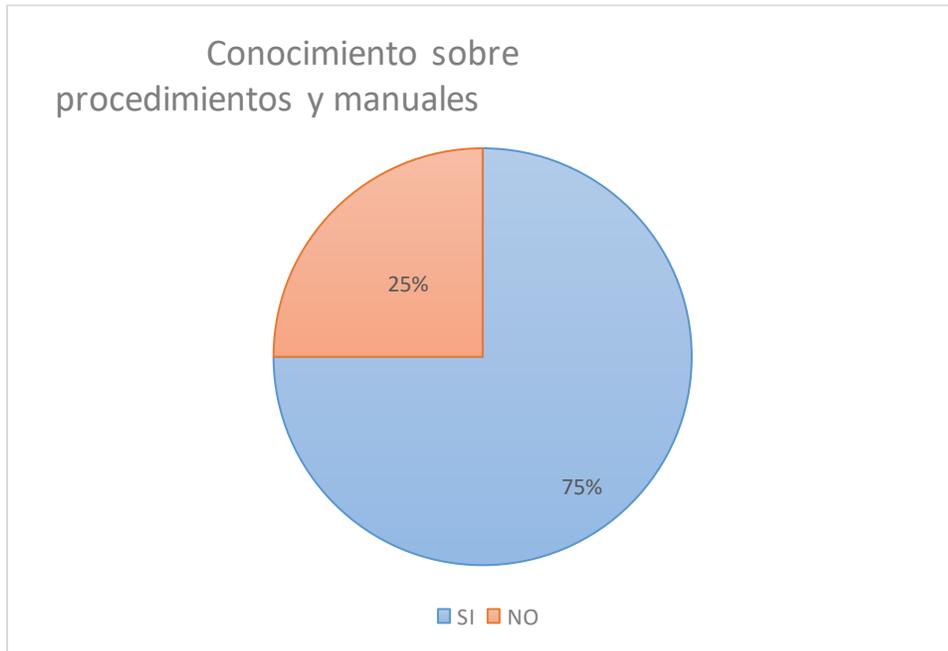
**Análisis.** El 75% de los colaboradores consideran que, si tienen oportunidad de crecimiento personal y profesional dentro de la empresa, sin embargo, el 25% considera que no lo tienen.

**2.5.8. ¿Tiene usted conocimiento sobre procedimientos o manuales para realizar sus actividades de forma segura y de acuerdo con los estándares de calidad y seguridad necesarios?**

Cuadro 36. Conocimiento sobre procedimientos de procesos.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	3	75%
NO	1	25%
Total	4	100%

Figura 44. conocimiento sobre procedimientos y manuales.



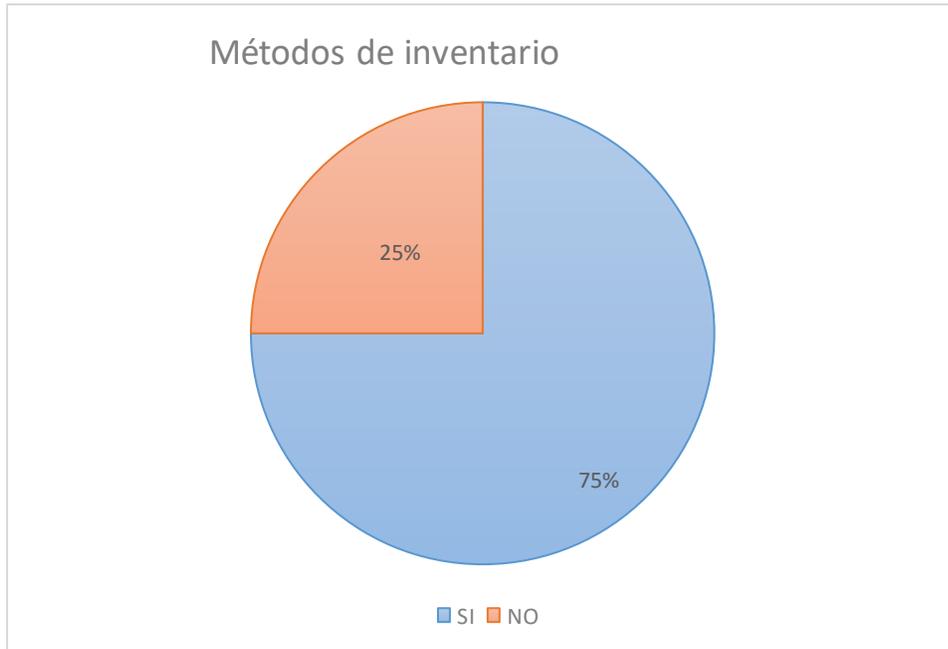
**Análisis.** El 75% de los colaboradores dicen tener conocimiento sobre procedimientos y manuales para la realización de sus actividades, solo el 25% consideran que no tienen conocimiento.

**2.5.9. ¿AFC sistemas constructivos tiene dentro de sus procesos, métodos de almacenamiento y control de inventarios eficientes?**

Cuadro 37.Métodos de inventario.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	3	75%
NO	1	25%
Total	4	100%

Figura 45. Métodos de control de inventarios.



**Análisis.** EL 75% de los colaboradores consideran que la empresa si tienen métodos de almacenamiento, mientras que el 25% considera que no los tiene.

#### 2.5.10. ¿Son claros los canales de comunicación dentro de la empresa?

Cuadro 38. Canales de comunicación.

Respuesta	Frecuencia Absoluta	%
SI	3	75%
NO	1	25%
Total	4	100%

Figura 46. Comunicación interna.



**Análisis.** El 75% de los colaboradores consideran que, si están claros los canales de comunicación dentro de la empresa, sin embargo 25% considera que no están claros.

### 3. DIAGNÓSTICO

#### 3.1. ÁREA GERENCIAL

La gerencia actualmente está liderada por la propietaria y fundadora de la empresa Adriana Fonseca Caballero. En sus manos está el proceso de toma de decisiones estratégicas, operativas, financieras y de apoyo. A su lado, cuenta con el cargo de auxiliar de gerencia, cuya función es de apoyar al gerente en la parte financiera y ventas, permaneciendo en las instalaciones de la empresa.

Los problemas evidenciados en el área de gerencia son:

**No se cuenta con un direccionamiento estratégico:** El nivel estratégico de la empresa está ocupado únicamente por los cargos de gerente y auxiliar de gerencia. El gerente, actualmente se ha dedicado al área comercial de la empresa, frente a la necesidad de capitalización de esta, por lo que no se ha diseñado los lineamientos estratégicos que permitan tomar decisiones de acuerdo con las necesidades del sector, estas actualmente se toman con base en la experiencia.

La empresa no cuenta con una visión, no ha declarado su misión en el sector, no ha formulado objetivos estratégicos, y, por lo tanto, no ha establecido acciones que contribuyan al cumplimiento de esos objetivos.

Los únicos indicadores de medición que actualmente posee la empresa, son los indicadores financieros que se mencionan más adelante, pero esto no ofrecen datos e información necesaria para tomar decisiones estrategias en el área de la distribución y ventas.

**No posee una estructura organizacional.** No posee una jerarquía establecida que permita identificar los procesos de comunicación, toma de decisiones, responsabilidades y roles dentro de la empresa por parte de cada uno de los colaboradores.

**No existe división del trabajo.** Según la teoría de Adam Smith, la división del trabajo les permite a las empresas la creación de habilidades y destrezas en cada una de las tareas realizadas<sup>24</sup>. La empresa actualmente no cuenta con una división del trabajo porque la mayoría de las actividades gerenciales y comerciales son ejecutadas por la gerente de la empresa, esto ha limitado en cuanto a la creación de estrategias de negocio, el estudio de mercados, la aplicación de herramientas de inteligencia empresarial y otras formas de incrementar valor agregado en su estrategia competitiva.

Esta es una de las principales recomendaciones, dividir el trabajo que se realiza en la empresa de acuerdo a un mapa de procesos, para que, dentro de cada uno de estos, se establezca cargos y estos tengan funciones específicas y así poder garantizar la especialización del trabajo dentro de ella.

### **3.2. ÁREA DE MERCADO**

El área de mercadeo actualmente está dirigida por la gerente de la empresa quien a su nivel de experiencia ha determinado diferentes estrategias de ventas y ofrecimientos a los clientes. Hasta el momento no se ha desarrollado ningún estudio de mercados que permita identificar las oportunidades del sector económico en el cual se desarrolla actualmente la empresa para que con estas se generen estrategias de marketing que le permita aumentar su competitividad y posibilidad de expansión.

Es importante mencionar que hasta el momento la empresa tiene una edad de 23 meses de actividad comercial en los que se ha dedicado a permanecer dentro del mercado por

---

<sup>24</sup> PARNREITER, Christof. La división del trabajo como una relación socio-espacial, o como reconciliar la ciencia económica y la geografía. 2016

medio de estrategias guiadas por la experiencia, más no por un proceso de inteligencia empresarial, por esto se considera que es una empresa rentable que requiere de estrategias empresariales para aumentar su competitividad ya que hasta el momento no ha tenido la oportunidad de desarrollarlas. Frente a esto, se identifican las siguientes dos oportunidades de mejora.

- **No existen estrategias de mercadeo:** El área de mercadeo actualmente no tiene un responsable a su cargo. Las funciones de marketing, visita a clientes, establecimiento de promociones, fijación de precios, estrategias publicitarias y demás decisiones estratégicas están a cargo de la gerente general quien realiza al mismo tiempo funciones gerenciales y de mercadeo, lo que lo limita a generar estrategias de marketing para atraer más demanda para la empresa.
- **No se hace seguimiento a los requerimientos de los clientes.** Por medio de la encuesta realizada a los clientes, se evidencia que no existe un reconocimiento de las especificaciones técnicas de los clientes frente porque el 5% mencionan que han tenido inconvenientes con los productos y que no los han recibido con las especificaciones que solicitaron.

Por lo que es importante establecer responsables de estas actividades, para estandarizar procesos en donde los requerimientos de los clientes sean identificados y se haga un seguimiento a la satisfacción de cada uno de ellos.

### **3.3. ÁREA DE SERVICIOS**

A continuación, se menciona los hallazgos encontrados u oportunidades de mejora dentro del área de ventas y servicios de la empresa. Estos hallazgos se mencionan, de acuerdo con la percepción recolectada de los clientes y los colaboradores.

**Cadena de producción.** Actualmente la cadena de producción está conformada por cuatro fases que son: el abastecimiento de mercancía, almacenamiento, venta y distribución. Esto se puede evidenciar por medio de la siguiente figura.

Figura 47. Cadena Producción.



- **Aprovevisionamiento de mercancía.** Para el abastecimiento de mercancía que se refiere a la identificación de stock mínimos dentro del inventario y el pedido de aquellos productos que se requieran, no tiene ningún tipo de procedimiento establecido. El pedido lo realiza la gerente de la empresa al identificar que hay carencia de algún material.

El programa que se maneja actualmente para la contabilización de los gastos de la empresa es el programa SIIGO. Por lo tanto, dentro de este programa se genera una orden de compra que es enviada al proveedor para que este haga el despacho de mercancía.

- **Almacenamiento.** Como se evidencia en la figura 48 el almacenamiento en la empresa posee dificultades en la distribución de espacios. Debido al tamaño de este centro de distribución es complejo el proceso de organización de los materiales.

Figura 48. Almacenamiento dentro de la empresa.



- **Venta.** El proceso de venta no tiene establecido ningún procedimiento estandarizado que permita identificar las actividades que normalmente se deberían ejecutar. El proceso de venta es realizado por la gerente de la empresa o por la auxiliar de gerencia. El cliente realiza su pedido por medio de WhatsApp, por vía telefónica o por correo electrónico. La empresa le envía una cotización que el cliente deberá autorizar.

Una vez autorizada esta cotización se realiza la factura de pago y se envía al cliente para que confirme su pago por medio de crédito o débito. Cuando se confirma el pago de la factura, la mercancía es alistada por un bodeguero y organizada en el vehículo que va a realizar la entrega. Antes de ser distribuida, es verificado el estado de la mercancía por la gerente o auxiliar de gerencia, quienes verifican las condiciones y cumplimiento de las especificaciones para ser despachada.

- **Distribución.** Una vez la mercancía ha sido verificada por la gerente o por la auxiliar de gerencia, es despachada al lugar que específico referido por el cliente.

- **Demora con los tiempos de entrega.** En el área de operaciones de la empresa se observan algunos problemas actualmente que evidencian la falta de planeación del servicio. Una de estas, es evidenciada por los clientes según el proceso de recolección de datos en donde se menciona que el 21.4% de los clientes han tenido problemas con los tiempos de entrega de los pedidos, teniendo en cuenta que la empresa posee el servicio de transporte, y entrega de productos directamente en el sitio acordado por el cliente.
- **No existe formalización de los procesos.** En la encuesta realizada uno de los aspectos que se observan es que no existe una formalización de los procesos o actividades que se desarrollan en las actividades misionales de la empresa.
- **No cuenta con métodos de almacenamiento.** Aunque el 75% de los colaboradores consideran que la empresa si tiene métodos de almacenamiento. Hay un 25% que no los conocen por lo que se evidencia que en los procesos de aprovisionamiento y despacho existen fallas por los malos manejos del inventario, que el 25% de los colaboradores le está dando.

### 3.4. ÁREA FINANCIERA

El patrimonio de la empresa para el año 2022 es de \$110.251.488 pesos. Para el año 2021 este patrimonio era de \$75.510.042, lo que permite evidenciar superficialmente que la empresa ha tenido un importante crecimiento económico en relación con el año anterior pues su utilidad operacional es de \$62.561.667 millones de pesos con corte de junio de 2022. De igual forma la utilidad bruta con respecto a los ingresos por actividades ordinarias fue para el año 2022 de \$180.136.980 millones de pesos, un 2% superior al del año 2021 como se evidencia en el anexo C (Estado de resultados Integral).

**Falta de capital de trabajo.** Estos resultados demuestran que la empresa es rentable, sin embargo, sus activos corrientes que corresponde al inventario en mercancías lo

obtienen con pago de contado, lo que refleja dificultades en la liquidez de la empresa. Este ratio financiero calculado como el total de los activos corrientes sobre el total de los pasivos corrientes dan como resultado un índice de liquidez del 3.2% lo que es positivo para la empresa, sin embargo, los activos corrientes se soportan en créditos obtenidos de los proveedores y esto no permite que la empresa tenga una seguridad financiera.

Es decir, que la operación de la empresa hoy en día depende del buen comportamiento de pago que tienen los clientes, mas no de un estado de liquidez que le permita afrontar problemas de solvencia económica. Por este motivo es muy importante que los propietarios, logren capitalizar la empresa en \$ 200.000.000 millones de pesos según el estado de resultados proyectado para 5 años. Actualmente su capital de trabajo es de 123.184.480 millones de pesos, lo cual no le permite ser autónoma y poder tomar decisiones estratégicas de mercado. Con esto, entonces podría cancelar las compras de contado y de esta manera, existe una posibilidad de incremento de las ventas por medio de estrategias de marketing como descuentos o promociones que le permita hacer descuentos para la fidelización o atracción de nuevos clientes u ofrecer descuentos por pagos a contado, estrategia que en estos momentos no puede hacer porque su mercancía la adquiere en una línea de crédito.

### **3.5. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**

Aunque la empresa actualmente no cuenta con un manual de funciones, roles y responsabilidades, se tiene establecidos 5 cargos funcionales que son:

- **Gerente.** Cumple funciones estratégicas de mercado y operacionales.
- **Asistente de gerencia.** Además de apoyar al gerente en las funciones operacionales de la empresa, tiene a cargo la atención al cliente en el mostrador en las instalaciones de la empresa.

- **Conductor.** Es el encargado de transportar los materiales de la bodega de la empresa al cliente final, garantizando el tiempo de entrega y calidad de los productos.
- **Contador.** Es un cargo externo, puesto que está ocupado por una persona que trabaja por medio de prestación de servicios. Sus funciones son la organización tributaria de la empresa y garantizar el cumplimiento legal frente a entidades como: cámara de comercio, DIAN e instituciones gubernamentales.
- **Bodeguero.** Es el encargado del almacenamiento y organización de materiales en las instalaciones de la empresa.

Pese a conocer que existen estos cargos, la empresa necesita establecer perfiles de cargo, porque así los colaboradores reconocen sus funciones, sus responsabilidades y las cuentas que deben rendir frente a la alta dirección.

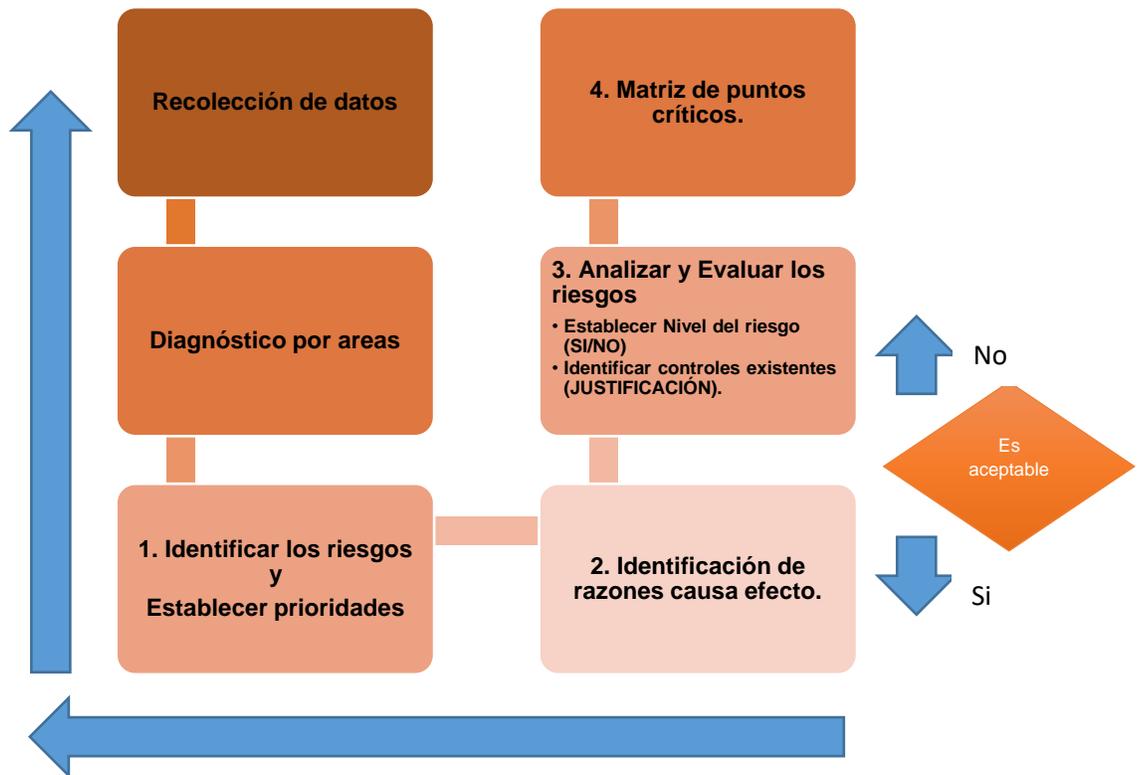
### **Matriz de control de puntos críticos.**

Como resultado del diagnóstico, se aplica la herramienta matriz de control de puntos críticos con la que se propone identificar los aspectos que son más importantes o de más relevancia o prioridad para la empresa AFC Sistemas Constructivos, para sobre estos, crear estrategias de mejoramiento o que conformaran el plan de mejoramiento para la empresa.

La metodología se evidencia en la figura 49, en donde se plantean los siguientes apartados:

- Identificación de peligro/problemas u oportunidades de mejoramiento de acuerdo con el diagnóstico anteriormente realizado en cada una de las etapas de la cadena productiva o áreas de la empresa.
- Identificación de las razones causa y efecto de cada uno de estos problemas o riesgos.
- La priorización de cada uno de estos problemas
- Creación de la matriz de puntos críticos de control, junto con las estrategias de mejoramiento

Figura 49. Método Para Establecer Puntos Críticos Por Áreas En Sistemas Constructivos AFC.



Fuente: Propia.

### Identificar los riesgos y establecer prioridades

Cuadro 39. Identificación de problemas u oportunidades.

AREA	PELIGRO/RIESGO/PROBLEMA	MEDIDAS PREVENTIVAS
<b>Área Gerencial</b>	<p>No contar con un direccionamiento estratégico</p> <p>Mala comunicación dentro de la organización.</p> <p>Sobrecarga laboral por no existir la división del trabajo.</p>	<p>Diseñar lineamientos estratégicos.</p> <p>Establecer una estructura organizacional para establecer procesos de comunicación y rendición de cuentas.</p> <p>Creación de perfiles de cargo y contratación de personal.</p>
<b>Área de Mercadeo</b>	<p>Baja penetración del mercado.</p> <p>Pérdida de clientes</p>	<p>Estudio de mercado para generar estrategias de marketing.</p> <p>Medición de la satisfacción del cliente y estrategias de fidelización.</p>
<b>Área de producción o servicio</b>	<p>Compra de productos de mala calidad</p> <p>Insatisfacción del cliente.</p> <p>Errores en los procesos de abastecimiento y despacho.</p> <p>Daño del material en almacenamiento.</p> <p>Cartera morosa</p>	<p>Evaluación y selección de proveedores.</p> <p>Especificaciones técnicas del producto.</p> <p>Identificar necesidades y expectativas del cliente.</p> <p>Estandarizar procedimientos.</p> <p>Establecer método de almacenamiento.</p> <p>Proceso de cartera y facturación</p> <p>Control de cartera.</p>
<b>Área financiera</b>	<p>Insolvencia financiera</p> <p>Falta de capital de trabajo.</p>	<p>Gestión de cartera y optimización de recursos.</p> <p>Estrategias de mercadeo para aumentar la demanda de la empresa.</p>

ÁREA	PELIGRO/RIESGO/PROBLEMA	MEDIDAS PREVENTIVAS
Área de recursos humanos.	Riesgos laborales	Gestión de peligros y riesgos.
	Falta de productividad por desconocimiento de funciones.	Establecimiento de Perfiles de cargo

### Identificación de razones (Causa y efecto).

Cuadro 40. Identificación de razones (Causa y efecto).

PELIGRO/RIESGO/PROBLEMA	CAUSA	EFEECTO
<b>Compra de productos de mala calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se evaluaron a los proveedores.</li> <li>✓ No emiten hojas de los productos con especificaciones de calidad.</li> <li>✓ Se compra en lugares no establecidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mala reputación de la empresa</li> <li>✓ Inconformidad de los clientes.</li> <li>✓ Pérdida de contratos.</li> </ul>
<b>No contar con un direccionamiento estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se cuenta con el tiempo para diseñar los lineamientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actividad comercial sin propósito.</li> </ul>
<b>Mala comunicación dentro de la organización.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se tiene establecido un organigrama de la empresa.</li> <li>✓ No se cuenta con funciones de cargo o identificación de las responsabilidades de cada cargo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mal ambiente laboral.</li> <li>✓ Baja productividad.</li> </ul>
<b>Sobre carga laboral</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No existe división del trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Enfermedades laborales.</li> <li>✓ Errores</li> <li>✓ Insatisfacción del cliente</li> <li>✓ Demora en los procesos.</li> </ul>

<b>PELIGRO/RIESGO/ PROBLEMA</b>	<b>CAUSA</b>	<b>EFEECTO</b>
<b>Baja penetración del mercado.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Por falta de inteligencia empresarial.</li> <li>✓ No contar con un estudio de mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estancamiento.</li> <li>✓ Baja competitividad.</li> </ul>
<b>Pérdida de clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insatisfacción.</li> <li>✓ No ofrecer los productos que satisfacen sus necesidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insolvencia financiera.</li> </ul>
<b>Insatisfacción del cliente.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se reconocen sus necesidades y expectativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insolvencia económica de la empresa.</li> <li>✓ Quiebra empresarial.</li> </ul>
<b>Errores en los procesos de abastecimiento y despacho.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se cuenta con procedimientos estandarizados.</li> <li>✓ Falta de capacitación a los empleados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insatisfacción del cliente.</li> <li>✓ Mala reputación empresarial.</li> <li>✓ Pérdida de clientes.</li> <li>✓ Devoluciones.</li> </ul>
<b>Daño del material en almacenamiento.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Por no tener un método de almacenamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pérdida de recursos financieros.</li> </ul>
<b>Cartera morosa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mala gestión de cartera</li> <li>✓ Crédito a clientes sin capacidad de pago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Flujo de efectivo deficiente.</li> </ul>
<b>Insolvencia financiera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Por la falta de creación de estrategias comerciales que aumenten el nivel de ventas de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Quiebra empresarial.</li> </ul>
<b>Falta de capital de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pérdida de recursos.</li> <li>✓ No optimización de recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de recursos para abastecimiento.</li> </ul>
<b>Riesgos laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Por no identificación de peligros, valoración de riesgos y establecimiento de controles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Accidentes de trabajo, enfermedades laborales.</li> <li>✓ Pérdidas económicas.</li> <li>✓ Demandas.</li> </ul>
<b>Falta de productividad por desconocimiento de funciones.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de capacitación.</li> <li>✓ No comprensión de sus funciones por no tener cargos establecidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insatisfacción del cliente.</li> <li>✓ Pérdida de reputación.</li> </ul>

## Análisis y evaluación de los riesgos o problemas identificados.

Cuadro 41. Análisis y evaluación de los riesgos o problemas.

ÁREA	PELIGRO/RIESGO/ PROBLEMA	PUNTO CRÍTICO DE CONTROL O MEJORAMIENTO	JUSTIFICACIÓN
<b>Área Gerencial</b>	No contar con un direccionamiento estratégico	<b>SI</b>	No se cuenta con lineamientos estratégicos.
	Mala comunicación dentro de la organización.	<b>SI</b>	No se cuenta con un organigrama de la empresa.
	Sobrecarga laboral no existe el concepto de división del trabajo en la empresa.	<b>SI</b>	No se cuenta con perfiles de cargo que distribuyan las funciones por procesos.
<b>Área de Mercadeo</b>	Baja penetración del mercado.	<b>NO</b>	Aunque actualmente la empresa no cuenta con un estudio de mercados, este no pertenecería al alcance del plan de mejoramiento planteado
	Pérdida de clientes	<b>NO</b>	

Cuadro 41. (Continuación)

<b>Área de producción o servicio</b>	Compra de productos de mala calidad	<b>SI</b>	No se cuenta con un procedimiento estandarizado para el aprovisionamiento y despacho de mercancía.
	Errores en los procesos de abastecimiento y despacho.  Daño del material en almacenamiento.		
	Insatisfacción del cliente.	<b>SI</b>	No se ha establecido un procedimiento para evaluar la satisfacción del cliente y realizar seguimiento a sus inconformidades.
<b>Área financiera</b>	Cartera Morosa	<b>NO</b>	Aunque la empresa requiere un mejoramiento en esta área, no es del alcance del proyecto
	Insolvencia financiera  Falta de capital de trabajo.		
<b>Área de recursos humanos.</b>	Riesgos laborales	<b>SI</b>	No se cuenta con matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos para el establecimiento de controles.
	Falta de productividad por desconocimiento de funciones.	<b>SI</b>	No se cuenta con un perfil de cargos en donde se aclaren las funciones y responsabilidades de cada colaborador.

Cuadro 42. Matriz De Puntos Críticos De Control (PCC).

PCC/RIESGO	MONITOREO				ACCIONES CORRECTIVAS	REGISTROS	VERIFICACIÓN
	Que	Como	Frecuencia	Quien			
No contar con un direccionamiento estratégico	Objetivos estratégicos	indicadores de medición	mensual	Gerente	Diseñar los lineamientos estratégicos de la empresa como: misión, visión, objetivos estratégicos.	Declaración documentada de los lineamientos.	Conocimiento por parte de los colaboradores de los lineamientos.
Mala comunicación dentro de la organización.	Cumplimiento de funciones.	Rendición de cuentas.	Semestral	Gerente	Diseñar el organigrama y mapa de procesos de la empresa para establecer niveles de comunicación y responsabilidad	Organigrama y mapa de procesos.	Conocimiento por parte de los colaboradores de los niveles de comunicación dentro de la empresa.
Sobrecarga laboral no existe el concepto de división del trabajo.	perfiles de cargo.	rendición de cuentas	Semestral	Gerente	Diseñar el manual de perfiles de cargos para los puestos establecidos en el organigrama de la empresa.	Manual de perfiles de cargo.	Conocimiento por parte de los colaboradores de los perfiles de cargo y sus responsabilidades.
Falta de productividad por desconocimiento de funciones							

PCC/RIESGO	MONITOREO				ACCIONES CORRECTIVAS	REGISTROS	VERIFICACIÓN
	Que	Como	Frecuencia	Quien			
Compra de productos de mala calidad	Estandarización del procedimiento	cumplimiento de indicadores	Semestral	gerente	Diseñar procedimientos de aprovisionamiento y despacho de mercancía.	Orden de compra y registro de ingreso y almacenamiento. cotización factura hoja de verificación de calidad y cumplimiento de especificaciones.	Indicadores de medición.
Errores en los procesos de abastecimiento y despacho.	o para aprovisionamiento y despacho de materiales;						
Daño del material en almacenamiento.							
Insatisfacción del cliente.	Estandarización de evaluación y seguimiento de la satisfacción del cliente.	Indicador de satisfacción. Indicador inconformidades gestionadas	semestral	Coordinador HSEQ	Diseñar procedimiento para la evaluación y seguimiento de la satisfacción del cliente.	formato de PQRS Formato de gestión de no conformidades	Indicadores.
Riesgos laborales	elaborar matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos y controles.	Indicadores del SG SST	Anual	Coordinador HSEQ	Diseñar la matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos.	matriz	priorización de riesgos y establecimiento de controles.

## 4. PROPUESTA DE MODERNIZACIÓN

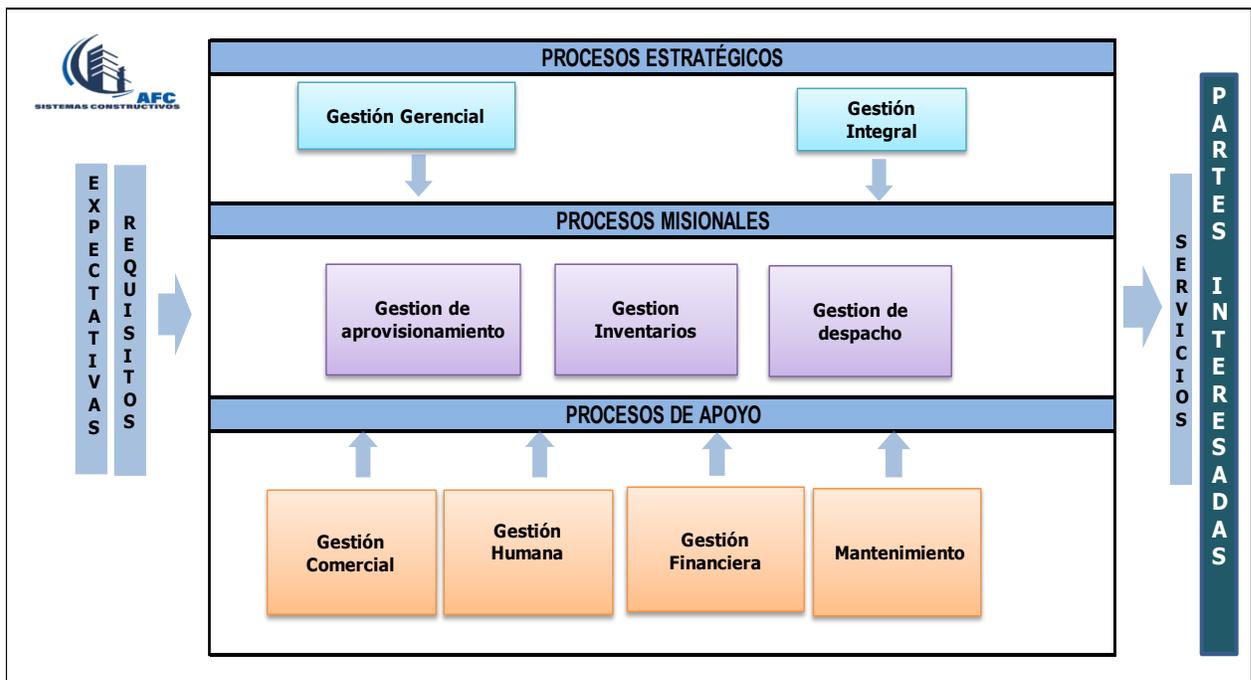
### 4.1. ÁREA GERENCIAL

#### 4.1.1. División del trabajo

##### 4.1.1.1. Mapa de procesos

Teniendo en cuenta el problema que existe actualmente en la empresa dentro de esta área, se plantea el siguiente mapa de procesos en donde se divide a la empresa en diferentes especialidades con el fin de abrir nuevos cargos, funciones y responsabilidades. El mapa de procesos (Figura 50) se diseña con el nivel estratégico, nivel misional y el nivel de apoyo.

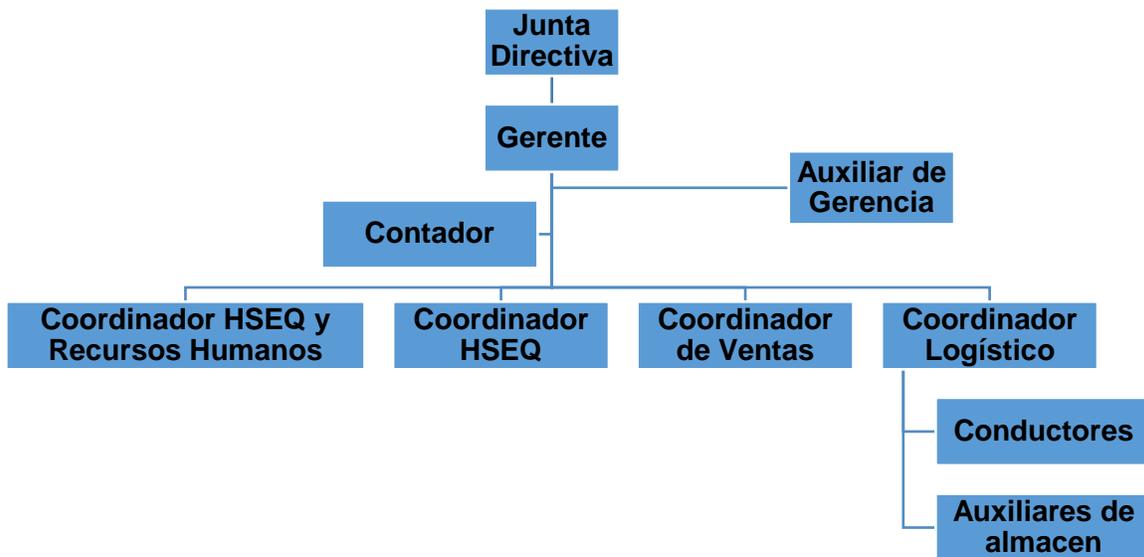
Figura 50. Mapa de procesos.



#### 4.1.1.2. Organigrama.

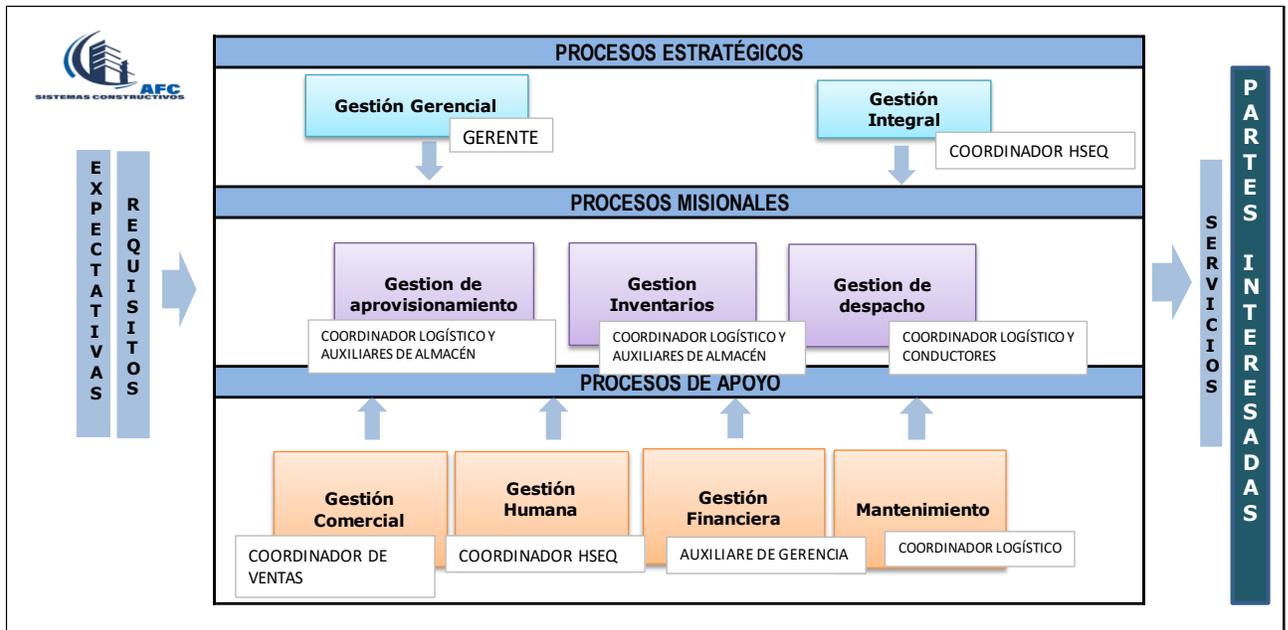
La empresa actualmente tiene 3 niveles jerárquicos que se mencionan en la figura 2, sin embargo, se propone dentro del plan de mejoramiento, el siguiente organigrama que va acorde al mapa de procesos o división de trabajo que se propone para la arquitectura organizacional.

Figura 51. Propuesta de mejoramiento organigrama.



En este sentido, se abrirían 7 cargos en la empresa distribuyéndose los diferentes procesos. Cada uno de los cargos se haría responsable de los siguientes procesos en miras a dividir el trabajo y especializar las actividades para garantizar calidad en lo ejecutado (Ver Figura 52).

Figura 52. Integración del organigrama al mapa de procesos.



#### 4.1.2. Direccionamiento estratégico

Ahora bien, la empresa necesita una dirección estratégica por donde conducir sus estrategias y decisiones. Para esto, es importante definir sus lineamientos organizacionales.

##### 4.1.2.1. Misión

SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC, es una empresa Santandereana dedicada a la comercialización y distribución de materiales para el sector de la construcción, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, por medio de productos de la mejor calidad y marcas líderes, experimentadas y comprometidas con el medio ambiente. Además, se soporta en un gran equipo de trabajo calificado y capacitado para prestar de manera eficiente y eficaz los mejores servicios.

##### 4.1.2.2. Visión

SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC, tiene como visión ser empresa líder en el departamento de Santander para el 2025, aumentando su participación en la comercialización y distribución de materiales e insumos en el sector de la construcción,

ofreciendo al cliente mayor variedad en productos de alta calidad. Además, busca ser reconocida por su calidad humana y el profesionalismo de sus colaboradores.

#### **4.1.2.3. Valores corporativos**

- Asertividad y empatía.
- Honestidad (sinceridad, franqueza, transparencia)
- Trabajo en equipo.
- Puntualidad.
- Responsabilidad.

#### **4.1.2.4. Política Integral**

SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC se compromete al aseguramiento del bienestar físico y mental de sus colaboradores, contratistas y clientes mediante la aplicación de acciones de control a través de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos.

Igualmente, se compromete al cumplimiento de los requisitos legales vigentes en cuanto a seguridad y salud en el trabajo y medio ambiente, declarando su compromiso con la protección del medio ambiente, la prevención y/o reducción de las emisiones contaminantes, la reducción de residuos y el uso sostenible de los recursos naturales.

Finalmente, la empresa está comprometida con la calidad de sus servicios y sus productos, garantizando la identificación de necesidades y expectativas de los clientes y haciéndolas cumplir por medio de procedimientos seguros y estandarizados.

#### **4.1.2.5. Objetivos organizacionales**

- Garantizar cero accidentalidad.
- Promover el bienestar y crecimiento personal de los colaboradores.
- Reducir los impactos ambientales generados por las operaciones.

- Garantizar la satisfacción del cliente.
- Desarrollar estrategias de captación de clientes.

## **4.2. ÁREA DE MERCADO**

### **4.2.1. Estrategia de Marketing.**

Una de las estrategias del área de mercadeo es poder aumentar el capital de trabajo para poder comprar los productos a contado y poder ofrecer un descuento a clientes en modalidades de pago como en efectivo o pago de tarjeta débito. Esto, para crear una cultura de pago inmediato en el cliente y garantizar un mayor flujo de caja.

## **4.3. ÁREA DE SERVICIOS**

### **4.3.1. Aprovisionamiento e inventarios:**

El proceso de aprovisionamiento e inventarios estará conformado para la empresa SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC, por las actividades de selección de proveedores, compra y almacenamiento de mercancía. Para esto, se estandarizó un procedimiento en donde se establecieron las actividades con el paso a paso a desarrollar, así como la definición de responsables, recursos y documentos a utilizar; esto, para garantizar homogeneidad en la ejecución de los pedidos y el almacenamiento dentro de los mismos.

Es importante mencionar que la empresa actualmente no posee un programa para la administración del inventario de la empresa, por lo que se recomienda dentro del plan de mejoramiento, la inclusión de un sistema ERP que permita realizar el ingreso de mercancía, su etiquetado o clasificación por categorías y las remisiones de este para mantener un inventario de existencias actualizado.

El procedimiento es el siguiente:

### **Objetivo**

Visualizar el panorama general del proceso de APROVISIONAMIENTO. En este procedimiento se describen las acciones claves o secuencia ordenada de actividades que se deben llevar a cabo con los siguientes propósitos:

- a) Seleccionar los mejores proveedores de productos y materiales para la construcción en el mercado.
- b) Garantizar la disposición de los recursos físicos para la ejecución de cada uno de los servicios operativos o actividades internas que se desarrollen en la empresa
- c) Asegurar que los productos suministrados externamente, los cuales serán incluidos dentro de los servicios suministrados por la organización, garanticen la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- d) Asegurar que los productos adquiridos externamente, no constituyan un peligro para la seguridad y salud de los Colaboradores.

### **ALCANCE**

El proceso de APROVISIONAMIENTO se encuentra conformado por las actividades de selección de proveedor, compra de mercancía y almacenamiento. Este procedimiento aplica para la compra de productos, cuyo procedimiento inicia con una requisición de compra y termina con la actualización final del inventario de la empresa.

### **DEFINICIONES**

**PROCESO.** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto.

**PROCEDIMIENTO.** Forma específica de llevar a cabo una actividad o tarea.

**PELIGRO:** Fuente, situación o acto con potencial de causar daño en la salud de los trabajadores, en los equipos o en las instalaciones.

**GESTIÓN.** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.

### **RESPONSABILIDADES.**

- **GERENTE.** Revisar, aprobar y garantizar el presupuesto para el desarrollo del procedimiento. Aprobar la selección de proveedores. Realizar el pago a proveedores.
- 
- **COORDINADOR DE LOGÍSTICA.** Garantizar que todas las requisiciones de compra generadas se gestionen de la forma establecida por el presente manual.
- **AUXILIAR DE ALMACEN.** Revisar las existencias de materiales e insumos en el sistema, asegurar el correcto almacenamiento de los materiales, actualización de inventario en la base de datos.
- **COORDINADOR HSEQ.** Para la compra de productos químicos, deberá pedir al proveedor la hoja de datos de seguridad de materiales MSDS.

### **RECURSOS**

Computador, teléfono, impresora, internet, programa SIIGO, sistema ERP

### **DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES**

**Requisición de compra.** Es responsabilidad del coordinador logístico estar pendiente de la necesidad de compra de mercancía que inicia con una requisición de compra que

es diligenciada por parte de un colaborador de la empresa o del Coordinador de ventas. Los colaboradores, diligencian el formato que se evidencia en el Anexo G para la solicitud de elementos o materiales para la ejecución de actividades laborales. La requisición por parte de los clientes será la solicitud de Cotización.

**Verificación del inventario.** Cuando se trate de una requisición por parte de los colaboradores, el coordinador logístico deberá pasarle al auxiliar de almacén dicho formato y este, deberá verificar la existencia de dichos recursos. Cuando se trate de una requisición por parte de los clientes, el coordinador de ventas deberá pasarle al auxiliar de almacén dicha cotización para que este verifique la existencia e inicie con el proceso de alistamiento.

**Solicitud de Compra.** Cuando la requisición de compra o la cotización contengan implementos que no hay en existencia, el auxiliar de almacén deberá pasarle la información al coordinador logístico y al coordinador HSEQ por medio de correo electrónico, para que el coordinador logístico, inicie el proceso de cotización, selección de proveedores y compra.

**Especificaciones y requisitos de compra.** El coordinador HSEQ por su parte, deberá describir las especificaciones y requisitos con los que deberán ser adquiridos los productos solicitados para garantizar que los productos, sustancias y demás insumos adquiridos no constituyan un peligro para la seguridad y salud de los colaboradores, el coordinador HSEQ

**Cotización y selección de proveedores.** El coordinador logístico deberá enviar solicitud de cotización con las especificaciones que le menciona el coordinador HSEQ, a por lo menos 3 proveedores. Al recibirlas, deberá enviar dichas cotizaciones a gerencia, quien será el encargado de elegir al proveedor según criterios de calidad, seguridad y salud en el trabajo, precio y antigüedad con la empresa.

**Orden de Compra.** Una vez se ha seleccionado al Proveedor, el coordinador logístico le enviará la orden de compra al proveedor con las especificaciones y requisitos que el coordinador HSEQ disponga frente al Sistema de Gestión en seguridad y salud en el trabajo. Se acordará la forma de pago y la fecha de entrega, cuya información se le enviará por correo al auxiliar de almacén para que este continúe con el proceso.

**Pago de mercancía.** El coordinador logístico acuerda con el proveedor la forma de pago y envía orden de compra, junto con la cotización al gerente quien será el encargado de hacer el pago al proveedor.

**Recepción de Mercancía.** El auxiliar de almacén es responsable de recibir el pedido de acuerdo al correo enviado por el coordinador logístico. Verifica que vengan las cantidades y especificaciones correctas. Firma recibida del pedido y se encarga de organizar la mercancía y actualizar la base de datos.

**Almacenamiento.** El auxiliar de almacén debe garantizar que los productos e insumos se encuentran almacenados para garantizar su perfecto estado.

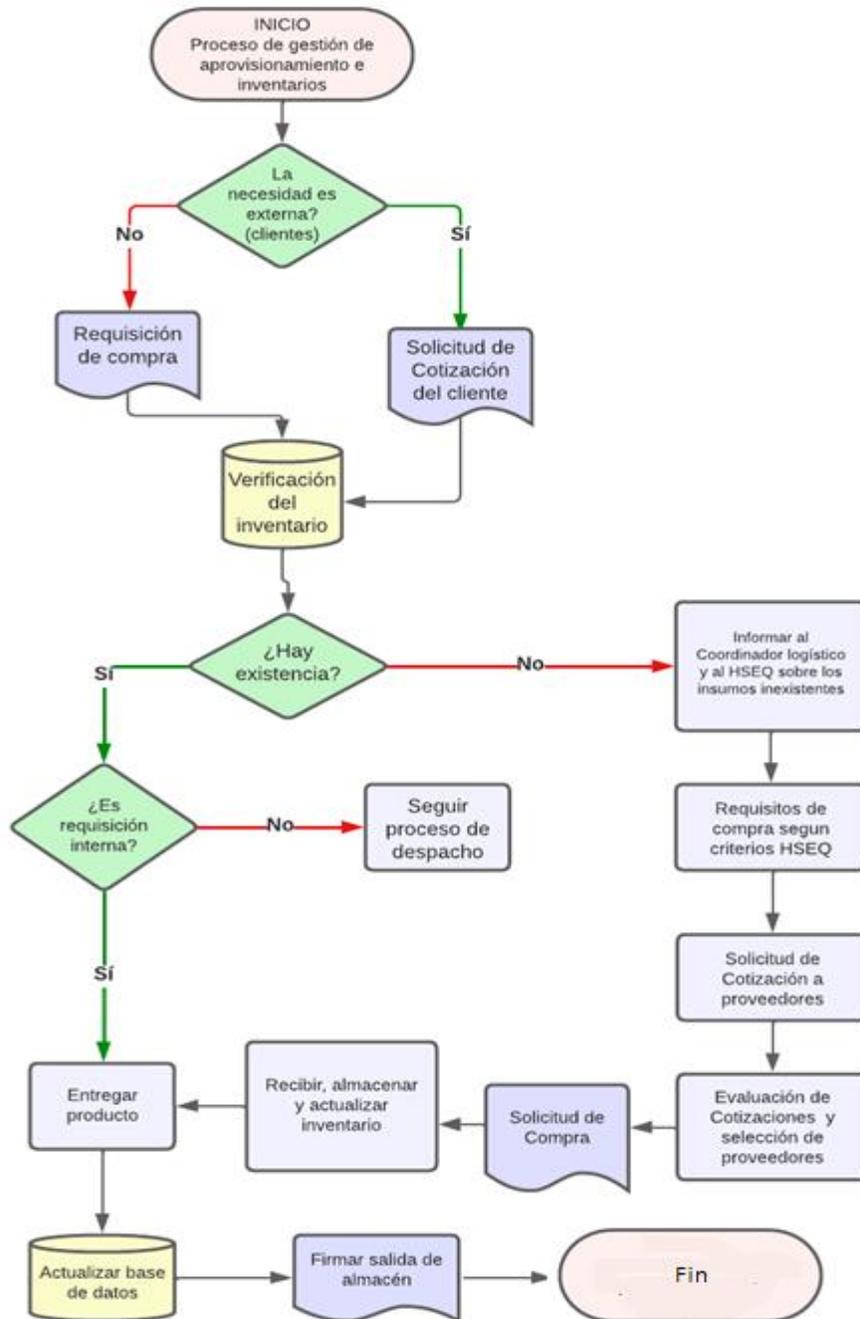
**Distribución interna de recursos.** Cuando se trate de una requisición interna, los productos serán entregados por parte del auxiliar de almacén a quien haya solicitado el producto y deberá dejar registro en el formato salida de almacén, del recibido y descargar dichos elementos del sistema.

## **FORMATOS**

- *Formato de requisición de compra, solicitud de cotización, orden de compra y salida de almacén (Anexos).*

## DIAGRAMA DE PROCEDIMIENTO DE APROVISIONAMIENTO Y ALMACENAMIENTO

Figura 53. Flujograma proceso de aprovisionamiento y almacenamiento.



Fuente. Propia

## CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Cuadro 43. Caracterización del proceso de aprovisionamiento y almacenamiento.

<b>PROPOSITO:</b>	Garantizar la disponibilidad de recursos para los procesos internos, como para las actividades misionales de la empresa.				
<b>RESPONSABLE:</b>	Coordinador logístico				
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADA</b>	<b>Responsable</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>
Coordinador de ventas/Colaborador	Requisición de compra/Solicitud de Cotización	Coordinador logístico	Enviar información al auxiliar de almacén	Correo electrónico con requisición de compra y solicitud de Cotización	Auxiliar de almacén
Coordinador logístico	Requisición de compra/Solicitud de Cotización	Auxiliar de almacén	Verificar la existencia de recursos solicitados en almacén.	Correo electrónico con la información de las inexistencias en almacén de lo solicitado.	Coordinador Logístico Coordinador HSEQ.
Auxiliar de almacén.	Correo electrónico con la información de las inexistencias en almacén sobre lo solicitado	Coordinador HSEQ	Envía por correo electrónico recomendaciones frente a los insumos que se van a adquirir.	Recomendaciones por correo electrónico.	Auxiliar de almacén Coordinador Logístico.
Coordinador HSEQ Auxiliar de almacén	Información sobre productos que se necesitan comprar y requerimientos	Coordinador logístico	Se envía solicitud de cotización a 3 proveedores	Solicitud de Cotización	Proveedores

PROVEEDORES	ENTRADA	Responsable	ACTIVIDAD	SALIDA	CLIENTE
Proveedores	Cotizaciones	Coordinador Logístico	Se envían las 3 cotizaciones al gerente para que realice evaluación y selección	Proveedor seleccionado	Coordinador Logístico
Gerente	Selección de Proveedores	Coordinador Logístico	Enviar orden de compra al proveedor	Orden de compra	Proveedor Gerente Auxiliar de almacén
Coordinador logístico	Orden de compra	Gerente	Realiza pago de mercancía	Soportes de pago	Contador Proveedor
Coordinador logístico	Orden de compra	Auxiliar de almacén	Recibe la mercancía, asegurándose de que venga en perfecto estado y con las recomendaciones y especificaciones.	Firma recibido de entrega de pedido	Proveedor
Coordinador logístico	Inventario	Auxiliar de almacén	Entrega de requisiciones a colaboradores Realiza actualización del sistema	Salidas de almacén	Coordinador logístico
DOCUMENTOS	<i>Fichas de seguridad en caso de productos Químicos.</i>	REGISTRO		<i>Formato de requisición de compra, solicitud de cotización, orden de compra y salida de almacén.</i>	
<b>Riesgos</b>	Riesgos laborales Riesgos de compra de mercancía en mal estado				

### **4.3.2. Despacho:**

Dentro del proceso de despacho, uno de los aspectos más importantes es la correcta entrega de productos y la satisfacción del cliente. El procedimiento es el siguiente:

#### **Objetivo**

Identificar las actividades que se deben realizar desde una solicitud de cotización generada por un cliente, hasta la entrega de mercancía en el lugar acordado por los clientes.

#### **ALCANCE**

Involucra al proceso de despacho, de la empresa Sistemas y construcciones AFC.

#### **DEFINICIONES**

**DESPACHO.** Suele estar relacionado con la entrega de mercancía.

#### **RESPONSABILIDADES.**

- **COORDINADOR DE VENTAS.** Realizar cotización, realizar factura.
- **COORDINADOR DE LOGÍSTICA.** Enviar los productos a los clientes, a los lugares acordados. Realizar evaluación de satisfacción al cliente.
- **AUXILIAR DE ALMACEN.** Realizar salida de almacén y actualización de base de datos.

- **CONDUCTORES.** Llevar la mercancía a los puntos acordados con los clientes y hacer firmar el recibido de la orden de pedido y la factura.

## **RECURSOS**

Computador, teléfono, impresora, internet, programa SIIGO, sistema ERP, Vehículos.

## **DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES**

**Solicitud de cotización.** El proceso inicial desde la solicitud de la cotización por parte del cliente. Una vez se han desarrollado las actividades del proceso de aprovisionamiento y almacenamiento garantizando las existencias de la mercancía, se procede a realizar la cotización de los productos solicitados enviando al cliente la cotización respectiva.

En caso de tener dudas sobre las existencias, el coordinador de ventas deberá revisar la base de datos de almacén para asegurarse de que este en existencia los productos que va a cotizar.

Es importante tener en cuenta que la solicitud de cotización es un documento externo generado por el cliente, mientras que la cotización es un documento interno que genera la empresa.

**Aprobación por el cliente.** Se recibe respuesta positiva por parte del cliente y se inicia el proceso de despacho. Cuando se recibe respuesta negativa por parte del cliente, el coordinador de ventas deberá enviar formato de satisfacción del cliente para establecer las razones por las cuales no se tomó el servicio. Esta información será importante para un mejoramiento continuo del proceso.

**Generar orden de pedido.** Una vez se recibe respuesta positiva del cliente se genera una orden de pedido que recibirá el coordinador logístico y el auxiliar de almacenamiento

para hacer el despacho de los productos y se envía al gerente para que haga el cobro de acuerdo a las formas de pago acordadas.

**Gerente.** Procede a comunicarse con el cliente para acordar la forma de pago. El gerente da el visto bueno al auxiliar de almacén para que de salida a los productos.

**Salida de almacén.** Los productos salen del almacén con la firma del formato de salida de almacén que deberá firmar el coordinador logístico.

**Envío de mercancía.** El coordinador logístico deberá establecer quién de los conductores sería el responsable de transportar dichos productos. Envía los productos con la orden de pedido y la factura para que sea comparado por el cliente lo que pide, y lo que se le envía. Estos dos documentos deberán retornar al coordinador logístico firmados por el cliente de lo que tendrá que encargarse el conductor.

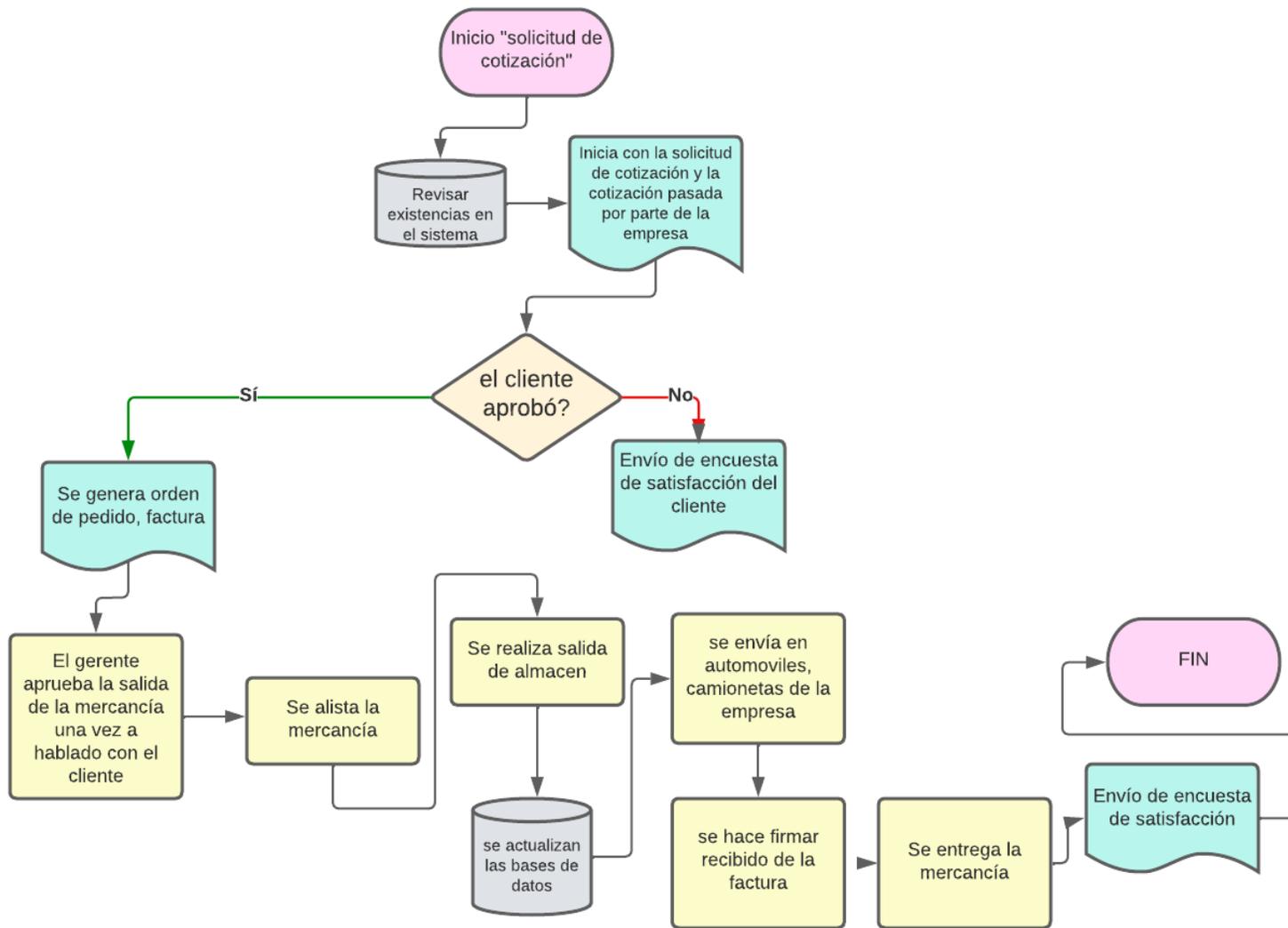
**Envío de encuesta.** Finalmente, el coordinador de ventas deberá enviar formato de satisfacción al cliente para conocer su punto de vista en cuanto a la calidad del producto y el servicio de transporte de mercancía.

## **FORMATOS**

- *Cotización, orden de compra u orden de pedido, salida de almacén, factura y formato de satisfacción del cliente.*

## **DIAGRAMA DE PROCEDIMIENTO DE DESPACHO**

Figura 54. Flujograma proceso de distribución.



## CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Cuadro 44. Caracterización del proceso de despacho.

<b>PROPOSITO:</b>	Garantizar la distribución y entrega de productos a los clientes de forma organizada y efectiva, cumpliendo con las expectativas de ellos.				
<b>RESPONSABLE:</b>	Coordinador logístico				
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADA</b>	<b>Responsable</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>
Cliente externo	Solicitud de Cotización	Coordinador de ventas	Revisa las existencias de bodega en el programa ERP y elabora cotización para enviarla al cliente	Correo electrónico para el cliente con cotización de lo requerido	Cliente externo
Cliente externo	Orden de pedido Rechazo de la propuesta	Coordinador de ventas	Enviar orden de pedido al coordinador logístico y al auxiliar de almacén para que proceda al alistamiento. Envía formato de satisfacción del cliente.	Correo electrónico con la orden de pedido.  Correo electrónico con la encuesta de satisfacción del cliente..	Auxiliar de almacén  Coordinador logístico.  Cliente  Gerente
Coordinador de ventas	orden de pedido.	Gerente	Se comunica con el cliente para acordar la forma de pago y da aprobación al auxiliar de almacén para dar salida a los materiales.	Correo electrónico con la orden de pedido aprobada para darle salida de almacén.	Auxiliar de almacén

<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADA</b>	<b>Responsable</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>
Gerente	Correo electrónico con la orden de pedido aprobada para darle salida de almacén.	Auxiliar de almacén	Darle salida a la mercancía y actualizar el sistema.	Salida de almacén	Coordinador logístico
Auxiliar de almacén.	Orden de pedido	Coordinador logístico  Coordinador de ventas	Firma salida de almacén y recibe mercancía.  Elabora factura.	Orden de pedido. Factura.	Conductor
Coordinador logístico	Orden de pedido. Factura.	Conductor	Recibe la mercancía, la sube al vehículo asignado y la lleva al cliente en la dirección acordada.	Orden de pedido. Recibido de Factura	Cliente
Cliente	Recibido de Factura	Coordinador de ventas	Envía encuesta de satisfacción al cliente	Encuesta de satisfacción	Cliente
<b>DOCUMENTOS</b>	<i>Fichas de seguridad en caso de productos Químicos.</i>		<b>REGISTRO</b>	<i>Cotización, Orden de pedido, factura, salida de almacén, encuesta de satisfacción.</i>	
<b>Riesgos</b>	Riesgos laborales Riesgos financieros				

#### **4.4. ÁREA FINANCIERA**

En el área financiera se prevé el aumento de capital de trabajo con las estrategias de mejora empleadas que permiten aumentar la demanda del servicio y producto y con esto, aumentar el flujo de caja disponible para garantizar presupuesto para la compra de mercancía.

#### **4.5. ÁREA DE RECURSO HUMANO**

Para el área de recursos humanos, se propone los siguientes perfiles de cargo que coinciden con los incluidos dentro del organigrama y mapa de procesos.

##### **4.5.1. Perfiles de cargo.**

La empresa establece los perfiles de cargo establecidos dentro de su estructura organizacional, con el fin de cumplir con los siguientes objetivos:

- Determinar la competencia que deberán tener las personas que laboran dentro de la empresa.
- Facilitar el proceso de reclutamiento y selección de personal.
- Identificar las necesidades de capacitación de méritos y la evaluación de puestos.
- Precisar las funciones encomendadas a cada cargo, para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar emisiones.
- Proporcionar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos.
- Facilitar la toma de decisiones y la ejecución de las mismas.

##### **Gerente**

Cuadro 45. Perfil de Cargo de Gerente General.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
<b>CARGO:</b>	<b>Gerente General.</b>
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales, por medio de la planificación estratégica, verificación de la eficacia de los procesos y el establecimiento de acciones para el mejoramiento continuo del desempeño organizacional.
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Estratégico.
<b>REPORTA A :</b>	Junta Directiva.
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	Auxiliar de gerencia. Coordinador HSEQ Coordinador de Logística Coordinador de ventas Conductores Auxiliares de almacén.
<b>REQUISITOS</b>	
<b>EDUCACIÓN.</b>	Profesional en administración de Empresas. Profesional en áreas administrativas. Profesional en gestión empresarial.
<b>FORMACIÓN:</b>	Curso de liderazgo. Curso de Planeación estratégica. Curso de Innovación.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Experiencia mínima de diez (10) años en creación y administración de empresas, emprendimiento e innovación, preferiblemente en empresas relacionadas en el sector de la construcción.
<b>HABILIDADES</b>	<b>VALORES</b>
Planificación estratégica.	Respeto – Responsabilidad
Liderazgo.	Honestidad - Solidaridad
Negociación.	Equidad – Compromiso
Resolución de conflictos.	Tolerancia.
Trabajo en Equipo.	
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.	
Capacidad de análisis	
<b>FUNCIONES GENERALES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer, revisar y asegura periódicamente la pertinencia de los lineamientos estratégicos, misión, visión, objetivos, con respecto al contexto de la organización y sus lineamientos estratégicos (misión y visión).</li> <li>• Identificar nuevos clientes.</li> <li>• Establecer estrategias organizacionales que permitan responder al cambio del mercado.</li> <li>• Garantizar el cumplimiento por parte de los colaboradores de las normas, reglamentos, políticas, procedimientos e instructivos internos establecidos en el sistema de gestión de calidad.</li> <li>• Garantizar la disposición de los recursos financieros y físicos para el desarrollo de las actividades propias de la organización, así como los pertinentes al sistema de gestión integral.</li> <li>• Aprobar la contratación del personal seleccionado para ocupar los cargos requeridos dentro de cada proceso organizacional.</li> <li>• Aprobación de las compras a realizar.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión y aprobación de planes de acción para la mejora continua de los procesos.</li> <li>• Verificar la participación y compromiso de personal en las actividades establecidas en el sistema de Gestión integral.</li> <li>• Realizar auditorías internas en cuanto al desempeño del Sistema de Gestión de Calidad.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las directrices del Sistema de Gestión Integral (Gestión de la Seguridad industrial y salud en el trabajo, Gestión del medio ambiente y Gestión de calidad).</li> <li>• Implementar el SG SST para la gestión de los riesgos laborales comprometiendo a toda la organización y a todos sus trabajadores, independientemente de su forma de contratación o vinculación, incluyendo los contratistas y subcontratistas.</li> <li>• Garantizar condiciones de trabajo seguras que protejan a los trabajadores de los riesgos reales y/o potenciales presentes en el medio ambiente laboral y que contribuyan al bienestar físico, mental y social de los mismos.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de la salud de los trabajadores.</li> <li>• Programar, ejecutar, y controlar el cumplimiento del SG SST de la empresa y procurar su financiación.</li> <li>• Estudiar la factibilidad técnica y económica de las medidas de control y en casos necesarios de alternativas eficaces.</li> <li>• Destinar los recursos humanos, técnicos y financieros indispensables para el desarrollo del SG SST según la actividad económica, magnitud y severidad de los riesgos y el número de trabajadores expuestos.</li> <li>• Llevar a cabo la interventoría en seguridad y salud en el trabajo a fin de realizar los ajustes administrativos, presupuestales y técnicos operativos que exija su desarrollo.</li> <li>• Vigilar el cumplimiento de la legislación vigente.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> </ul>
<b>CONVALIDACION</b>
Los requisitos de formación y habilidades para el cargo, podrán ser convalidados por más de 5 años de experiencia en actividades específicas del cargo.
<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>
<b>Relaciones Internas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de los Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>
<b>Relaciones Externas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Contratistas</li> <li>• Subcontratistas</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Entidades públicas</li> <li>• Entidades de regulación de carácter privado.</li> </ul>

## Auxiliar de Gerencia

Cuadro 46. Perfil de cargo auxiliar de gerencia.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
<b>CARGO:</b>	Auxiliar de gerencia
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Apoyar al gerente en su ausencia de sus funciones y registrar todos los soportes financieros en SIIGO.

<b>TIPO DE CARGO:</b>	Apoyo	
<b>REPORTA A :</b>	Gerente General	
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	N.A.	
<b>REQUISITOS</b>		
<b>EDUCACIÓN.</b>	Graduado de contaduría pública o estar cursando últimos semestres.	
<b>FORMACIÓN:</b>	Técnico en contabilización de operaciones comerciales y financieras.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	Experiencia mínima de un año (1) en actividades relacionadas al cargo.	
<b>HABILIDADES</b>		<b>VALORES</b>
Liderazgo	Respeto – Responsabilidad	
Pensamiento Estratégico.	Honestidad – Trabajo en Equipo	
Dirección y Orientación de Otros.	Solidaridad – Compromiso	
Habilidad Tecnológica.	Equidad.	
Trabajo en Equipo.	Tolerancia.	
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.		
Capacidad de análisis		
<b>FUNCIONES GENERALES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación del flujo de caja.</li> <li>• Verificación del cumplimiento organizacional en cuanto a los requisitos contables y de facturación.</li> <li>• Programación de pagos a proveedores.</li> <li>• Realizar pago de nómina.</li> <li>• Realizar pago de seguridad social.</li> <li>• Legalizar la caja mejor.</li> <li>• Elaboración de facturas de venta.</li> <li>• Elaboración de información contable, causaciones, registros contables, entre otros.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> <li>• Participar en la prevención de los riesgos laborales a través del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Suministrar información clara, veraz, oportuna y completa sobre su estado de salud</li> <li>• Informar inmediatamente la ocurrencia de un accidente o incidente</li> <li>• Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del SG-SST de la Empresa.</li> <li>• Informar oportunamente a sus superiores la presencia de condiciones de trabajo que resulten peligrosas para la salud y la seguridad</li> <li>• Conservar el orden y aseo en los diferentes sitios de trabajo</li> <li>• Utilizar adecuadamente las instalaciones, elementos de trabajo y de protección personal.</li> <li>• Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores.</li> <li>• Participar activamente en la elección del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Hacer adecuado uso de las instalaciones de trabajo.</li> <li>• Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación</li> <li>• Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>		
<b>CONVALIDACION</b>		
<p>Los requisitos de formación y habilidades para el cargo, podrán ser convalidados por más de 5 años de experiencia en actividades específicas del cargo, o por decisión del gerente, quien se encargara de establecer planes de acción y de formación específicos para este cargo con el objetivo de elevar su nivel formación a lo establecido en el sistema de Gestión de Calidad.</p>		

<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>	
<b>Relaciones Internas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>	
<b>Relaciones Externas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• N.A.</li> </ul>	

## Coordinador HSEQ

Cuadro 47. Perfil del cargo de coordinador HSEQ y Recursos Humanos.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
Este espacio está determinado por el Coordinador Gestión Humana.	
<b>CARGO:</b>	Coordinador HSEQ y Recursos Humanos
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Liderar el sistema de gestión integral garantizando la eficiencia de los procesos organizacionales.
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Estratégico
<b>REPORTA A :</b>	Gerente General.
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	Todos los Colaboradores.
<b>REQUISITOS</b>	
<b>EDUCACIÓN.</b>	Profesional en salud ocupacional o seguridad y salud en el trabajo. Profesional en Cualquier área, con especialización en seguridad y salud en el trabajo; gestión HSEQ.
<b>FORMACIÓN:</b>	Curso de seguridad social. Capacitación virtual de cincuenta (50) horas para la implementación del SG SST. Curso de implementación de sistemas de gestión. Curso básico de Primeros Auxilios. Curso de altura nivel avanzado. Curso de Coordinador de Alturas.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Experiencia mínima de seis (6) meses en actividades relacionadas al cargo.
<b>HABILIDADES</b>	<b>VALORES</b>
Liderazgo	Respeto – Responsabilidad
Pensamiento Estratégico.	Honestidad – Trabajo en Equipo
Dirección y Orientación de Otros.	Solidaridad – Compromiso
Habilidad Tecnológica.	Equidad.
Trabajo en Equipo.	Tolerancia.
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.	
Capacidad de análisis	
<b>FUNCIONES GENERALES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el cumplimiento de los objetivos del sistema de gestión de la calidad.</li> <li>• Evaluar y tomar las acciones pertinentes para garantizar la mejora continua de los procesos organizacionales.</li> <li>• Liquidar Nomina</li> <li>• Estar pendiente de todo lo relacionado con el recurso humano.</li> </ul>	

- Establecer las funciones y competencias que se requieren para cada puesto de trabajo.
- Planear las necesidades de capacitación, inducción y re inducción de acuerdo a las funciones de cada puesto de trabajo.
- Evaluar el desempeño de los trabajadores.
- Reclutamiento, selección y contratación de personal.
- Afiliación a seguridad social.
- Llevar a cabo actividades correspondientes al ingreso, permanencia y retiro del personal.
- Registro de horas extras.
- Registro de horas Hombre.
- Llevar el control de incapacidades/Ausentismos
- Velar por el cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Elaborar y actualizar el SG-SST y la matriz de peligros.
- Realizar visitas periódicas a las diferentes áreas de trabajo para supervisar los métodos de trabajo y las medidas implementadas.
- Elaborar y actualizar las normas de trabajo seguro.
- Responsabilizarse por la seguridad integral del área.
- Verificar que todos los empleados estén protegidos por una A.R.L y afiliados a una E.P.S.
- Adelantar estudios de control y valoración de riesgos, proponiendo medidas de control específicas y velando por su aplicación.
- Promover campañas de sanidad e higiene en trabajadores.
- Realizar actividades de capacitación y educación para empleados de todos los niveles de la organización.
- Facilitar y estimular la asistencia de los trabajadores a las reuniones de capacitación.
- Divulgar las normas expedidas por las autoridades competentes y promover su cumplimiento.
- Mantener constante comunicación con entidades asesoras en el tema y tomar parte activa en las actividades programadas por dichas organizaciones.
- Promover el registro y análisis actualizado del personal empleado, accidentalidad, ausentismo, programas que se siguen, distribución de elementos de seguridad y control, asegurándose que se cuenta con elementos de registro suficientes y adecuados.
- Recopilar, analizar y difundir la información suministrada por los trabajadores respecto a las actividades adelantadas en el cumplimiento del Sistema.
- Formar y coordinar las brigadas de emergencia.
- Analizar los exámenes de ingreso, egreso y periódicos según los objetivos del sistema, evaluando la pertinencia de pruebas realizadas.
- Evaluar y ajustar en forma periódica la gestión del SG-SST.
- Apoyar a la dirección del sistema en la gestión de seguridad y salud en el trabajo, asesorándola en la formulación de políticas, objetivos, metas, procedimientos administrativos y técnicos relacionados con el área.
- Informar a la Dirección sobre la gestión de seguridad y salud en el trabajo en la empresa, coordinar su desarrollo y vigilar su cumplimiento.
- Verificar el cumplimiento de la política por parte de los miembros de la empresa, prestándoles apoyo para que cumplan con las responsabilidades establecidas respecto al SG-SST.
- Definir los sistemas de control necesarios.
- Establecer el programa de capacitación para los trabajadores, en materia de seguridad y salud en el trabajo, estableciendo las estrategias de motivación, participación y evaluación.
- Promover la formación y funcionamiento del comité paritario, Notificar a la ARL a la que se encuentre afiliada la Empresa los accidentes y enfermedades laborales dentro de los dos días hábiles siguientes y registrar las actividades desarrolladas dentro del sistema de gestión.

#### **CONVALIDACION**

Los requisitos de formación y habilidades para el cargo, podrán ser convalidados por más de 5 años de experiencia en actividades específicas del cargo.
<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>
<b>Relaciones Internas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>
<b>Relaciones Externas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• N.A.</li> </ul>

## Coordinador Logístico

Cuadro 48. Perfil de cargo coordinador logístico.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
<b>CARGO:</b>	Coordinador de Logística
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Apoyar en los procesos de aprovisionamiento, almacenamiento y despacho de la empresa.
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Apoyo.
<b>REPORTA A :</b>	Gerente General.
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	Auxiliar de Almacén Conductores
<b>REQUISITOS</b>	
<b>EDUCACIÓN.</b>	Graduado en Ingeniería industrial o que este cursando IX y X semestre.
<b>FORMACIÓN:</b>	
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo un (1) año de experiencia en el cargo o desarrollando actividades afines.
<b>HABILIDADES</b>	<b>VALORES</b>
Liderazgo	Respeto – Responsabilidad
Pensamiento Estratégico.	Honestidad – Trabajo en Equipo
Dirección y Orientación de Otros.	Solidaridad – Compromiso
Habilidad Tecnológica.	Equidad.
Trabajo en Equipo.	Tolerancia.
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.	
Capacidad de análisis	
<b>FUNCIONES GENERALES:</b>	
<b>En cuanto al SGC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener, administrar y velar por el inventario de la empresa.</li> <li>• Planificar las compras requeridas por los distintos procesos de la empresa.</li> <li>• Seleccionar y evaluar a los proveedores externos.</li> <li>• Asegurar el aprovisionamiento de insumos y materiales necesarios para las actividades de la empresa.</li> <li>• Control de vencimiento de técnico mecánica y SOAT de los vehículos propiedad de la empresa.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> <li>• Participar en la prevención de los riesgos laborales a través del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministrar información clara, veraz, oportuna y completa sobre su estado de salud</li> <li>• Informar inmediatamente la ocurrencia de un accidente o incidente</li> <li>• Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del SG-SST de la Empresa.</li> <li>• Informar oportunamente a sus superiores la presencia de condiciones de trabajo que resulten peligrosas para la salud y la seguridad</li> <li>• Conservar el orden y aseo en los diferentes sitios de trabajo</li> <li>• Utilizar adecuadamente las instalaciones, elementos de trabajo y de protección personal.</li> <li>• Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores.</li> <li>• Participar activamente en la elección del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Hacer adecuado uso de las instalaciones de trabajo.</li> <li>• Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación</li> <li>• Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>
<b>CONVALIDACION</b>
Los requisitos de formación y habilidades para el cargo, podrán ser convalidados por más de 5 años de experiencia en actividades específicas del cargo, o por decisión del gerente, quien se encargara de establecer planes de acción y de formación específicos para este cargo con el objetivo de elevar su nivel formación a lo establecido en el Sistema de Gestión Integral.
<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>
<b>Relaciones Internas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>
<b>Relaciones Externas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• N.A.</li> </ul>

## Coordinador de Ventas

Cuadro 49.Coordinador de Ventas.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
<b>CARGO:</b>	Coordinador de Ventas
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Garantizar el flujo de caja para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Apoyo.
<b>REPORTA A :</b>	Gerente General.
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	N/A
<b>REQUISITOS</b>	
<b>EDUCACIÓN.</b>	Administrador de empresas
<b>FORMACIÓN:</b>	Ventas Atención al cliente
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo un (1) año de experiencia en el cargo de vendedor en el sector de la construcción.
<b>HABILIDADES</b>	<b>VALORES</b>
Liderazgo	Respeto – Responsabilidad
Pensamiento Estratégico.	Honestidad – Trabajo en Equipo

Dirección y Orientación de Otros.	Solidaridad – Compromiso
Habilidad Tecnológica.	Equidad.
Trabajo en Equipo.	Tolerancia.
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.	
Capacidad de análisis	
<b>FUNCIONES GENERALES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear estrategias para la búsqueda de clientes potenciales.</li> <li>• Fidelización del cliente.</li> <li>• Realizar órdenes de compra.</li> <li>• Generar facturación.</li> <li>• Garantizar la satisfacción del cliente.</li> <li>• Abrir nuevos mercados.</li> <li>• Mantener, administrar y velar por el inventario de la empresa.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> <li>• Participar en la prevención de los riesgos laborales a través del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Suministrar información clara, veraz, oportuna y completa sobre su estado de salud</li> <li>• Informar inmediatamente la ocurrencia de un accidente o incidente</li> <li>• Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del SG-SST de la Empresa.</li> <li>• Informar oportunamente a sus superiores la presencia de condiciones de trabajo que resulten peligrosas para la salud y la seguridad</li> <li>• Conservar el orden y aseo en los diferentes sitios de trabajo</li> <li>• Utilizar adecuadamente las instalaciones, elementos de trabajo y de protección personal.</li> <li>• Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores.</li> <li>• Participar activamente en la elección del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Hacer adecuado uso de las instalaciones de trabajo.</li> <li>• Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación</li> <li>• Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>	
<b>CONVALIDACION</b>	
Los requisitos de formación y habilidades para el cargo, podrán ser convalidados por más de 5 años de experiencia en actividades específicas del cargo, o por decisión del gerente, quien se encargará de establecer planes de acción y de formación específicos para este cargo con el objetivo de elevar su nivel formación a lo establecido por la empresa.	
<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>	
<b>Relaciones Internas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>	
<b>Relaciones Externas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes.</li> </ul>	

## Conductor

Cuadro 50. Perfil de Cargo del Conductor.

<b>PERFIL DE CARGO.</b>	
<b>CARGO:</b>	Conductor

<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Transportar los productos vendidos por la empresa hacia los lugares previstos por lo clientes.	
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Apoyo.	
<b>REPORTA A :</b>	Coordinador de Logística.	
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	N/A	
REQUISITOS		
<b>EDUCACIÓN.</b>	Bachiller	
<b>FORMACIÓN:</b>	Trabajo en equipo	
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo cinco (5) años de experiencia en el cargo o desarrollando actividades afines.	
HABILIDADES		VALORES
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.		Respeto – Responsabilidad
Capacidad de análisis		Honestidad – Trabajo en Equipo
Manejo del estrés.		Solidaridad – Compromiso
Habilidad Tecnológica.		Equidad.
Trabajo en Equipo.		Tolerancia.
<b>En cuanto al SGC</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar los productos de la empresa hacia el cliente.</li> <li>• Garantizar el buen estado de los productos para que lleguen en condiciones óptimas a los clientes.</li> <li>• Transportar los productos del proveedor hacia la empresa.</li> <li>• Estar pendientes del mantenimiento de los vehículos.</li> <li>• Mantener los vehículos limpios y en buen estado.</li> <li>• Control de vencimiento de técnico mecánica y SOAT de los vehículos propiedad de la empresa.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> <li>• Participar en la prevención de los riesgos laborales a través del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Suministrar información clara, veraz, oportuna y completa sobre su estado de salud</li> <li>• Informar inmediatamente la ocurrencia de un accidente o incidente</li> <li>• Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del SG-SST de la Empresa.</li> <li>• Informar oportunamente a sus superiores la presencia de condiciones de trabajo que resulten peligrosas para la salud y la seguridad</li> <li>• Conservar el orden y aseo en los diferentes sitios de trabajo</li> <li>• Utilizar adecuadamente las instalaciones, elementos de trabajo y de protección personal.</li> <li>• Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores.</li> <li>• Participar activamente en la elección del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Hacer adecuado uso de las instalaciones de trabajo.</li> <li>• Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación</li> <li>• Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>		
CONVALIDACIÓN		
N/A		
RELACIONES DE TRABAJO		
<b>Relaciones Internas:</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> </ul>
<b>Relaciones Externas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>

## Auxiliar de almacén

Cuadro 51.Perfil de Auxiliar de Almacén.

PERFIL DE CARGO.	
<b>CARGO:</b>	Auxiliar de almacén
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b>	Apoyar en la actividad de almacenamiento de productos.
<b>TIPO DE CARGO:</b>	Apoyo.
<b>REPORTA A :</b>	Coordinador de logística
<b>PERSONAS A CARGO:</b>	N/A
REQUISITOS	
<b>EDUCACIÓN.</b>	Bachiller.
<b>FORMACIÓN:</b>	Conocimientos de Excel.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo un (1) año de experiencia en el cargo o desarrollando actividades afines.
HABILIDADES	VALORES
Orientación al Cliente Interno y/o Externo.	Respeto – Responsabilidad
Capacidad de análisis	Honestidad – Trabajo en Equipo
Manejo del estrés.	Solidaridad – Compromiso
Habilidad Tecnológica.	Equidad.
Trabajo en Equipo.	Tolerancia.
FUNCIONES GENERALES:	
<b>En cuanto al SGC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener actualizado el sistema de inventarios.</li> <li>• Garantizar el perfecto almacenamiento de los productos.</li> <li>• Elaborar salidas de almacén.</li> <li>• Informar sobre las existencias de productos.</li> <li>• Procurar el cuidado integral de su salud</li> <li>• Participar en la prevención de los riesgos laborales a través del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Suministrar información clara, veraz, oportuna y completa sobre su estado de salud</li> <li>• Informar inmediatamente la ocurrencia de un accidente o incidente</li> <li>• Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del SG-SST de la Empresa.</li> <li>• Informar oportunamente a sus superiores la presencia de condiciones de trabajo que resulten peligrosas para la salud y la seguridad</li> <li>• Conservar el orden y aseo en los diferentes sitios de trabajo</li> <li>• Utilizar adecuadamente las instalaciones, elementos de trabajo y de protección personal.</li> <li>• Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar activamente en la elección del Comité paritario de seguridad y salud en el trabajo COPASST.</li> <li>• Hacer adecuado uso de las instalaciones de trabajo.</li> <li>• Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación</li> <li>• Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>
<b>CONVALIDACIÓN</b>
N/A
<b>RELACIONES DE TRABAJO</b>
<b>Relaciones Internas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos Los Líderes de Procesos.</li> <li>• Todos los trabajadores en general.</li> <li>•</li> </ul>
<b>Relaciones Externas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> </ul>

#### 4.6. PLAN DE ACCIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Cuadro 52. Plan de acción, evaluación y seguimiento.

Propuesta de mejoramiento o estrategia.	Evaluación y seguimiento					Actividades	Recursos	Costo	Responsable
	Objetivo	Indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia de medición				
Diseñar los lineamientos estratégicos de la empresa como: misión, visión, objetivos estratégicos	Brindar a los colaboradores una dirección estratégica sobre la cual orientar sus esfuerzos y actividades laborales.	Conocimientos de los lineamientos estratégicos.	(No. colaboradores que conocen los lineamientos estratégicos / No. total de colaboradores) *100%	100%	semestral.	*Diseñar los lineamientos. *Aprobación por parte de la gerente. *Publicación y documentación. *Socialización.	Computador Internet hojas de papel registros	\$100:00 0=	Gerente
Diseñar el organigrama y mapa de procesos de la empresa para establecer niveles de comunicación y responsabilidad	Orientar a la empresa frente a niveles de comunicación y responsabilidades de cada trabajador.	Conocimiento sobre niveles de comunicación y responsabilidades.	(No. colaboradores que conocen los lineamientos estratégicos / No. total de colaboradores) *100%	100%	semestral	*Diseñar organigrama y mapa de procesos. *Aprobación por parte de la gerente. *Publicación y documentación. *Socialización.	Computador Internet hojas de papel registros	\$150:00 0=	Gerente

Propuesta de mejoramiento o estrategia.	Evaluación y seguimiento					Actividades	Recursos	Costo	Responsable
	Objetivo	Indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia de medición				
<b>Diseñar el manual de perfiles de cargos para los puestos establecidos en el organigrama de la empresa.</b>	Dar a conocer a cada empleado sus funciones y rendición de cuentas sobre las que tiene responsabilidad.	Conocimiento sobre funciones y responsabilidades.	(No. colaboradores que conocen sus funciones y responsabilidades/ No. total de colaboradores) *100%	100%	semestral.	*Diseñar los perfiles de cargo de la empresa de acuerdo con el organigrama y mapa de procesos establecidos. *Dar a conocer a toda la empresa sobre las funciones y responsabilidades de cada cargo. *documentación.	Computador Internet hojas de papel registros	\$250.00 0=	Gerente
<b>Diseñar procedimientos de aprovisionamiento y despacho de mercancía.</b>	Estandarizar las actividades ejecutadas dentro del proceso de aprovisionamiento y despacho de mercancía.	cumplimiento en tiempos de entrega	(Pedidos entregados a tiempo /No. de pedidos totales en el periodo de medición) *100%	95%	mensual	*Organizar actividades del proceso * diseñar procedimiento y aprobación por parte del gerente. *socialización *implementación * verificación *mejoramiento.	Computador Internet hojas de papel registros	\$250.00 0=	Gerente

Propuesta de mejoramiento o estrategia.	Evaluación y seguimiento					Actividades	Recursos	Costo	Responsable
	Objetivo	Indicador	Formula	Meta	Frecuencia de medición				
Diseñar procedimiento para la evaluación y seguimiento de la satisfacción del cliente.	Garantizar el seguimiento de la satisfacción del cliente.	satisfacción del cliente.	Puntaje total de satisfacción de clientes según encuesta.	20 puntos	mensual.	*Diseño del procedimiento. *Aprobación por parte de gerencia. *implementación. *verificación. *mejoramiento.	Computador Internet hojas de papel registros	\$250.000=	Gerente

## CONCLUSIONES

SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC es una empresa nueva en el mercado de la construcción, por lo que busca estrategias empresariales que le permitan un mejor posicionamiento en el sector económico en donde se desempeña actualmente y que posee el 6.5% del PIB total de la económica colombiana.

Debido a su ausencia de lineamientos estratégicos y procesos formales de desempeño, realiza una encuesta a sus clientes para determinar su nivel de desempeño y las necesidades percibidas de acuerdo con las respuestas o datos recolectados de cada una de las partes interesadas. De este proceso de recolección de datos, se evidencia que más del 54.9% de los clientes poseen relaciones comerciales por más de 1 año con la empresa y el nivel de satisfacción máxima es más del 63.1% puesto que existen oportunidades importantes para la empresa de mejoramiento como en el cumplimiento de tiempos de entrega, especificaciones técnicas de los productos, atención al cliente por parte de los colaboradores, mejoramiento de canales de comunicación, entre otros.

Dentro del diagnóstico realizado, se puede evidenciar que el área gerencial de la empresa no cuenta con un direccionamiento estratégico, no posee una estructura organizacional que le permita definir niveles de comunicación o autoridad, no existe la división o especialización del trabajo, puesto que es una empresa nueva y se centra en la inversión de recursos para garantizar la capitalización de la misma. En el área de mercadeo se establece que no existen estrategias puesto que no se cuenta con suficiente capital de trabajo y no se realiza seguimiento a los requerimientos de los clientes. El área de servicios, requiere de una estandarización del proceso de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de mercancía, puesto que existen muchos aspectos de inconformidad por parte de los clientes y colaboradores.

Finalmente, se establece como propuesta de mejoramiento diseñar los lineamientos estratégicos de la empresa, organigrama, mapa de procesos, perfiles de cargo y estandarización de procedimientos de aprovisionamiento, almacenamiento y despacho de mercancía para que de esta forma se reduzcan las inconformidades de los clientes y errores cometidos por parte de los colaboradores que afecten la inversión en costos y las posibles afectaciones de credibilidad y confiabilidad dentro del mercado.

Para un proceso de mejoramiento, es importante la identificación de necesidades dentro del sector para que de esta manera se generen estrategias óptimas que garanticen una verdadera transformación e impacto en la empresa. De lo contrario, lo único que se estaría logrando es el desperdicio de recursos que puede terminar perjudicando la empresa. Por esto, es importante realizar un diagnóstico inicial y frente a este tomar decisiones.

## RECOMENDACIONES

Es importante seguir estandarizando los procesos que se establecieron para la empresa porque de esto depende la interrelación de cada uno de ellos y que a su vez permita el cumplimiento de los objetivos organizacionales establecidos dentro de este plan de mejoramiento.

Debe considerarse que, dentro del diagnóstico realizado, uno de los aspectos importantes es la ausencia de estrategias de marketing, pero de este tema no se propone ninguna acción puesto que lo importante para la empresa ahora es mejorar su desempeño y eficiencia para aumentar su capital de trabajo y así tener o contar con recursos financieros importantes para poder desarrollar oportunidades para los clientes como ofrecimiento de ofertas o descuentos.

Finalmente, debe considerarse que la implementación de estrategias en las empresas requiere de una fase de diagnóstico, análisis y mejoramiento, por lo que se requiere una medición de los resultados obtenidos durante la implementación y la propuesta de acciones correctivas o de mejoramiento que permita el perfeccionamiento constante de la operación de la empresa.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

BARRERA Hugo. Capitulo III. Tipo de investigación. 2010. [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap\\_3\\_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2330/Cap_3_Metodolog%C3%ADa.pdf?sequence=7&isAllowed=y#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20es%20proyectiva%20porque,del%20momento%2C%20de%20los%20procesos)

BRUME GONZÁLEZ, Mario Javier. Estructura organizacional. Bogotá: Editorial ITSA. 2019, 33p. <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>

CAMEJIA. Página Oficial. <https://www.camejia.com/camejia>

CASAS ANGUITA J. REPULLO LABRADOR J R. DONADO CAMPOS J. La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. 2003. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

COLOMBIA LICITA. Construcción plaza mercado zapatoca. 2022. <https://colombialicita.com/licitacion/69711540>

COLPRENSA. El sector de la construcción en Santander cierra el 2021 con cifras positivas en ventas de viviendas. 2021. <https://www.vanguardia.com/economia/local/sector-de-la-construccion-en-santander-cierra-el-2021-con-cifras-positivas-en-ventas-de-viviendas-MX4653439>

DORADO HERNÁNDEZ, Diego Rafael. Estudios económicos. Bogotá: Gobierno de Colombia. p.21. 2021. [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/TE\\_Region%20andina.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/TE_Region%20andina.pdf)

DISTRIBUCIONES COLOMBIA. Página Oficial. 2022. <https://distribucionescolombia.com/nosotros/>

DELTAGLOBAL. Página oficial. 2002. <https://www.deltaglobal.com.co/resena.html>

ESPINOSA L. Práctica empresarial Ardisa S.A. 2021 <https://docplayer.es/227564963-Practica-empresarial-ardisa-s-a-liliana-carolina-espinoza-munoz.html>

ETERNIT. Página Oficial. 2022. <https://www.etsnit.com.co/organizacion/#construyendo-historia>

KNAUK. Página oficial. 2022. [https://www.knauf.com.co/index.php?r=product/index&product\\_category\\_id=1](https://www.knauf.com.co/index.php?r=product/index&product_category_id=1)

HOMECEMTER. Quienes Somos. 2022. <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/mashomecenter/nuestra-empresa>

INTXAURBURU M, LUBURU C. Una revisión teórica de la herramienta de Benchmarking. 2005. [https://www.ehu.eus/documents/2069587/2113623/12\\_6.pdf](https://www.ehu.eus/documents/2069587/2113623/12_6.pdf)

PARRA VELASCO. Probabilidad y estadística. (2017). <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>

PLAN DE DESARROLLO 2020-2023. Unidos por Lebrija Santander. <https://www.lebrija-santander.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/PLAN%20DE%20DESARROLLO%202020%20-%202023.pdf>

PROCALCO. Página Oficial. 2022. <http://procalcosas.com.co/adhesivo-ceramico-pegatek/>

PARNREITER, Christof. La división del trabajo como una relación socio-espacial, o como reconciliar la ciencia económica y la geografía. 2016

SODIMAC CORONA. Emisión de Bonos Ordinarios. 2017. <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/informacion-inversionistas/doc/presentacion-bonos-sodimac-colombia-2017.pdf>

## 6. ANEXOS

### Anexos A. Portafolio de Servicios de Sistemas Constructivos AFC.

ILUSTRACIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
	<b>MASILLA KNAUF</b>	<p>Masilla a base de yeso con aditivos vinílicos para el tratamiento de juntas de placas de yeso-cartón. es un material premezclado, lista para usar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• material premezclado. listo para usar.</li> <li>• mayor suavidad y excelente pegado.</li> <li>• poca fluidez y mínimo desperdicio.</li> <li>• alto rendimiento, mayor productividad. etc.</li> </ul> <p><b>PRESENTACIÓN</b>            cuñete 28 kg            balde 14 kg            galón 5.0 kg</p>
	<b>MASILLA SUPERMASTICK</b>	<p>La masilla multiusos supermastic pr<sup>®</sup> es un producto de alta calidad, para profesionales que buscan lograr acabados finos y durables con una suave aplicación y fácil lijado.</p> <p><b>VENTAJAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rápido secado.</li> <li>• suave al deslizarse.</li> <li>• más fácil de lijar.</li> <li>• menor encogimiento.</li> <li>• cubre más espacio con menos aplicación.</li> </ul> <p><b>PRESENTACIÓN</b>            cuñete 28 kg            balde 14 kg            galón 5.0 kg</p>
	<b>PINTURAS PINTUPABON</b>	<p>Pintura al agua tipo emulsión de excelente acabado semi-brillante, alta lavabilidad excepcional cubrimiento que garantiza decoraciones durables de alto rendimiento en interiores o exteriores bajo techo. se puede aplicar sobre cemento, concreto, yeso, ladrillo, drywall, muros y paredes.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vinilo t1 blanco en cuñete - balde - galón.</li> <li>• vinilo t2 blanco en cuñete - balde - galón.</li> </ul>

	<b>PINTURA CASA COLOR</b>	<p>pintura base agua, fabricada con resina vinil acrílica de excelente cubrimiento y adherencia, acabado mate y fácil aplicación</p> <p><b>Rendimiento:</b> sobre estuco 50 m2 aprox a una mano</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cuñete 5 galones</li> <li>• balde 2.5 galones</li> <li>• galón 3.785 litros</li> <li>• cuarto</li> </ul>
	<b>TEX-JOINT</b>	<p>El producto tex-joint juntas es una masilla elástica desarrollada para dar acabado a las juntas entre placas de fibrocemento para la construcción de paredes interiores y fachadas. gracias a esto, se logrará que el sistema sea "de junta perdida" o "joint free".</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <p>cuñete balde galón</p>
	<b>VENECIANO</b>	<p>recol® veneciano es un estuco decorativo, de acabado semi mate o brillante según la aplicación o técnica empleada; presenta gran adherencia y una amplia gama de colores. se emplea como revestimiento altamente decorativo en muros y techos, sobre superficies de yeso, vinilo, madera, estuco, concreto, revoque (pañete), fibrocemento y prefabricados, en ambientes interiores</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <p>cuñete balde galón</p>
	<b>LÁMINAS DE DRYWALL</b>	<p><b>MEDIDAS:</b> 122 x 244 cm</p> <p>lámina liviana recubierta de papel 100% reciclado, en yeso formulado y procesado entre 2 cartoncillos.</p> <p><b>USO:</b> para utilizarse en sistemas de muros, paredes y cielo rasos, reparaciones, remodelaciones y revestimientos en ambientes interiores.</p> <p><b>RECOMENDACIONES:</b> evitar la exposición excesiva o continua a la humedad y temperaturas extremas (mayores a 52°C) por periodos prolongados, mantenerse seca para evitar la formación de moho.</p>

SISTEMAS CONSTRUCTIVOS

	<p><b>LÁMINAS DE FIBROCEMENT O</b></p>	<p><b>PLACAS DE FIBROCEMENTO ETHERBOARD</b> Usos recomendados / descripción</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Espesor mm</th> <th>Formato mm</th> <th>Peso Kg/m<sup>2</sup></th> <th>Usos recomendados / descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>1200x2400</td> <td>10,5</td> <td>Empujes, estanterías, mesones.</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>1200x2400</td> <td>15,75</td> <td>Empujes, estanterías, mesones.</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>1200x2400</td> <td>21,0</td> <td>Fachadas, empujes, bases para cubiertas de bajo pendiente, mesones, estanterías.</td> </tr> <tr> <td>25</td> <td>1200x2400</td> <td>26,25</td> <td>Fachadas, bases para cubiertas de alto pendiente, mesones, estanterías.</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>1200x2400</td> <td>31,5</td> <td>Muros interiores, aleros, cielos rasos a junta continua, casillas sanitarias, ductos, forjados.</td> </tr> <tr> <td>35</td> <td>1200x2400</td> <td>36,75</td> <td>Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.</td> </tr> <tr> <td>40</td> <td>1200x2400</td> <td>42,0</td> <td>Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.</td> </tr> <tr> <td>50</td> <td>1200x2400</td> <td>52,5</td> <td>Cielos rasos suspendidos y cielos rasos clavados.</td> </tr> </tbody> </table>	Espesor mm	Formato mm	Peso Kg/m <sup>2</sup>	Usos recomendados / descripción	10	1200x2400	10,5	Empujes, estanterías, mesones.	15	1200x2400	15,75	Empujes, estanterías, mesones.	20	1200x2400	21,0	Fachadas, empujes, bases para cubiertas de bajo pendiente, mesones, estanterías.	25	1200x2400	26,25	Fachadas, bases para cubiertas de alto pendiente, mesones, estanterías.	30	1200x2400	31,5	Muros interiores, aleros, cielos rasos a junta continua, casillas sanitarias, ductos, forjados.	35	1200x2400	36,75	Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.	40	1200x2400	42,0	Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.	50	1200x2400	52,5	Cielos rasos suspendidos y cielos rasos clavados.
Espesor mm	Formato mm	Peso Kg/m <sup>2</sup>	Usos recomendados / descripción																																			
10	1200x2400	10,5	Empujes, estanterías, mesones.																																			
15	1200x2400	15,75	Empujes, estanterías, mesones.																																			
20	1200x2400	21,0	Fachadas, empujes, bases para cubiertas de bajo pendiente, mesones, estanterías.																																			
25	1200x2400	26,25	Fachadas, bases para cubiertas de alto pendiente, mesones, estanterías.																																			
30	1200x2400	31,5	Muros interiores, aleros, cielos rasos a junta continua, casillas sanitarias, ductos, forjados.																																			
35	1200x2400	36,75	Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.																																			
40	1200x2400	42,0	Cielos rasos suspendidos y tableros para muebles y puertas.																																			
50	1200x2400	52,5	Cielos rasos suspendidos y cielos rasos clavados.																																			
	<p><b>YESO BLANCO</b></p>	<p>Es el producto resultante de la deshidratación parcial del yeso natural que al mezclarlo con agua en proporciones adecuadas forma una pasta que fragua para producir una masa rígida.</p> <p><b>ESPECIFICACIONES:</b> para fabricar molduras, cielos rasos, comisas, rosetas, frisos, mensual. para fabricar figuras y muñecos. para fabricar tizas. para fabricar estuco de alta calidad y resistencia</p>																																				
	<p><b>CAOLÍN BLANCO</b></p>	<p><b>CARACTERÍSTICAS:</b> cal arcillosa en bolsa, rendidora y fácil de aplicar. <b>CONTENIDO:</b> 25 kg <b>USO:</b> para el hogar, la construcción y la industria de la cerámica y pintura. <b>COLOR:</b> blanco</p>																																				
	<p><b>PEGAFLEX</b></p>	<p>Adhesivo ideal para instalación de pisos, paredes en interiores y exteriores recomendable para paredes max. de 2 pisos de altura y zonas de alto tráfico, pega piso sobre piso. Premezclado en fábrica con aditivos tipo látex y de base cementosa. rendimiento 4 kg por m<sup>2</sup> <b>PRESENTACIÓN</b> bolsa de 25 kg.</p>																																				
	<p><b>CAL</b></p>	<p>La cal hidratada se usa en la producción de morteros, yesos, cementos, pinturas, productos de caucho duro, petroquímicos y en el curtido de pieles. un desarrollo más reciente en el uso de la cal hidratada se encuentra en las aplicaciones ambientales.</p>																																				

			<b>CEMENTO GRIS</b>	<p>El cemento es el ingrediente principal del concreto y la sustancia que le da su propiedad adhesiva, es un polvo fino gris resultado de un proceso de transformación de calizas y arcillas sometidas a altas temperaturas.</p>
			<b>CEMENTO BLANCO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cemento blanco</li> <li>• Mayor resistencia</li> <li>• Multi propósito</li> <li>• Excelente rendimiento</li> <li>• Más cohesivo</li> </ul> <p><b>PRESENTACIÓN</b> 1 kg</p>
			<b>BOQUILLA BLANCA</b>	<p>Boquilla de base cementosa, con aditivos tipo látex para llenar separaciones de 1 a 5 mm entre baldosa; tanto en interiores como en exteriores. boquilla blanca anti hongo. más impermeable no se fisura uso interior y exterior</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> 1 kg</p>
			<b>GLADIADOR</b>	<p>Pegante gladiador max, es una mezcla adhesiva flexible ideal para la instalación de revestimientos cerámicos de mediana y alta absorción, en pisos y paredes, formulado en base cemento portland, arenas seleccionadas y aditivos que mejoran la adherencia y le aportan excelente manejabilidad y desempeño. pegante cerámico gris con látex</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> bolsa 25 kg</p>
			<b>ROMERAL</b>	<p>Es un producto compuesto por sulfato de calcio dihidratado (yeso) más aditivos que le confiere excelentes propiedades de adherencia y cremosidad disponible en empaques de 25kg y 5kg.</p> <p><b>USOS</b> tratamiento de juntas (invisible de placas de yeso) cubrimiento (cabeza de tornillos) preparación de muro para pintura (epoxica, vinilica entre otras)</p>

	<b>PEGACOR 5 AÑOS</b>	<p>Es de base cementosa, de color blanco o gris y solo requiere ser mezclado con agua. Ten en cuenta que este es un producto especializado para la instalación de cerámica y revestimientos porosos y semiporosos en pisos y paredes en ambientes interiores.</p>
	<b>PEGACOR 10 AÑOS</b>	<p>Presenta bajo deslizamiento en superficies verticales y tiene un mayor tiempo de corrección, especialmente recomendado para formatos grandes en superficies verticales interiores, presenta tiempo abierto extendido, excelente trabajabilidad y facilidad de aplicación.</p>
	<b>GRANIPLAST</b>	<p>Graniplast estándar esgrafiado es un revestimiento plástico de acabado texturizado tipo rayado, elaborado con granos de cuarzo de tamaño controlado, resistente a la intemperie y con buena estabilidad del color, ofreciendo una durabilidad de hasta 3 años en exterior siempre y cuando se sigan las recomendaciones de preparación de superficie y aplicación del producto.</p>
<b>ESTRUCTURA</b>		
	<b>CANAL B6</b>	<p>Canal base 6 2-1/2 x 1pg 0.38mm 2.44m</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  Tipo: perfiles metálicos drywall para muro  Medidas: 2-1/2 x 1" x 0.38mm x 2.44m  Material: acero galvanizado  Largo: 2.44m  Usos: estructura muros, drywall, construcción liviana.</p>

	<p><b>PARAL B6</b></p>	<p>Paral base 6 2-1/2 x 1-1/4pg 0.38mm 2.44m</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  Tipo: perfiles metálicos drywall para muro  Medidas: 2-1/2 x 1-1/4" x 0.38mm x 2.44m  Material: acero galvanizado  Largo: 2.44m  Usos: estructura muros, drywall, construcción liviana.</p>
	<p><b>CANAL B9</b></p>	<p>canal base 9 3-5/8 x 1pg 0.38mm 2.44m</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  Tipo: perfiles metálicos drywall para muro  Medidas: 3-5/8 x 1" x 0.38mm x 2.44m  Material: acero galvanizado  Largo: 2.44m  Usos: estructura muros, drywall, construcción liviana.  Espesor: 0.38mm</p>
	<p><b>PARAL B9</b></p>	<p>Paral base 9 3-5/8 x 1-1/4pg 0.38mm 2.44m</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  Tipo: perfiles metálicos drywall para muro  Material: acero galvanizado  Medidas: 3-5/8 x 1-1/4" x 0.38mm x 2.44m  Largo: 2.44m  Usos: estructura muros, drywall, construcción liviana.</p>
	<p><b>OMEGA COMERCIAL Y PVC</b></p>	<p>perfil omega calibre 26 x 2.44 mt</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  Tipo: perfiles metálicos drywall para cielo  Calibre: calibre 26  Medidas: 30mm x 16mm x 2440mm</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS</b>  perfil trapezoidal fabricado en lámina de acero galvanizado generalmente utilizado como estructura en cielos rasos y revestimiento.  Material: acero galvanizado  Uso: techos en drywall</p>

	<p><b>VIGUETA COMERCIAL Y PVC</b></p>	<p>vigueta calibre 26 x 2.44 mt</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  <b>Beneficios:</b> alta resistencia, calidad y durabilidad. no se oxida.  <b>Tipo:</b> perfiles metálicos drywall para cielo  <b>Calibre:</b> calibre 26  <b>Medidas:</b> 40mm x 17mm x 2440mm  <b>Características:</b> perfil fabricado en lámina de acero galvanizado generalmente utilizado como vigas maestras para el armado de los cielos rasos y revestimientos.  <b>Material:</b> acero galvanizado  <b>Uso:</b> techos en drywall</p>
	<p><b>ANGULO COMERCIAL Y PVC</b></p>	<p>ángulo 2.5 x 2.5 x 0.38mm 2.44m</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  <b>Tipo:</b> perfiles metálicos drywall para cielo  <b>Material:</b> acero galvanizado  <b>Medidas:</b> 2.5 x 2.5 x 0.38mm x 2.44m  <b>Largo:</b> 2.44m  <b>Usos:</b> estructura cielo rasos, drywall, construcción liviana.</p>
	<p><b>TORNILLO LARGO ROSCA ORDINARIA</b></p>	<p>tornillo aglomerado autoperforante 6x1</p> <p><b>Tipo:</b> tornillo aglomerado  <b>Medidas:</b> 6x1pulg  <b>Material:</b> acero  <b>Uso:</b> madera aglomerada</p>
	<p><b>TORNILLO LARGO PARA DRYWALL</b></p>	<p>tornillo panel drywall punta aguda 6x1</p> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  <b>Tipo:</b> tornillo panel drywall  <b>Medidas:</b> 6x1pulg  <b>Material:</b> acero  <b>Uso:</b> fijar lámina drywall a estructura max 0,9mm</p>

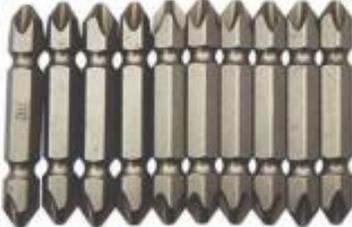
	<p><b>TORNILLO CORTO</b></p>	<p>tornillo estructural. drywall punta aguda 7x7/16  <b>FICHA TÉCNICA</b>  <b>Tipo:</b> tornillo estructura  <b>Medidas:</b> 7x7/16pulg  <b>Uso:</b> estructura drywall max 0,9mm</p>
	<p><b>TORNILLO CABEZA LENTEJA PUNTA BROCA</b></p>	<p>tornillo cabeza lenteja punta broca 8x1/2pg  <b>FICHA TÉCNICA</b>  <b>Tipo:</b> tornillo cabeza lenteja  <b>Medidas:</b> 8x1/2pulg  <b>Material:</b> acero</p>
	<p><b>TORNILLO AVELLANADO PUNTA FINA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tornillo avellanado punta aguda 6x7/8</li> <li>• tornillo avellanado punta aguda 8x1 ¼</li> <li>• tornillo avellanado punta aguda 6x3/4</li> </ul> <p><b>dónde usar:</b>  se utilizan para fijar planchas de fibrocemento a estructuras de madera y/o acero.</p>
	<p><b>TORNILLO AVELLANADO PUNTA BROCA</b></p>	<p>tornillo avellanado punta broca 6x1  tornillo avellanado punta broca 6x7/8  tornillo avellanado con alas punta broca 8x1 1/4  tornillo avellanado con alas punta broca 8x1 3/4  <b>dónde usar:</b> se utilizan para fijar planchas de fibrocemento a estructuras de madera y/o acero.</p>
	<p><b>TORNILLO GOLOSO</b></p>	<p>tornillo goloso 10x1 1/4" autoroscante  tornillo goloso 10x1" zincado  tornillo goloso 12x1 1/4"  tornillo goloso 6x1"  tornillo goloso 8x1 1/4"  tornillo goloso 8x1" autoroscante</p>

	<p><b>BROCHAS</b></p>	<p>Brocha popular con finos acabados que permiten una máxima durabilidad de las cerdas. tiene un mango firme de suave agarre, con capacidad para adaptarse fácilmente a cada movimiento, ya sean repetitivos o de gran amplitud.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  brocha rodiexport 2"  brocha rodiexport 3"  brocha rodiexport 4"</p>
	<p><b>LLANAS INOXIDABLES</b></p>	<p>Las llanas inoxidables son ideales para esparcir mezclas susceptibles a enmohecimiento causado por la corrosión del metal dando apariencia amarillenta en superficies blancas y demás.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  llana inoxidable estándar</p>
	<p><b>ESPÁTULAS</b></p>	<p>Herramienta que consiste en una lámina plana de metal con agarradera, suele ser una hoja de metal ancha, fina y flexible y se utiliza para limpiar, alisar, rascar, levantar incrustaciones, entre otras.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  espátula inoxidable 4  espátula inoxidable 5  espátula inoxidable 6</p>
	<p><b>ESPÁTULAS PLÁSTICAS</b></p>	<p>Herramienta que consiste en una lámina plana de plástico sin agarradera, suele ser una hoja de plástico ancha, fina y flexible y se utiliza para limpiar, alisar, rascar, emboquillar, entre otras.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  3"  4"  5"</p>
	<p><b>RODILLO DE FELPA</b></p>	<p>Los rodillos y las felpas son instrumentos destinados a facilitar el trabajo de pintar sobre paredes u otras superficies ya que debido a su notable calidad superior proporcionan al usuario comodidad para trabajar y significativos ahorros de pintura y tiempo.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  rodillo microfibra 4"  rodillo microfibra 9"</p>

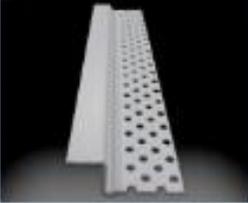
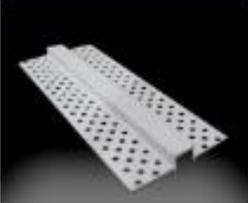
	<p><b>PANEL DE INCRUSTAR</b></p>	<p>Producto versátil, de fácil instalación y mantenimiento, está diseñado especialmente para consumir menos energía (en comparación a la luminaria tradicional).</p> <p><b>presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>panel led 6w de incrustar</li> <li>panel led 9w de incrustar</li> <li>panel led 12w de incrustar</li> <li>panel led 18w de incrustar</li> <li>panel led 24w de incrustar</li> </ul>
	<p><b>PANEL DE SOBREPONER</b></p>	<p>El panel led Mercury tiene un diámetro de 8 pulgadas y es la solución perfecta para poder brindar iluminación a zonas que no la tengan, sobreponiéndose en múltiples superficies sin necesidad de realizar cortes, entregando practicidad y eficacia en su funcionamiento.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>panel led 6w de sobreponer</li> <li>panel led 9w de sobreponer</li> <li>panel led 12w de sobreponer</li> <li>panel led 18w de sobreponer</li> <li>panel led 24w de sobreponer</li> </ul>
	<p><b>CASCO DE PROTECCIÓN</b></p>	<p>Tiene un sistema de protección que está compuesto por un casquete de material plástico duro, una suspensión para retener el casco y evitar caídas del mismo y un casquete de poliestireno ensanchado para proteger de impactos.</p>
	<p><b>DISCOS</b></p>	<p>Los discos de corte y desbaste son productos abrasivos que se usan para, según indica su nombre, cortar o desbastar materiales.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>covo: desbaste metal 4 1/2" x 1/4" x 7/8"</li> <li>Mercury: disco de desbaste y pulido- metal - acero</li> <li>covo: corte en metal 4 1/2" x 1/20" x 7/8"</li> <li>Bosch: disco abrasivo de corte - metal 115 x 1 x 22,23 m</li> <li>Norton: disco abras - acero 4 1/2" x 1/16" x 7/8"</li> <li>Makita: disco abras - metal 4-1/2" x 1/4" x 7/8"</li> <li>Makita: disco abras - metal 14" x 1/8" x 1"</li> </ul>

	<b>CINTA PAPEL</b>	<p>La cinta papel delta, está diseñada para ser usada con masilla, permite reforzar uniones y esquinas del panel yeso, previo a las labores de acabado.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  23 mts  75 mts  150mts</p>
	<b>CINTA MALLA</b>	<p>Se utiliza para el tratamiento de pequeñas reparaciones de juntas de placas de yeso, estuco, ladrillo además de tratamiento de juntas en muros con placas de cemento, fibrocemento en interiores y exteriores.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  5 cm x 20 m  5 cm x 45 m  5 cm x 60 m  5 cm x 90 m  5 cm x 150 m</p>
	<b>CINTA ENMASCARAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistente</li> <li>• Excelente adherencia</li> <li>• No deja residuos</li> </ul> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  24 mm x 40 m</p>
	<b>SILICONA</b>	<p>Buena resistencia a la intemperie, los rayos uv, la vibración, la humedad, detergentes y solventes. sellado y adhesión de larga vida.</p> <p><b>VENTAJAS</b>  pega y sella todo tipo de material como: aluminio, acero inoxidable, cerámico, maderas secas, porcelana, vidrio, plásticos, espejos.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b>  <b>Supercryl:</b> silicona antihongos transparente. 280ml  <b>Pattex:</b> pega y sella silicona blanca. 390g  <b>Sista:</b> sellador + adhesivo silicona gris. 280ml  <b>Afix:</b> sellante acrílico silicona blanca. 300ml  <b>Titanium:</b> silicona antihongos silicona transparente. 280ml</p>

	<p><b>MARTILLO</b></p>	<p>Es una herramienta utilizada para golpear, clavar, desclavar, empujar, calzar partes, romper o deformar objetos. está compuesto de una cabeza de acero y un mango de madera.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> tramontina master 29mm</p>
	<p><b>CHAZOS</b></p>	<p>Los chazos y anclajes, son accesorios muy útiles para diversos trabajos de soporte, bien sea en paredes de concreto, en ladrillos, yeso, madera y demás materiales existentes</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• chazo drywall ¼</li> <li>• chazo drywall 5/16 nylon</li> <li>• chazo mariposa supra ¼</li> <li>• chazo mariposa supra 5/16</li> <li>• chazo plástico ¼</li> <li>• chazo plástico 3/8</li> <li>• chazo plástico 3/16</li> <li>• chazo plástico 5/16</li> <li>• chazo puntilla 1/4 x 2 1/4 zincado</li> </ul>
	<p><b>TIJERA DE AVIACIÓN</b></p>	<p>Este tipo de tijera se usan principalmente para cortar láminas de acero al carbón, acero inoxidable, y metales no ferrosos.</p> <p><b>VENTAJAS</b> hojas de corte con mayor duración: hojas tratadas térmicamente, lo que alarga su vida útil. corta el metal hasta medir max 1.0mm</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> tijera de aviación de 10"</p>
	<p><b>BISTURÍS METÁLICOS</b></p>	<p>Bisturí en metálico con cuchilla de 18 mm.</p> <p><b>VENTAJAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agarre antideslizante</li> <li>• Auto bloqueo</li> <li>• Posicionar la cuchilla horizontalmente</li> </ul>

	<b>ZIMBRA CON MINERAL Y NIVEL</b>	Zimbra de 30 metros con mineral y nivel, de calidad profesional. <b>PRESENTACIÓN</b> peso neto: 120g
	<b>TALADRO INALÁMBRICO</b>	Su uso principal, es realizar perforaciones en cualquier tipo de material. <b>PRESENTACIÓN</b> 12v - 1.5h - 22nm
	<b>PROTECTORES AUDITIVOS</b>	La mejor forma de reducir el riesgo de daño a los oídos es eliminar o reducir el nivel de ruido en la fuente que lo emite. como esto no es siempre posible, disponemos de varios tipos de protecciones auditivas
	<b>PUNTAS TALADRO</b>	La broca es una herramienta metálica de corte que crea orificios circulares en diversos materiales. <b>PRESENTACIÓN</b> Uduke 10pcs Makita Uyustools
	<b>GUANTES DE VAQUETA</b>	<b>ESPECIFICACIONES:</b> fabricados con vaqueta sencilla flexible. protegen las manos en actividades donde hay exposición a manipulación de elementos pesados, cargas, fresadores, entre otros. vaqueta calibrada de alta suavidad, lo que permite mayor confort.

	<p><b>AMARRES PLÁSTICOS</b></p>	<p>Un amarre plástico es un tipo de sujetador, para sostener los artículos juntos, principalmente cables eléctricos o alambres.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> 2.5 x 160mm 2.5 x 100mm</p>
	<p><b>CINTA METÁLICA</b></p>	<p>Protege y refuerza esquinas, marcos, dinteles y muros dándole un ángulo perfecto y resistente al oxido y evita la propagación de grietas.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> 5 cm x 30m</p>
	<p><b>RESINA ACRÍLICA</b></p>	<p>Es una emulsión acrílica de alto poder sellador y resistencia, para maximizar la adhesión y la impermeabilización en diferentes aplicaciones.</p> <p><b>VENTAJAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumenta la resistencia</li> <li>• Excelente adherencia</li> <li>• Buena estabilidad</li> <li>• Alta durabilidad</li> </ul> <p><b>PRESENTACIÓN</b> bolsa de 750 gr</p>
	<p><b>LÁMINAS DE PVC</b></p>	<p>Cielo raso PVC 30x5.95 mt un cielo raso es un revestimiento que se coloca a varios centímetros del techo o paredes propias de la construcción, con una finalidad decorativa de cualidades térmicas y acústicas.</p> <p><b>VENTAJAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil y rápida instalación</li> <li>• No requiere mantenimiento</li> <li>• Ayuda a disminuir el ruido y el calor</li> </ul>
	<p><b>CORNISA PVC</b></p>	<p>Cornisa PVC 5.95 largo x 0.30 cm</p>

	<b>DILATACIÓN EN Z</b>	<p>Está diseñada para funcionar como una junta de expansión, con el propósito de evitar fisuras en el drywall o el estuco. se utiliza alrededor de marcos de ventanas, puertas, guarda escobas, separación entre cerámicas y dilatación para cielo raso.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> dilatación z 1.40 mts ancho x 70mm alto 3.05 mts de largo.</p>
	<b>DILATACIÓN EN U</b>	<p>Está diseñada para lograr uniones de perfecto acabado entre lámina de drywall o fibrocemento, dando como resultado una dilatación limpia y bien terminada. las aletas perforadas permiten gran adherencia del estuca ala estria.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> dilatación estria u 6mm x 3.05 cm dilatación estria u 8mm x 3.05 cm dilatación estria u 11mm x 3.05 cm</p>
	<b>MEDIA CAÑA</b>	<p>media caña plástica en PVC sirve para pared, techo o piso. sistema macho y hembra, el macho se fija a la pared o piso con tornillería o chazo y la hembra entra a presión haciendo las veces de curva o media caña. puntas flexibles para una mayor adherencia</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> media caña de 6cm media caña de 9cm</p>
	<b>ESQUINERO PLÁSTICO</b>	<p>los esquineros plásticos son un accesorio de embalaje, que se utiliza como refuerzo para mejorar la característica de resistencia de la unidad de carga contra vibraciones y tensiones provocadas por las cintas adhesivas, fleje o cinturones de cualquier tipo repartiendo las cargas a lo largo del esquinero proporcionando.</p> <p><b>PRESENTACIÓN</b> esquinero plástico de 2.40 mt</p>
	<b>ESQUINERO PLÁSTICO PERFORADO</b>	<p>perfil perforado ángulo esquinero 90° 2,44mt ancho: 140 mm alto: 70 mm material: ABS + pc color: blanco tipo: perfiles plásticos para drywall largo:3.05 mts</p>

Anexos B. Estado de situación financiera.

**ADRIANA FONSECA**  
**NIT 1,095,797,678-1**  
**Estado de Situación Financiera**  
**A DICIEMBRE 31 DE**  
 (Valores expresados en pesos )

<b>ACTIVOS</b>	<b>NOTA</b>	<b>31/03/2022</b>	<b>30/06/2021</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	3	21.450.700	6.046.009
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	4	37.521.196	92.277.157
Activos por impuestos corrientes, corriente	5	3.662.652	14.650.609
Inventarios	6	115.962.248	66.259.319
<b>ACTIVOS CORRIENTES TOTALES</b>		<b>178.596.796</b>	<b>179.233.094</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Propiedades, planta y equipo	7	4.170.090	4.170.090
<b>TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>4.170.090</b>	<b>4.170.090</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>182.766.886</b>	<b>183.403.184</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>			
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas	8	30.973.399	43.362.759
Beneficio empleados	9	2.832.929	4.808.358
Pasivos por impuestos corrientes, corriente	10	4.146.050	7.877.496
<b>PASIVOS CORRIENTES TOTALES</b>		<b>37.952.379</b>	<b>56.048.613</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>			
Otros pasivos no financieros no corrientes	11	34.563.019	51.844.528
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>34.563.019</b>	<b>51.844.528</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>72.515.398</b>	<b>107.893.141</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Utilidad del ejercicio		100.251.488	65.510.042
Aportes		10.000.000	10.000.000
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>		<b>110.251.488</b>	<b>75.510.042</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>182.766.886</b>	<b>183.403.184</b>
		<b>0</b>	<b>0</b>

## Anexos C. Estado de Resultado Integral

### Estados de Resultado Integral

A DICIEMBRE 31 DE

(Valores expresados en pesos)

	NOTA	31/03/2022	30/06/2021
<b>INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	12	1.094.564.126	562.675.777
<b>COSTOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	13	914.427.146	457.213.573
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>180.136.980</b>	<b>105.462.204</b>
		<b>83,54%</b>	<b>81,26%</b>
Gastos de Actividades Ordinarias	14	81.141.074	42.900.537
Gastos Operacionales de Ventas		<b>7,41%</b>	<b>7,62%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>98.995.906</b>	<b>62.561.667</b>
Ingresos de Actividades NO Ordinarias	15	16.140.435	10.974.371
Gastos por Actividades NO Ordinarias	16	14.884.853	8.025.996
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>100.251.488</b>	<b>65.510.042</b>
<b>RESULTADO INTEGRAL DEL PERIODO</b>		<b>100.251.488</b>	<b>65.510.042</b>
		<b>9,16%</b>	<b>11,64%</b>

Anexos D. Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA												
Supuestos												
Venta de contado	75%		76%		70%		70%		70%		65%	
Venta a credito	25%		24%		30%		30%		30%		35%	
Compras de contado	90%		91%		85%		90%		95%		95%	
Compras a credito	10%		9%		15%		10%		5%		5%	
Gastos operativos de contado	100%		100%		100%		100%		100%		100%	
Margen de utilidad	9,10%		5,87%		4,13%		4,06%		4,87%		5,70%	
<b>INGRESOS</b>		<b>820.923.094</b>	<b>-</b>	<b>1.188.696.641</b>	<b>-</b>	<b>1.018.601.375</b>	<b>-</b>	<b>1.373.161.344</b>	<b>-</b>	<b>1.483.014.251</b>	<b>-</b>	<b>1.500.035.210</b>
Ventas de contado		820.923.094		915.055.609		910.239.527		983.058.689		1.061.703.384		1.045.019.474
Ventas a credito				273.641.031		108.361.848		390.102.654		421.310.867		455.015.736
<b>EGRESOS</b>		<b>904.125.505</b>	<b>-</b>	<b>1.130.947.439</b>	<b>-</b>	<b>1.168.473.923</b>	<b>-</b>	<b>1.395.550.747</b>	<b>-</b>	<b>1.500.383.458</b>	<b>-</b>	<b>1.512.800.439</b>
Pago proveedores		822.984.431		948.626.721		974.687.895		1.114.584.275		1.258.861.017		1.321.804.068
Pago deuda a proveedores				91.442.715		93.820.225		172.003.746		123.842.697		66.255.843
Gastos Operacionales		81.141.074		90.878.003		99.965.803		108.962.725		117.679.743		124.740.528
<b>FLUJO NETO</b>		<b>(83.202.411)</b>	<b>-</b>	<b>57.749.202</b>	<b>-</b>	<b>(149.872.548)</b>	<b>-</b>	<b>(22.389.403)</b>	<b>-</b>	<b>(17.369.207)</b>	<b>-</b>	<b>(12.765.229)</b>
SALDO ANTERIOR		21.450.700		(61.751.711)		(4.002.509)		(153.875.057)		(176.264.460)		(193.633.667)
<b>SALDO QUE PASA</b>		<b>(61.751.711)</b>	<b>-</b>	<b>(4.002.509)</b>	<b>-</b>	<b>(153.875.057)</b>	<b>-</b>	<b>(176.264.460)</b>	<b>-</b>	<b>(193.633.667)</b>	<b>-</b>	<b>(206.398.896)</b>

Anexos E. Encuesta de Satisfacción y conocimiento de procesos.

## Nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa Sistemas Constructivos AFC

Este cuestionario tiene el objetivo de

Conocer el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio, a la calidad de los productos y a la efectividad de los procesos de la empresa.

No se piden datos personales, puesto que nadie tendrá conocimiento de quién responde esta encuesta, pues se conserva la privacidad de los datos para que usted pueda expresar libremente y sinceramente su punto de vista pues es para nosotros importante en el mejoramiento de la empresa.

---

 [soluciones.inteligenteslerro@gmail.com](mailto:soluciones.inteligenteslerro@gmail.com) (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



Cuanto tiempo lleva usted siendo cliente de la empresa AFC Sistemas Constructivos?

- Menos de 6 meses
- Entre 6 meses y 1 año
- Mas de 1 año

---

Que mejoras de atención al cliente recomendarías a la empresa?

Tu respuesta

---

Cual es su nivel de satisfacción con la atención al cliente de la empresa?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Algo Satisfecho
- No satisfecho

---

Por que medio usted se entero de los productos y servicios que ofrece la empresa Sistemas Constructivos AFC?

- Por internet
- Por una recomendación
- Por ofrecimiento del portafolio por parte de la empresa presencialmente

---

¿A tenido algún inconveniente con el tiempo de entrega de sus pedidos?

- SI
- NO

---

Los productos que usted ha adquirido en la empresa Sistemas Constructivos AFC, han cumplido con las especificaciones técnicas que usted solicito?

- SI
- NO

---

Cuales son las razones por las que usted prefiere los productos que vende la empresa AFC Sistemas Constructivos?

- Por Precio
- Por calidad
- Por la atención al cliente
- Por los tiempos de entrega

Posee conocimiento sobre los canales de comunicación que tiene usted para presentar peticiones, quejas y reclamos ante la empresa Sistemas Constructivos AFC?

- SI
- NO

---

Si usted a presentado un reclamo, petición o queja, considera que el tiempo de respuesta o resolución a sido razonable?

- SI
- NO

---

Al realizar sus compras, recibe la factura correctamente?

- SI
- NO

---

Recibe por parte de la empresa Sistemas Constructivos AFC las hojas de seguridad de los producto químicos que compra en ella?

- SI
  - NO
-

Conoce las formas de comunicación que tiene usted con la empresa para realizar sus pedidos?

- SI
- NO

Cual de los siguientes medios de comunicación utiliza usted frecuentemente para realizar sus pedidos?

- Por medio telefónico
- Por whatsapp
- De forma presencial
- Otros

Cual considera usted que es un medio de comunicación eficaz para realizar pedidos y que AFC Sistemas Constructivos en el momento no le ha ofrecido?

Tu respuesta

Conoce usted los métodos de pago que tiene para comprar en la empresa AFC Sistemas Constructivos?

- SI
- NO

Cual de los métodos de pago siguientes utiliza usted más a menudo?

- Por medio de tarjeta Débito
- Por medio de tarjeta Crédito
- Por medio de transferencia electrónica
- En efectivo
- Otros





*Anexos I. Salida de Almacén.*

	<b>SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC</b> Nit 1095797678-1	Código	
		Versión	
		Fecha de vigencia	

**Salida de almacén**

Fecha	
-------	--

Código del producto	Descripción	Cantidad

\_\_\_\_\_

Firma de quien recibe

\_\_\_\_\_

Firma del Auxiliar de almacén

*Anexos J. Cotización.*

	<b>SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC</b> Nit 1095797678-1	Código	
		Versión	
		Fecha de vigencia	

**COTIZACIÓN**

Fecha	
Cliente	
Nit ó C.C	

Código del producto	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
SUBTOTAL				
IMPUESTO				
TOTAL				

Observaciones o condiciones de venta.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma coordinador de ventas

\_\_\_\_\_

Firma Gerente



*Anexos M. Satisfacción del cliente.*

En miras a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, estamos comprometidos a mejorar nuestro servicio por medio de su opinión. Por favor, dedique un momento de su tiempo para diligenciar esta encuesta:

Nombre y/o Razón Social			
Contacto		Cargo	
Ciudad		Fecha	

Por favor, califique nuestro servicio por medio del siguiente rango de calificación

Excelente=5	Bueno= 4	Regular=3	Deficiente=2	Malo=1
-------------	----------	-----------	--------------	--------

**1. SERVICIOS**

<b>Criterio</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Malo</b>
Como califica el desempeño de nuestro equipo de trabajo.	<input type="checkbox"/>				
En qué grado fueron satisfechos sus necesidades y requerimientos en cuanto a los productos solicitados.	<input type="checkbox"/>				
Como califica nuestra atención frente a necesidades o situaciones imprevistas dentro del servicio.	<input type="checkbox"/>				

Usted recomendaría a la Empresas SISTEMAS CONSTRUCTIVOS AFC

SI  NO

**SUGERENCIAS O COMENTARIOS**