

# **PRACTICA EMPRESARIAL**

Presentado por:

Álvaro J Zafra

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Administración de Empresas

Profesor: Camilo Torres

Bogotá, Colombia

2023

## CONTENIDO

Introducción a TRS partes SA	Pág.3
Estructura organizacional	Pág.5
Mi rol dentro de TRS	Pág.8
Análisis DOFA	Pág.17
Matriz Ansoff	Pág. 21
Propuesta de mejoramiento	Pág. 22
Conclusiones y reflexiones	Pág. 25
Anexos	Pág. 30

TRS partes S.A. es una empresa familiar que nace en el 2005 en la ciudad de Cali, después de que la multinacional *Carrier Corporation* decide cerrar su operación en Colombia, pues nuestro mercado no era lo suficientemente grande para los rendimientos a los que la empresa estaba acostumbrada.

Mientras *Carrier Corporation* pensaba en cerrar sus operaciones, los empleados veían una gran oportunidad, aprovechando su experiencia y reconocimiento en el mercado deciden crear TRS Partes. La empresa debe someterse a una reestructuración, es decir, a un “proceso por medio del cual los gerentes cambian las relaciones de tarea y autoridad y rediseñan la estructura y la cultura organizacional” (Jones, 2008). A lo largo de este escrito se buscará explicar cuáles son los factores de este cambio en la estructura organizacional de *Carrier Corporation*, ahora TRS Partes.

TRS Partes nace del declive de otra organización. Pese a que *Carrier Corporation* no dejó de existir, el cierre de operaciones significó el declive de la organización en Colombia y el nacimiento de TRS Partes. El nacimiento que se da gracias a los empleados, que creen en sus capacidades y conocimientos para seguir adelante con lo que venía haciendo *Carrier Corporation*, pero en versión mejorada. El que la empresa pasara de ser una multinacional a una empresa nacional, generó no solo mejoras en el flujo de información, sino que el ser manejado por personas del mismo país hace que los enfoques de la organización sean más acordes al ambiente en el que se encuentra. Esto pudo haber logrado también que el crecimiento de la organización se diera, además que por ser “seguidora” de la multinacional ya era reconocida en el mercado.

TRS Partes atiende el “mercado de repuestos, partes y accesorios, necesarios para reparar, instalar o prestar mantenimiento a equipos de aire acondicionado, refrigeración y ventilación. Su oferta también incluye la línea de equipos de aire acondicionado y refrigeración para aplicación

residencial y comercial ligera” (TRS Partes). Cuenta con 16 almacenes ubicados en Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín, Pereira y Santa Marta. La organización “maneja más de 1500 ítems diferentes en inventario, y compra directamente a las fábricas de los proveedores más reconocidos de la industria, como lo son: *Emerson, Carrier, Johnson Controls, Honeywell, Medea, Aux., Danfoss, Fiberglass, DuPont, LAU, entre otros*” (TRS Partes, parafraseado, 2021). Su sede principal se encuentra ubicada en la Carrera 1 # 49-35, su teléfono es 3206682966 y su página web es [www.trs.com](http://www.trs.com). (Sede en donde realice la practica).

Su misión es buscar “continuamente satisfacer las necesidades del mercado con alta calidad en los productos y servicios que ofrece. Poniendo a disposición de sus clientes puntos de venta en las principales ciudades del país, que ofrecen una línea completa de productos, disponibilidad inmediata y soporte técnico, logrando un reconocimiento por la competencia y formación integral se su recurso humano, y garantizando un crecimiento permanente y rentable para la organización y la satisfacción de clientes, socios y empleados” (TRS Partes).

Debido al crecimiento del negocio ya no solo se busca satisfacer las necesidades del mercado en las principales ciudades del país, sino que también se ha abierto mercado en ciudades pequeñas e intermedias. Los planes de expansión incluyen abrir puntos en mercados como el ecuatoriano, peruano y centroamericano. Por esto, yo la editaría para que quedara de la siguiente manera: “continuamente satisfacer las necesidades del mercado con alta calidad en los productos y servicios que ofrece. Poniendo a disposición de sus clientes puntos de venta en Colombia, Ecuador y Perú, que ofrecen una línea completa de productos, disponibilidad inmediata y soporte técnico, logrando un reconocimiento por la competencia y formación integral se su recurso humano, y garantizando un crecimiento permanente y rentable para la organización y la satisfacción de clientes, socios y empleados” (Anexo 1. Misión)

Por otro lado, de acuerdo a los cursos previamente tomados, una misión debe contener la respuesta a las preguntas ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? y ¿Por qué estamos aquí? Desde mi perspectiva es necesario mejorar la misión a la hora de responder estas preguntas. Si no se menciona la empresa, la misión no muestra claramente que hacen y no hace alusión al confort que venden a través de los aires acondicionados.

En este caso considero que la misión debe ajustarse a la actualidad de la empresa e incluir los puntos ya mencionados.

Su visión es “TRS PARTES S.A. será la empresa líder en el suministro de partes y repuestos de Aire Acondicionado y refrigeración, logrado a través de la apertura de nuevas tiendas en lugares del territorio nacional donde actualmente no se tiene presencia, siendo reconocida por la alta calidad del servicio y del producto por medio de un equipo humano altamente capacitado y motivado”. (Anexo 2. Visión) Cada área sabe que este es el camino por el cual se quiere dirigir la empresa a largo plazo, debido a la cultura organizacional y los valores familiares que tiene la empresa. Cada equipo de trabajo recibe no solo capacitación inicial, sino que también está en constante comunicación con los directivos y gerentes de TRS. Además, existen videos institucionales, charlas y eventos en donde se afianzan esas ideas y valores. Los valores principales de TRS son el respeto, la transparencia, la equidad y la justicia. (Anexo 3. Valores Institucionales) pero sobre todo la familia, ya que esta continúa siendo una empresa familiar.

Esta organización maneja una estructura divisional y horizontal, lo que permite una toma de decisiones rápida. Los costos burocráticos desaparecieron al momento del cambio, es decir, que no se generan costos al interior de la empresa, y se desaparecen también los *'allocated costs'*, aquellos costos administrativos asignados por la casa matriz a la operación en Colombia. Anteriormente, en Carrier la estructura era vertical, y pocas decisiones se tomaban localmente.

Al tener esta estructura no solo permite rapidez a la hora de la toma de decisiones sino de la integración de la misión, valores y visión dentro de los trabajadores de la empresa. Todos los equipos de trabajo tienen claro hacia donde se dirige la organización y están alineados con el plan de acción. Este plan contiene fechas específicas que logran coordinar las diferentes áreas y sus equipos de trabajo. Esto se puede evidenciar en los resultados que se obtienen cada año, ya que van incrementando. La comunicación no solo se da a la hora de realizar este plan de trabajo. Desde el principio se le entrega a cada empleado un manual de lo que es la empresa, las normas de bioseguridad, los valores y comportamientos que debe tener dentro de la misma y lo que se espera de cada uno como miembro de TRS.

Esta organización es el resultado de un buen cumplimiento de los desafíos de diseño organizacional, con mayor precisión: La medida correcta de diferenciación vertical y horizontal; tener claro la misión y la visión el balance apropiado entre diferenciación e integración; y el balance adecuado entre centralización y descentralización (Jones, 2008).

Lo cual permitió mejorar las disfunciones burocráticas y facilitar la participación y el proceso de decisión dentro de la organización.

El portafolio de productos de la compañía gira alrededor del aire acondicionado y la refrigeración (Anexo 4. Portafolio de Productos). TRS partes es una comercializadora mayorista de equipos de aire acondicionado, insumos y piezas para la instalación y el mantenimiento de este tipo de equipos. Existen más de 1200 referencias a la venta (contando equipos y partes) que se ofrecen no solo al mercado especializado sino también al público.

Además, esta empresa ofrece servicios de planeación de nuevos proyectos que incluyen equipos de aire acondicionado como por ejemplo nuevos hospitales, colegios, instituciones públicas y privadas, etc.

TRS tiene una estrategia de segmentación de mercado que le permite crear sus procesos de mercadeo de acuerdo a cada necesidad de los clientes.

El principal cliente de TRS son instaladores especializados que buscan partes específicas de los equipos para sus clientes y la garantía y el respaldo que solo TRS ofrece en el mercado colombiano. Es decir, se hace un manejo de venta B2B. Para ello se utiliza un catálogo en donde se muestran los productos y sus especificaciones. El proceso de mercadeo para esta rama de clientes es muy específico ya que tiene información del producto técnica. Se utilizan catálogos físicos y digitales, mailing, el call center y los diferentes puntos de venta de TRS. Además, TRS asiste a ferias del sector en donde se encuentran este tipo de clientes.

Por otro lado, están los clientes B2C. Para estos el medio de mercadeo cambia un poco. Los catálogos físicos y virtuales se centran más en la experiencia de confort que en las especificaciones técnicas. En este segmento objetivo se busca llegar al cliente final por medio de publicidad en canales de visibilidad específica (ej. Revistas de los Clubes de las ciudades, folletos en eventos privados, etc) en donde el lector es el tomador de decisiones. (Anexo 5. Publicidad)

Además, TRS busca constantemente estrategias de penetración de mercado, llegando a más ciudades, abriendo diferentes puntos de venta virtual y digital y creando sinergias en canales de venta como falabella.com y homecenter.com. Esto no solo les abre las puertas a más clientes directos, sino que también le ayuda a posicionar la marca al estar presente en canales de venta masivos y reconocidos por el mercado nacional.

En esta estrategia de penetración de mercado también se abarca la ampliación del portafolio con productos innovadores, eficientes y cada vez más adaptados a las necesidades de cada cliente. Un ejemplo de esto es el VRF, un sistema innovador que ahorra energía y reduce la utilización del espacio.

Por último, para atacar este segmento TRS está buscando formas de *'inbound marketing'*, construyendo comunidades en redes sociales y teniendo participación en buscadores web.

Durante la práctica, mi jefe directo es Alex Vélez Noguera cuyo cargo es Gerente de Proyectos. Su correo electrónico es [alex.velez@trspartes.com](mailto:alex.velez@trspartes.com) y su teléfono es 3206682966.

Mi cargo es líder de proyectos, tengo como función principal dar soporte en el área de proyectos. Mi horario de trabajo es de 8am – 530pm de Lunes a Viernes. Parte de mis responsabilidades como líder de proyectos es dar acompañamiento y soporte a los clientes, realizar seguimiento a las propuestas enviadas, presentar el portafolio, apoyo en los planos de ingeniería, correr software del sistema VRF (refrigerante variable) y tener indicadores de venta.

El equipo del cual hago parte tiene 5 personas incluyéndome. La responsabilidad en general es hacerse cargo de los proyectos de contratos B2B. Nuestro equipo, guiados por Alex Vélez, divide sus responsabilidades en 2 etapas. La primera consiste en conseguir los nuevos proyectos, hacer las visitas pertinentes a los clientes (empresas y obras), realizar los planos y hacer cotización. El segundo es una vez se firma el acuerdo, debemos ejecutar ese proyecto hasta la entrega del mismo. Teniendo en cuenta que debemos hacer el acompañamiento al proceso de ingeniería y al servicio de venta. (Anexo 6. Organigrama)

Para iniciar este plan de trabajo tuve que pasar por un proceso de ubicación laboral. Este empezó por la redacción de mi hoja de vida.

Para hacerla recurrí a hojas de vida ya elaboradas, opiniones de conocidos y plataformas como LinkedIn y otras en internet. (Anexo 7. Hoja de Vida)

Una vez estaba conforme con mi hoja de vida y su estructura decidí contactar empresas que fuera afines a mis intereses laborales. Como La Haus, TRS, Nicol Cocinas, Constructora Solanillas y oficinas arquitectónicas. Todas estas empresas tienen en común el diseño de interiores y la creación/comercialización de espacios que mejoran el ambiente y la calidad de vida de las personas. Es por esto que me llamaron la atención y fueron mi elección para hacer el primer envío de hojas de vida.

Estas empresas las contacté por medio de correo electrónico, en tres de ellas pude iniciar el proceso y en las demás no obtuve respuesta. Tuve diferentes inconvenientes debido a la pandemia ya que en algunas empresas las practicas estaban interrumpidas y en otras no se iniciaban hasta 2022. Además, la virtualidad no me convenía pues quería una experiencia presencial, es por esto que descarte a Nicol Cocinas. Las dos opciones más relevantes que tuve fueron La Haus y TRS. Al fina descarte la primera pues esta posición me la ofrecieron en CDMX y debido a mis planes de estudio no podía viajar.

En TRS encontré presencialidad y pude llenar el cargo de manera inmediata. Eso fue lo que me llevo a aceptarla y a quedarme con esa práctica.

En general hice las entrevistas con las personas encargadas de recursos humanos. Una vez avanzaba 'al siguiente nivel' realizaba entrevistas con alguien del equipo de trabajo al cual estaba aplicando. Me hicieron pruebas de inglés y de aptitudes. Estas pruebas consistían en responder preguntas cerradas en determinado espacio de tiempo. En las entrevistas me preguntaban por mi disponibilidad, por mi estudio en la universidad, capacidad de comunicación y mis intereses laborales a futuro.

En este proceso encontré que la preparación que tengo es muy buena y el nivel al que me ha llevado la universidad es competitivo. Como fortalezas destaco mi capacidad de comunicación, afabilidad, curiosidad, ser positivo y perseverante (intente lograr la ida a México hasta el final). Y creo que en general encontré que durante las entrevistas me era fácil expresar lo que quería y sentía y me resultaba relativamente fácil responder a las preguntas.

Encontré como debilidades mi falta de experiencia en el mercado laboral y que me enfoco mucho en los detalles. Siento que en las entrevistas con límite de tiempo a veces lo sobrepasaba y creo que esto no es conveniente. Debo mejorar en sintetizar mis ideas.

Una vez empecé mi trabajo, el departamento de recursos humanos me presento a todos los integrantes de mi sede de trabajo. Me capacitaron durante dos días, dándome no solo instrucciones verbales sino folletos y lecturas de socialización de normas, valores, misión, visión y manejo de datos. Además de esto, me hicieron firmar un acta de confidencialidad y me explicaron como es el día a día en la empresa.

Me dotaron de un computador y me pusieron en contacto con el área de sistemas para crear un correo personal y explicarme el manejo del sistema de información interno (*SyteLine*). (Anexo 8. Plan de Trabajo)

Considero que para buscar trabajo efectivamente se debe tener, buena comunicación, preparación y escuchar.

Pienso que en mi caso la buena y constante comunicación fue supremamente importante a la hora de encontrar el puesto. Lo que yo me veo haciendo tiene que ver mucho con la creatividad y ser expresivo me ayudo a la hora de pasar las entrevistas.

La preparación me ayudo a la hora de explicar mi proceso y lo que quiero lograr. Además, fue importante la preparación para hacerle seguimiento al proceso desde el principio. Responder los

emails a tiempo, saber que si no me respondían debía pedir *'feedback'*, asistir a las reuniones virtuales con mi hoja de vida ya aprendida, con confianza en mi proceso y en lo que puedo dar gracias a que me prepare para ello.

Por último, siento que escuchar es un requisito para poder seguir el proceso. Muchas veces por los nervios y el afán no entendemos lo que nos están pidiendo, o en mi caso, me pasaba del tiempo que me habían establecido. Creo que escuchar y seguir las instrucciones es un asunto que puede llevar a un mejor entendimiento del proceso y un mejor raciocinio a la hora de entregar las respuestas.

La Universidad ha sido determinante para iniciar este proceso de búsqueda de trabajo. No solo por las bases (financieras, matemáticas y de administración) sino también por las habilidades interpersonales, la capacidad de actuar en nuevas situaciones, la habilidad de uso de TIC's, la capacidad de trabajo en equipo, de toma de decisiones y el compromiso ético.

Creo que esto es así porque en la universidad uno tiene que enfrentar un proceso multidisciplinario y eso es algo que en el trabajo es el día a día. No solo se trata de sentarse frente a un computador sino de relacionarse con otras personas, entender las metas del equipo y construir un proyecto para lograr los objetivos. En cuanto a mi área y como líder de proyecto creo que debo usar herramientas aprendidas en gestión de operaciones, investigación de mercados, mercadeo, comportamiento organizacional.

Creo que de esas competencias las más importantes para mi practicas son, trabajo en equipo, gestión de operaciones, el aprendizaje continuo, la adaptabilidad y la capacidad de comunicación. Creo que a lo largo de mi carrera he logrado adquirir y desarrollar estas habilidades. Al tener que trabajar con diferentes personas que vienen de diversos entornos, ciudades o experiencias dentro

de las asignaturas de la universidad, creo que he logrado desarrollar estas habilidades para poder enfrentarme a un grupo diverso en el ambiente laboral.

Considero que es primordial para mi tener estas habilidades pues estoy iniciando una vida laboral involucrándome a un grupo que ya sabe trabajar en conjunto. Debo ser capaz de adaptarme y de aportar para lograr no solo dar lo mejor de mí y de mis conocimientos sino también lograr aprender y ganar experiencia. Esto con el fin de no solo poder ser parte activa del equipo de trabajo sino también de poder realizar los proyectos requeridos y satisfacer a los compradores. Al final no solo debo llevar a cabo un proyecto como líder, y lograr su ejecución y su venta, sino también mantener a los clientes contentos y fidelizarlos a TRS.

Los clientes de TRS son variados y se dividen en tres líneas. Los principales (y mayoría) son instaladores de aire acondicionado, seguidos por empresas (B2B) y clientes naturales (B2C). Los proveedores son fabricantes como *Midea* y *Danfoss*, además de *BlueLine* y *Fiberglass*. Estos proveen equipos *Minisplit* de aire acondicionado, es decir *Fancoil* y condensadoras, también equipos más grandes como manejadoras y VRF. Por otro lado, proveen tubería de cobre, gas refrigerante y diversos tipos de materiales aislantes. Siendo todos importantes para el desarrollo de las actividades naturales de TRS.

La competencia directa son empresas como *Inverprimos* y multinacionales como *Mirage*, *Samsung*, *Panasonic* entre otros. Estas empresas venden también equipos de *Minisplit* y otros que hacen parte de la competencia directa. En esta competencia directa los participantes tienen diversas estrategias para ganar parte del mercado que van desde estrategias de mercadeo (por ejemplo, *push/pull*) hasta estrategias de precios (compiten por tener el equipo más barato), TRS ha intentado no solo competir con estrategias de mercadeo sino también con estrategias de innovación, es por esto que busca aires cada vez más eficientes y amigables con el medio ambiente.

Los competidores indirectos son vendedores de aparatos como ventiladores, por ejemplo, Homecenter y Falabella. Ellos ejercen una competencia al ofrecen un producto que puede ser sustituto de un aire acondicionado y aunque no hace lo mismo que los equipos, un ventilador puede de cierta manera “bajar el calor” de un área y el precio es mucho menor. (Anexo 9. Encuesta)

La organización se desempeña en el mercado colombiano en la región andina y el caribe, con intención de expansión en algunas líneas en Estados Unidos. Es por esto que a TRS la regula la superintendencia de industria y comercio colombiana y debido a la naturaleza del negocio la DIAN es un jugador fundamental para la organización.

Por otro lado, la organización posee un sindicato que vigila el comportamiento y asegura los derechos de los trabajadores. No es un sindicato que este en contra de la gerencia de la empresa y en general la presión no es fuerte ni va en contra del plan establecido para el crecimiento y funcionamiento organizacional.

La empresa está ligada fuertemente a los aspectos políticos económicos y sociales del país, no solo porque se desarrolla en este medio sino porque es altamente sensible a ellos. Un ejemplo de esto es el Paro del 2021. Este acontecimiento después de la pandemia ocasiono que se dejara de facturar cerca de 6000 millones de pesos, demostrando así que estos factores influyen directamente en la organización. El alza de precios en el transporte, la incomunicación de las carreteras y ciudades y la falta de *containers* también ocasionaron retrasos en tiempos y pérdidas monetarias. En cuanto al medio ambiente las nuevas regulaciones y el precio de la energía obligan a que los equipos importados tengan la mejor tecnología ya que cada día el cliente está más interesado en el ahorro y está más involucrado con las especificaciones del producto. Esto, y la diferenciación de la competencia, como lo había mencionado anteriormente, hacen que un aspecto como la innovación se vuelva de suma importancia.

En cuanto a mi área: departamento de proyectos, tiene un equipo de 5 integrantes en un módulo tipo isla lo cual permite la interacción de todos y la solución de los problemas rápidamente. El proceso típico es que llega una solicitud por parte del cliente para un Proyecto, se piden los planos, se dibuja sobre estos la propuesta de aire acondicionado se pasa esta propuesta a otro miembro que cotiza y finalmente se le pasa esta cotización al cliente, si este aprueba se gestiona el Proyecto hasta que este se entrega.

La cultura de TRS está basada en los valores y el compromiso por el trabajo y el hacer las cosas de la mejor manera y con la mejor actitud posible, en esta organización todos trabajamos en equipo y es normal preguntarle a los demás lo que no se sabe o entiende. El ambiente de trabajo es relajado y las personas con cargos directivos más altos como gerentes y el presidente tienen las puertas de las oficinas abiertas. Siempre hay un ambiente de cooperación y logro de metas, mientras las metas se cumplan el trabajo se puede realizar al ritmo y manera de cada persona. Los integrantes del equipo pueden incluso traer a sus hijos en casos especiales y las personas se respetan en todo momento, la cortesía y el respeto son claves para el ambiente en la empresa. (TRS, 2019) En cuanto a protocolos, el COVID cambio un poco la interacción y los protocolos dentro de la empresa. No todos los trabajadores asistíamos los mismos días y los equipos de trabajo debían mantenerse unidos sin relacionarse mucho entre sí por si había alguien contagiado. Aun así, no se perdió en ningún momento la cercanía y la hermandad en el ambiente laboral. En cuanto a imagen y vestimenta es necesario estar bien presentado, pero no se debe llevar corbata ni vestuario incomodo.

Cuando entre a realizar mi práctica, me impacto positivamente la diversidad que hay en TRS de raza genero e identidad sexual, como dije anteriormente el respeto es esencial y la diversidad no solo se acepta, sino que se ve como una riqueza dentro de la organización. El día a día es alegre

y las personas crean amistades que duran muchos años. Me gusto que se comportan como una familia y las personas se quieren e incluso comparten por fuera del horario laboral. En otras organizaciones ir a hablar con el presidente sin una cita seria casi una causa de despido, en esta organización existe un respeto por el organigrama y los cargos, pero las personas, incluso los directivos, están dispuestos a escuchar y conversar con las personas, generar amistades y los crear espacios libres agradables. Algo típico de nosotros es almorzar juntos. Esta es una de las situaciones particulares que he vivido en esta práctica, todo el personal desde el operador de grúa en bodega hasta los contadores y presidente almuerzan en el mismo espacio y utilizan la misma cocina creando un espacio muy especial que genera familiaridad y da confianza para conocer a todo el equipo y no separar a las personas por rango o cargo.

Las personas ven a TRS como un espacio agradable para trabajar con oficinas nuevas y gran iluminación, además de un ambiente laboral agradable y relajado, entre los empleados he logrado ver que sienten que deberían tener un mejor pago, pero también que no se irían de TRS por lo bien que se sienten trabajando. Aquí las personas que nos visitan sienten que es agradable el entorno y que se hacen las cosas bien, saben que a pesar de que el precio es un poco más elevado comparado con el de la competencia, la calidad, el trato y el proceso es el mejor.

En cuanto a mí y mi proceso, siento que debo tener una actitud mucho más abierta hacia las actividades de socialización por fuera del horario laboral, ya que a diferencia de mis compañeros de trabajo no socializo con ellos después de la jornada laboral y esto es lo normal dentro de la compañía. Hasta ahora solo me he hecho amigo de un compañero de mi equipo de trabajo y aunque ellos no lo ven mal, no es lo normal dentro de esta empresa. Siento que debería compartir más otros espacios y pude darme cuenta de esto ya que en el compartir me di cuenta que todos

comparten actividades y hasta incluso se ven los fines de semana. Considero que por estar finalizando la universidad y tener otros compromisos no he tenido el espacio de tiempo para integrarme más y generar mayores vínculos con mis compañeros de trabajo. Creo que esto hace parte de la cultura organizacional dentro de la empresa, de como ellos ven en el otro a un amigo y no solo un colega. Creo que de esta forma puedo ser más aceptado y desarrollar mejor mi labor dentro de la organización.

## Análisis DOFA – Matriz DOFA

### Fortalezas

- Knowhow. Tiene un conocimiento y trayectoria dentro del mercado del aire acondicionado y la refrigeración. Mas de 15 años en el mercado.
- Conexión con empresas hermanas pertenecientes a la familia que operan en el mismo mercado realizando actividades que generan sinergias.
- Reconocimiento de las mayorías de sus proveedores. Son los mayores distribuidores de York en Colombia.
- Personal altamente capacitado. Con apegos emocionales a la empresa.
- Programas de fidelización de clientes. Construcción de comunidad.
- Conciencia ambiental con implementación de últimas tecnologías en cuanto a la preservación de recursos y manejo de desperdicios.

### Oportunidades

#### -Externo

- Internacionalización de mercados. Países vecinos con leyes flexibles para la entrada de equipos.
- Manejo de préstamos bancarios por buena historia crediticia.
- Pocos competidores del tamaño y recorrido de la empresa.
- Reconocimiento dentro del sector salud y aeronáutico para proyectos de gran escala.
- Cambio climático. Calentamiento de las ciudades en las que se opera. Requieren equipos para confort.

### Debilidades

- Interno
- Alto inventario de ciertos productos que tienen baja rotación.
- Alta rotación de personal.
- Altos costos de operación. Grandes almacenes y sucursales en lugares premium.
- Posibles choques familiares por la organización del negocio.

### Amenazas

- Externas
- Dólar
- Inflación. Situación actual de la economía del país.
- Saturación de mercado local.
- Colaboradores aprenden del negocio y se fugan con el conocimiento y los contactos. Creando empresas pequeñas que surten el mercado.

Para la realización del análisis DOFA tuve en cuenta aspectos internos y externos de la empresa. En cuanto a los aspectos internos considere todas las áreas organizacionales como la financiera, recursos humanos, mercadeo, etc. También aspectos tecnológicos y técnicos ya que la empresa quiere estar a la vanguardia y es uno de sus objetivos.

En el área externa tuve en cuenta aspectos macro que le pueden afectar a la empresa y que no pueden ser controlados por los mismos. Ejemplo la situación actual del país. Para este análisis mire factores económicos, políticos, sociales y ambientales. También analice aspectos como regulaciones, transportes, moneda, demografía, etc. (Anexo 10. DOFA)

## Fortalezas

### Interno

- Knowhow. Tiene un conocimiento y trayectoria dentro del mercado del aire acondicionado y la refrigeración. Mas de 15 años en el mercado.
- Conexión con empresas hermanas pertenecientes a la familia que operan en el mismo mercado realizando actividades que generan sinergias.
- Reconocimiento de la mayoría de sus proveedores. Son los mayores distribuidores de York en Colombia.
- Personal altamente capacitado. Con apegos emocionales a la empresa.
- Programas de fidelización de clientes. Construcción de comunidad.
- Conciencia ambiental con implementación de últimas tecnologías en cuanto a la preservación de recursos y manejo de desperdicios.

## Oportunidades

### Externo

- Internacionalización de mercados. Países vecinos con leyes flexibles para la entrada de equipos.

- Manejo de préstamos bancarios por buena historia crediticia.
- Pocos competidores del tamaño y recorrido de la empresa.
- Reconocimiento dentro del sector salud y aeronáutico para proyectos de gran escala.
- Cambio climático. Calentamiento de las ciudades en las que se opera. Requieren equipos para confort.

## Debilidades

### Interno

- Alto inventario de ciertos productos que tienen baja rotación.
- Alta rotación de personal.
- Altos costos de operación. Grandes almacenes y sucursales en lugares premium.
- Posibles choques familiares por la organización del negocio.

## Amenazas

### Externas

- El dólar. Esta moneda ha subido bastante y el cambio ha afectado a la empresa, ya que debe incrementar precios.
- Inflación. Situación actual de la economía del país.
- Saturación de mercado local.
- Colaboradores aprenden del negocio y se fugan con el conocimiento y los contactos. Creando empresas pequeñas que surten el mercado.

Si observamos la matriz del DOFA, podemos sacar algunas conclusiones de la empresa en general. En cuanto a fortalezas y oportunidades, vemos que la empresa está preparada para llegar a nuevos mercados y conquistar nuevos clientes. Tiene el conocimiento y la experiencia suficiente como para aprovechar oportunidades de internacionalización y expansión. De hecho, la empresa cuenta ya con varios locales en las ciudades principales del país. Esto puede ser una oportunidad para seguir colonizando mercados e incluso llevarlo a nivel internacional. (Países cercanos a Colombia).

Esto también sería una oportunidad para mitigar una de las debilidades que tienen actualmente. Es una oportunidad para mover inventario que no está rotando en Cali y que puede rotar en otros puntos.

Por otro lado, también ayudaría a mitigar la amenaza económica y política del país. Aunque generalmente Venezuela, Ecuador y Perú, también se encuentran en un periodo de inestabilidad política, la empresa podría encontrar en alguno de estos mercados una buena acogida. Por otro lado, podría buscar oportunidades en países como Costa Rica o el Salvador, que cuentan con mejores oportunidades, economías más estables y son países latinoamericanos.

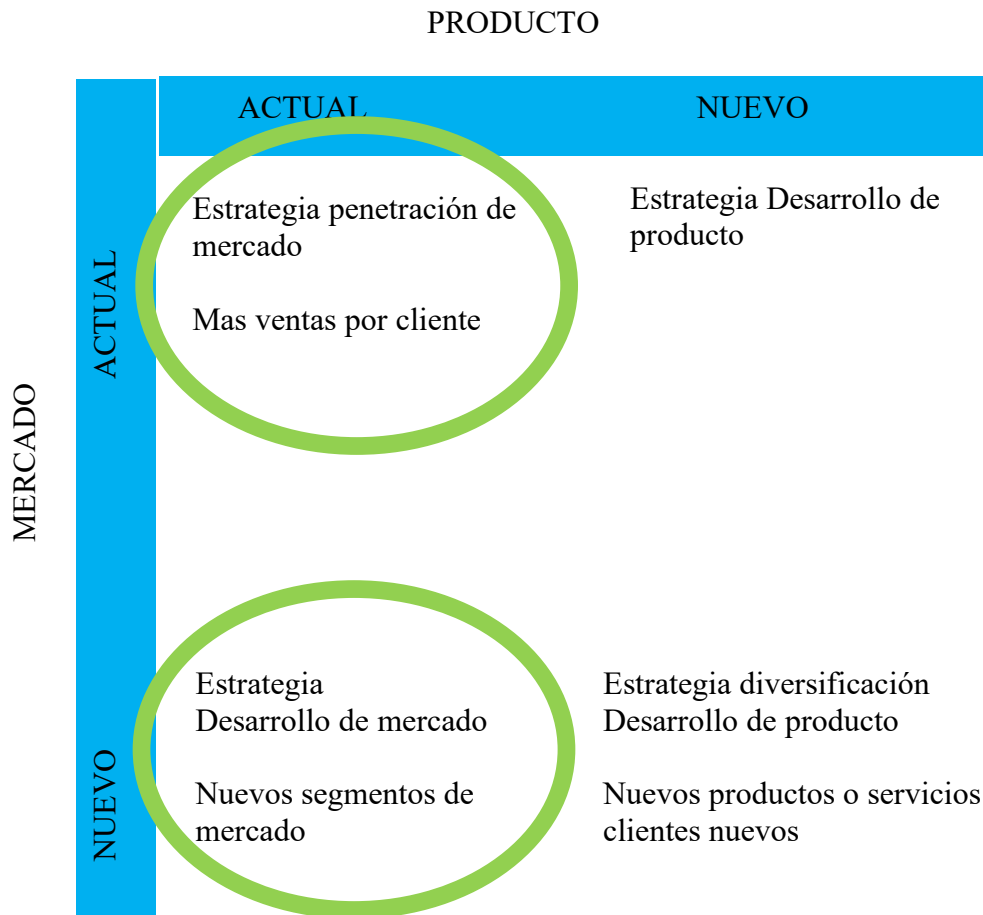
Propuesta de Acción de mejoramiento.

Después de haber realizado mi practica y analizado el DOFA de TRS encuentro que un gran problema para la organización son los altos volúmenes de inventario. Esto genera que los resultados no sean los óptimos. La causa de estos grandes volúmenes que causan un embudo dentro de la compañía y que son una debilidad, fueron los paros realizados en la ciudad y la contingencia sanitaria por el COVID19 vivido entre 2020 y 2022. Además de generar ocupaciones en volumen, esto ocasiono que los rendimientos no fueran los óptimos. Corrigiendo esta contingencia se obtendrían mejores resultados dentro de la organización y se optimizaría el manejo de la misma.

De acuerdo a las conclusiones del DOFA, si unimos las oportunidades y debilidades, nos damos cuenta que hay una posibilidad de expandir el mercado, lo cual le daría a TRS una movilidad en cuanto a inventario.

El objetivo general de mi propuesta es la evacuación de un inventario que está dentro de la empresa ocasionando cuellos de botella y perdidas en ganancias. Para ello he utilizado varias herramientas de mi carrera en administración con el fin de buscar la mejor solución y poder generar un mejor crecimiento empresarial.

Matriz de Ansoff.



La matriz de Ansoff es útil cuando se busca un crecimiento empresarial. Si miramos en el análisis DOFA vemos que una de las oportunidades es crecer. (Anexo 11. ANSOFF).

En esta matriz podemos ver hacia qué mercado podemos crecer. Teniendo en cuenta que ya tenemos nuestro producto y que incluso necesitamos evacuarlo, vamos a descartar las opciones de generación de nuevos productos.

Eso nos deja con dos áreas de la matriz. Penetración de mercado y desarrollo de nuevos mercados.

Como lo vimos anteriormente, TRS cuenta con una gran historia dentro del mercado de la ciudad de Cali e incluso en las principales ciudades de Colombia. Podemos decir que incluso en este momento el mercado es un Océano Rojo. Un océano Rojo es “un lugar donde existe un mercado definido, con competidores definidos y una forma estandarizada de dirigir un negocio, sin importar cuál sea la industria” (Benítez, 2013). Desde mi punto de vista, TRS se encuentra en este océano rojo en donde se compite con precios, se reta a la competencia y las estrategias muchas veces se guían por bajar el costo del producto para vender más que la competencia.

Es un mercado en donde Almacenes Olímpica o Jumbo han entrado a competir con productos chinos a muy bajo precio y se han llevado una porción del mercado.

Volviendo a la matriz de Ansoff, tenemos las dos opciones: penetración de mercado y desarrollo de nuevos mercados.

Sabemos que esta penetración de mercado debe ser muy guiada al precio. Y que el desarrollo de mercado debe tener como objetivo principal la apertura de nuevas tiendas y la colonización de nuevos mercados.

Si la meta es lograr evacuar inventario en un corto plazo podemos enfocarnos en la penetración del mercado y en aumentar los clientes.

Las actividades a realizar son:

- Optimizar los niveles de precios para generar volúmenes de ventas.
- Realizar promociones y ofertas. Tanto por canales tradicionales como digitales.
- Aumentar niveles de ventas a clientes actuales. Es posible darles oportunidades de pago o crédito a los clientes en los que se tenga confianza.
- Pedir apoyo a los proveedores.
- Clasificación de productos y optimización del sistema de información de inventario actual. Este no está conectado a una plataforma de inteligencia artificial. Con esto podemos predecir en tiempo los movimientos del mercado. De esta forma, el departamento de ventas puede recibir información y ajustar sus pedidos a los proveedores, disminuyendo la incertidumbre y aumentando la eficiencia.
- Conexión en tiempo real con los clientes para abastecerles en el tiempo necesario.

Estas actividades de implementación tienen que ver sobre todo con el departamento de venta y el departamento de tecnología. La idea es lograrlo en un plazo de 1-3 años.

Estrategia a largo plazo. Para ello se debe involucrar el departamento de nuevos proyectos en donde realice mi práctica empresarial. En este departamento se debe analizar la posibilidad de el desarrollo de nuevos mercados. Para ello se deben llevar a cabo las siguientes actividades.

- Búsqueda macroeconómica de ciudades o países en donde se pueda abrir almacenes.
- Trabajo con el área financiera para establecer presupuestos de apertura de nuevas tiendas.
- Búsqueda de locales y nuevos clientes en esos nuevos territorios. Se puede ir abasteciendo clientes mediante envíos antes de la apertura del almacén. Realizar un estudio de localización.
- Definir costos y gastos operativos.
- Contratar coordinador de la ciudad a la cual se va a llegar para el manejo del proceso.
- Realización de un estudio de tiempos.
- Adquisición de nuevas tecnologías que unan los inventarios de todos los puntos de venta con el departamento de ventas en tiempo real.

Este proyecto como tal tomaría de 5-10 años y tendría que ser analizado y aprobado por gerencia general y por los miembros de junta. La inversión de este proyecto es bastante alta ya que el software, la adquisición de almacenes y la apertura de la empresa en otro país requiere de un capital de trabajo extenso. La empresa en este momento de acuerdo a mi análisis no está en condiciones de hacerlo pero puede tenerlo como opción para un largo plazo.

Análisis Financiero

Capital de Trabajo.

Para la estrategia de corto plazo en donde se quiere lograr el objetivo de venta del inventario actual no se necesita contratar un personal de trabajo especial. El equipo de trabajo actual lo puede realizar.

Inversión.

La inversión inicial en este proyecto sería muy poco ya que la cubrirían los canales actuales tanto físicos como virtuales y el call center. Actualmente TRS cuenta en Cali con una participación de mercado de aproximadamente el 25% e instaurando las estrategias de penetración como fortalecimiento del call center y la página web se podría alcanzar una mayor participación.

Tabla 1. Proyectado Ventas con nuevos canales. Año 1.

VENTAS	ACTUAL		ESPERADO	
	VENTAS/UNIDADES	PARTICIPACION	VENTAS/UNIDADES	PARTICIPACION
Cali Norte	5400	57%	5247	46%
Cali Sur	2891	30%	3654	32%
Call Center	1241	13%	1835	16%
Pagina Web	0	0%	743	6%
	9532		11479	

En la tabla podemos observar un proyectado en ventas con el nuevo canal digital que debería instaurar el equipo de ventas y el fortalecimiento del call center.

Analizando algunos resultados compartidos por la empresa pude ver que el call center ha tomado fuerza y se debe seguir utilizando. Incluso se ve que la tienda presencial principal ha disminuido sus ventas desde 2020. Es por esto que la proyecto como lo sigue la tendencia en el primer año. Pero a pesar de esto considero que si se sigue una estrategia de penetración de mercados es necesario captar más clientes por canales digitales y poder así reducir el inventario.

Los resultados esperados es que en el primer año logren incrementar la rotación de inventario.

Para la realización de funciones de la practica la universidad me brindo las herramientas necesarias aunque fue fundamental aprender AutoCAD para ayudar a diseñar los planos de enfriamiento y el uso de nuevos programas como el sightline que es el que utiliza la empresa para el manejo de inventarios y toda su operación, el excel y las herramientas básicas son fundamentales para el correcto desarrollo de la practica en TRS partes además considero que el inglés y el análisis numérico también son esenciales dentro de esta practica

El plan de estudios debe incluir o desarrollar a profundidad una formación en ventas ya que se me dificulto en muchos momentos la aproximación a los clientes y el ser insistente con los mismos por lo que considero que se debe reforzar el entrenamiento en mercadeo para saber cómo relacionarse de manera más fácil y eficaz con los clientes potenciales ya que cuando ya había una interacción anterior era mucho más fácil el éxito en ventas

Esta práctica me hizo utilizar herramientas y conceptos aprendidos en la universidad ya que muchos procesos numéricos y técnicos son utilizados en todo momento, creo que

En esta práctica aprendí a relacionarme más con nuevas personas y a trabajar en equipo ya que los resultados de éxito se daban cuando todas las personas del área trabajaban juntas y se lograba así una sinergia que llevaba al éxito, además aprendí que en el trabajo se generan vínculos y amistades que sirven para más actividades por fuera del trabajo, aprendí la importancia de compartir y generar redes de apoyo que funcionan para obtener los resultados esperados además de la amistad y el

compañerismo en el trabajo que es esencial para que la organización funcione de una manera correcta y efectiva, también entendí y viví la importancia de escuchar y estar pendiente de los demás ya que esto me motivo y ayudo a que mi proceso fuera más divertido y feliz

En conclusión creo que esta práctica me ayudo a crecer profesionalmente y entender como el trabajo de varias personas hace la diferencia, ahora no solo tengo amigos en la universidad sino también en la oficina y siento que a nivel personal y profesional esta práctica me ayudo a crecer y avanzar en mi carrera profesional en este campo entendí como cada departamento de la empresa no podría existir sin otro incluso por insignificante que este parezca y viví una experiencia en donde pude apreciar que una organización es una red de personas que organizadas generan valor entendí que en la organización está la clave para alcanzar los objetivos de la compañía y vi como los sueños de las personas por progresar alimentan el ser de la organización.

Recomiendo a la empresa promocionar más prácticas y permitir a más personas nuevas vivir esta experiencia ya que solo así las organizaciones pueden sobrevivir en el tiempo y generar dinámicas de bienestar que perduren y hagan realidad los sueños y las aspiraciones de las personas alimentando a la vez el progreso de la sociedad y de el país

Esta experiencia fue clave dentro de mi desarrollo personal y profesional doy gracias a la universidad por brindarme las herramientas a mi profesor de practica y a mi jefe por permitirme vivirlo e ir más allá de los requerimientos básicos.

## Bibliografía

Benítez, R. (2013). *Estrategia del Océano Azul*. Obtenido de <http://www.benitezrafa.es/estrategiadel-oceano-azul-ejemplos/>

Jones. G. (2008). *Teoría organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones. Quinta edición*. Pearson. México D.F.

TRS Partes. Delgado, Rodrigo. (2021) *Conversación con Gerente General. Parafraseado*.

TRS Partes. (2019) *Código de Ética*. Cali.


TRS Partes. (2021, Marzo). *Testimonial Imbocar*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4MQdtZTKFZ8>

TRS Partes. *Quiénes Somos*. Recuperado de: <http://www.trspartes.com/index.php?idioma=1>

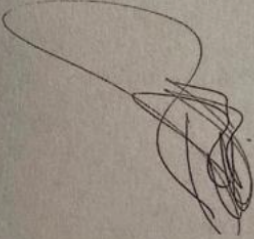
## Anexos

### Anexo 1

#### *Misión.*

	MISIÓN	GG-OD-04 VERSIÓN 2
---	--------	-----------------------

TRS PARTES S.A. es una empresa dedicada a la Comercialización de equipos y repuestos de Aire Acondicionado y Refrigeración, que busca continuamente satisfacer las necesidades del mercado con alta calidad en los productos y servicios que ofrece. Poniendo a disposición de sus clientes puntos de venta ubicados en las principales ciudades del país, que ofrecen una línea completa de productos, disponibilidad inmediata y soporte técnico, logrando un reconocimiento por la competencia y formación integral de su recurso humano, garantizando un crecimiento permanente y rentable para la organización y la satisfacción de clientes, socios y empleados.

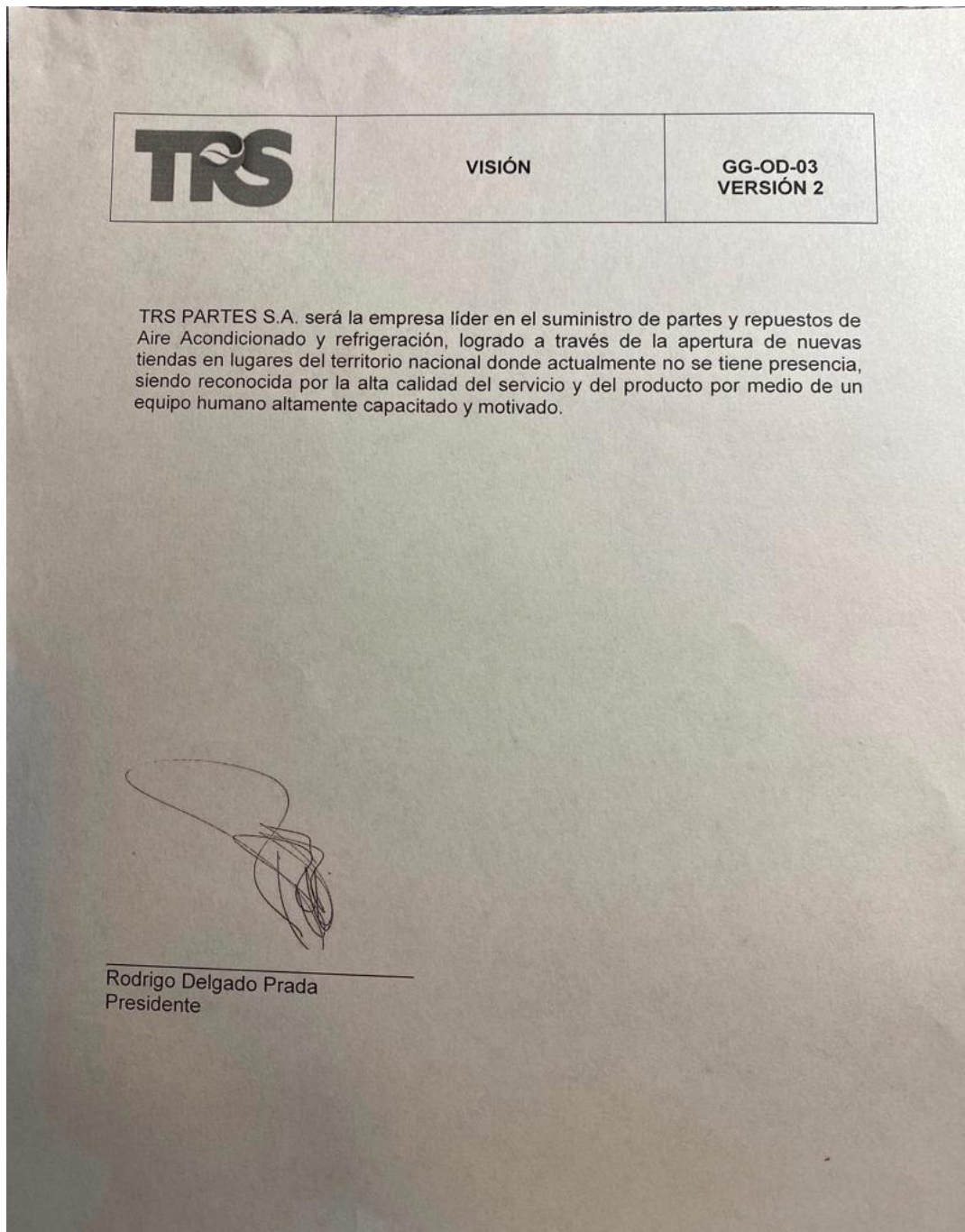


---

Rodrigo Delgado Prada  
Presidente

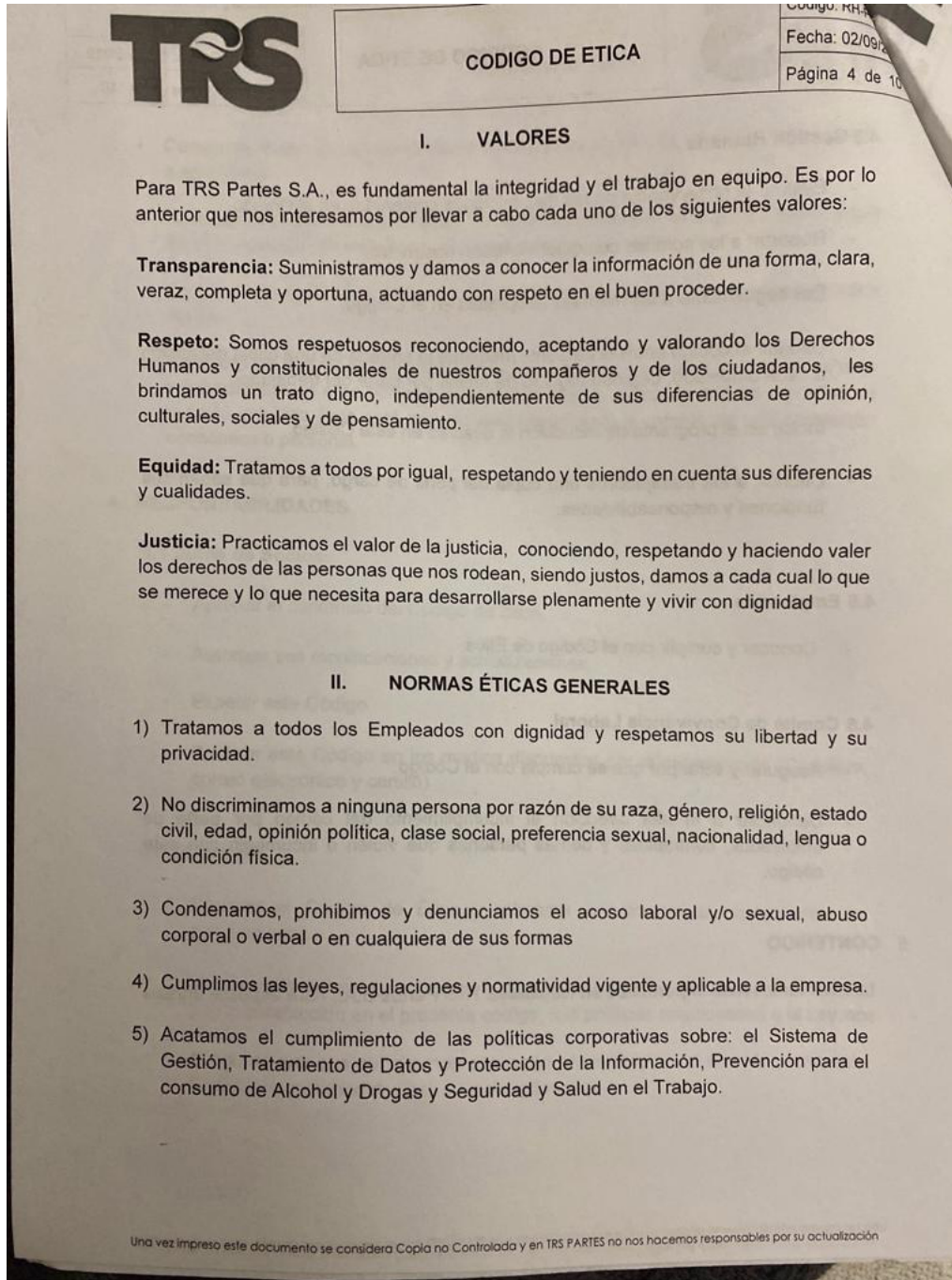
## Anexo 2

### *Visión.*



## Anexo 3.

Valores.



*Nota: Extracto del código de ética de TRS PARTES S.A.*

**Anexo 4**

## Resumen Catalogo Productos.




**Sistemas Split Línea Harmony**

- Equipos de eficiencia SEER 13 trabajan con refrigerante ecológico R-410a
- Capacidad desde 7.5 hasta 30TR
- Intercambiadores de calor tipo microchannel
- Compresores Copeland y accesorios de alta calidad
- Pintura anticorrosiva

**Equipos tipo paquete**

- Condensación por agua
- Capacidad desde 1.5TR hasta 30TR
- Refrigerante ecológico R-410a
- Instaladas de manera horizontal o vertical, en recinto o techo falso
- Condensación por aire
- Capacidad desde 7.5TR hasta 25TR
- Descarga vertical que funcionan con refrigerante ecológico
- Instaladas externamente en jardines o terrazas





**Enfriadores de agua**

- Enfriadores de gama liviana, intermedia y pesada
- Refrigerante ecológico R-410a
- Condensación por aire o por agua

**Manejadoras de aire modulares**

- Con capacidad de 7TR hasta 30TR
- Aplicaciones de expansión directa con R-410a o agua helada
- Usadas de manera horizontal o vertical
- Caudales de aire entre 3000 CFM y 12000 CFM nominales



**Serpentines**

- Diseño de intercambiadores de calor tipo aleta-tubo de acuerdo a las necesidades del cliente en dimensiones, capacidades y aplicación
- Aletas de aluminio de alta eficiencia
- Tubería de cobre de máxima calidad




**Filtros de aire**

- Filtros HEPA hasta 99.99% de filtración de partículas
- Filtros tipo cartucho y tipo bolsa hasta 95% de eficiencia
- Prefiltros lavables 35% de eficiencia
- Norma ASHRAE 52.2. Asociado NAFA

**Refrigerantes**

- Refrigerantes certificados
- Refrigerantes R-410a, R134a, R-404a, R-407c, R507, XP40 en presentación cilindros
- Refrigerantes ecológicos Isceon para reemplazar HCFCs sin necesidad de cambiar aceite
- Presentación en latas de R-134a, R-404a, M029, M049, M059, M079




**Minisplit**

- Equipos de tecnología Inverter SEER 17, R-410a
- Equipos de eficiencia estándar R-410a
- Capacidades de 9,000 a 24,000 Btu/Hr
- Diseños modernos con display digital
- Control remoto

**Paquetes**

- Paquetes de condensación por agua de 2 a 5TR, R-410a
- Paquetes de condensación por aire de 3 a 25TR, R-410a






**Controles de presión**

- De alta y de baja
- Duales
- De aceite

**Termostatos**

- 1 etapa reposición manual
- 1 etapa reposición automática
- Termostato electrónico, pantalla LCD iluminada
- Interruptor de flujo 1"

**Válvulas de fancoil**

- Válvulas de 2 y 3 vías
- 1/2", 3/4" y 1" NPT actuador 220v



**Sistemas Split**

- Equipo residencial línea AFFINITY, Capacidad de 2 a 5TR, Eficiencia SEER 18, R-410a
- Equipos comerciales, Condensadoras y manejadoras de aire, Capacidad de 3 a 3TR, Eficiencia SEER 13, SEER 16, R-410a,
- Equipo residencial, Capacidad de 2 a 5TR, Diversas opciones de unidades interiores: manejadoras para ductos, fancoil pisotecho y cassette, R-410a,

**Sistemas de refrigerante variable VRF**

- La capacidad de enfriamiento se ajusta de acuerdo a la temperatura ambiente y a la demanda requerida por cada unidad interior
- Sistema modular con capacidades hasta 51.2TR
- Se pueden combinar fancoil pisotecho, de pared, para ductos, y cassette de diferentes capacidades
- Sistemas mini VRF hasta 5TR
- Máximo ahorro de energía
- R-410a



**Minisplit**

- Línea Inverter SEER 21-WIFI, Bio-Filters
- Línea Inverter SEER 16 de bajo consumo energético R-410a
- Línea de eficiencia estándar R-410a
- Capacidades de 9.000 a 36.000 Btu/Hr
- Modelos a 110v y 200v
- Diseños modernos súper silenciosos



**Fancoil Piso Techo inverter y On-Off**

- Nuevo y elegante diseño
- Instalación flexible horizontal y vertical
- Capacidades de 2 a 5TR
- Movimiento automático de aletas para mejorar la distribución del aire
- Control remoto inalámbrico
- Conexiones de drenaje a ambos lados
- R-410a



**Paquetes condensados por aire**

- Capacidades: 3TR, 7,5TR y 10TR
- Eficiencia SEER 13
- Certificación AHRI
- Compresor Scroll
- Descarga y retorno horizontal y vertical hacia abajo

**Condensadoras para aire acondicionado**

- Compresores Scroll
- Capacidades de 2 a 10TR R-410a
- Monofásicos y trifásicos 220V
- Bajo nivel de ruido
- Diseño compacto

**Equipo residencial alta eficiencia Inverter y On-Off**

- Eficiencia SEER 18, SEER 15, SEER 13, R-410a
- Compresores Scroll Copeland o Inverter
- Certificación AHRI y UL
- Capacidades de 3 a 10TR
- Monofásicos y trifásicos 220V
- Bajo nivel de ruido
- Descarga horizontal o vertical

**Fancoil para ductos**

- Instalación horizontal o vertical
- Capacidades de 3 a 10TR
- Motor de alta eficiencia
- Diseño totalmente aislado que reduce el ruido
- Diseñada y aprobada bajo estándar AHRI 210/240
- R-410a



**Minichiller Inverter**

- Alta eficiencia energética
- Compresor DC inverter y Motores de ventilación DC
- Módulo hidráulico incluido
- Bomba de agua de alta eficiencia
- Amplio rango de operación
- R-410a
- Aplica para enfriamiento y calefacción



**Cassette Inverter y On-Off**

- Pánel con salida de aire 360° para enfriamiento rápido
- Bomba de drenaje incorporada
- Capacidades de 3 a 5TR
- Control remoto inalámbrico
- Avanzado diseño de ventilador para máxima eficiencia
- Diseño delgado que requiere menor espacio
- R-410a



**Sistemas de agua helada**

- Amplio rango de aplicación
- Tecnología digital Scroll
- Más precisión de control
- Tecnología de descongelamiento inteligente



**Motores**

- Gama más completa de línea de motores en la industria
- Motores para línea de aire acondicionado
- Fasco, Century y Genteq
- Motores industriales Marathon
- Motores para refrigeración Elco
- Motores para condensadoras de buje y balineras
- Motores fraccionales para fancoil



**Rejillas**

- Rejillas de suministro y de retorno
- Difusores de techo, perforados y cónicos
- Damper industriales
- Construido en aluminio extruido
- Acabado en pintura electrostática de alta resistencia





- Condensadoras para conservación y congelación
- Compresores recíprocos Maneurop MT y MTZ con válvulas de servicio
- Capacidades de baja KPI y alta tipo pila
- Botella de líquido con válvula
- Caja eléctrica con bornera de conexiones



#### Válvulas

- Válvulas de expansión termostática
- Válvulas solenoides
- Válvulas de paso
- Válvulas de bola para cierre rápido
- Válvulas cheque
- Válvulas reguladoras de presión



#### Controles

- Termostatos ajustables tipo KP y RT
- Termostatos de diferencial fijo tipo UT
- Presostatos de alta presión, baja presión y duales
- Control de presión de aceite para compresores Danfoss, Copeland y Carrier
- Control electrónico de temperatura tipo EKC
- Contactores y relé térmico

#### Compresores Scroll

- Danfoss scroll líneas HRM, HCM, HRH, HCJ, MLZ
- Maneurop scroll SM, SY
- Aplicaciones para aire acondicionado, conservación y congelación
- Capacidades de 1.5TR a 15TR
- Aplicaciones con diferentes tipos de refrigerante

#### Filtros - Visores

- Filtros con núcleo sólido HFCs
- Portafiltros tipo carcasa de 1 y 2 piedras
- Cartuchos de núcleo sólido de alta capacidad y antiácidos
- Visores de líquido de soldar y enroscar
- Usos con diferentes tipos de refrigerantes



#### Repuestos para equipos

- Filtros de aceite
- Transductor de presión
- Sensores de temperatura
- Compresores
- Motores
- Ventiladores



#### Ventiladores

- Ventiladores universales para reemplazo
- Ventiladores axiales de 12" a 30"
- Ventiladores centrífugos para fancoil y manejadoras



#### Herramientas

- Recuperadores y recicladores de refrigerante
- Bombas de vacío
- Juegos de manómetros R-22, R-13a, R410a
- Mangueras para refrigeración
- Relojes de alta y baja
- Llaves Ratchet y contatubos
- Equipo portátil de soldadura
- Pinzas voltiamperimétricas
- Antorchas para Gas Mapp

Producto fabricado en E.E.U.U.



## REPUESTOS E INSUMOS para aire acondicionado y refrigeración

- Limpiadores para evaporadores y condensadores
- Aceite mineral y poliéster
- Súper arrancadores
- Aceite para bombas de vacío
- Bases de montaje para condensadoras
- Bombas de condensado
- Gas Mapp
- Contactores
- Transformadores
- Súper arrancadores
- Monitores de fase electrónicos
- Relés de arranque
- Relés de tiempo
- Capacitores
- Soldadura



#### Fibra mineral de lana de vidrio para ductos y aislamientos

- Fibra mineral de lana de vidrio Ductoglass Gold, Climaver Plus R, A2 Deco blanco y negro.
- Flexwrap
- Duct Wrap
- Aerocor reforzado
- Cañuelas HVAC
- Cinta autoadhesiva para ductos



#### Termostatos y Guarda Termostatos

- Termostatos electrónicos residenciales programables y no programables de 1 y 2 etapas
- Termostatos proporcionales y para fancoil
- Termostatos Touchscreen e inalámbricos
- Termostatos electromecánicos
- Guardatermostatos de varias dimensiones para evitar manipulación de personal no autorizado



#### Electroválvulas

- Válvulas de 2 y 3 vías
- Válvulas de bola proporcionales y On-Off
- Válvulas de globo y mariposa
- Válvulas para fancoil
- Actuadores para válvulas y dampers



#### Tubería de cobre flexible

- Tubería flexible en rollos de 30 m según norma ASTM B-88, Aleación A314 No. 122



#### Tubería de cobre rígida

- Tubería rígida tipo L y tipo K según norma ASTM B-88 Hard Draw N° Temper en tira de fin, Aleación A314 No. 122
- Accesorios de cobre: codos, reducciones, uniones y te.



#### Controles

- Válvulas de expansión
- Válvulas solenoides
- Indicadores de líquido
- Filtros secadores
- Usos para diferentes tipos de refrigerantes



#### Aislamiento para cuartos fríos

- Láminas de poliuretano tipo sandwich
- Espesores de 60 mm a 200 mm
- Compuesto de 3 láminas de acero galvanizado calibre 26
- Núcleo aislante de espuma rígida de poliuretano inyectado en alta presión con pastoso como agente espumante ecológico sin HFCs
- Densidad de 30 kg/m<sup>3</sup>
- Recubrimiento de pintura poliéster homocada



#### Compresores Herméticos

- Copeland Scroll líneas ZR, ZP, ZB, ZF, ZS
- Copeland recíprocos CR
- Capacidades de 1.5TR a 30TR
- Aplicaciones en aire acondicionado, conservación y congelación
- Modelos monofásicos y trifásicos 220V
- Solubles o con rosca para válvulas de servicio
- Uso con varios tipos de refrigerante
- Alta eficiencia y bajo consumo de energía
- Aplicación para sistemas Tandem

#### Compresores Semiherméticos

- Copeland convencionales para aire acondicionado de 20 hp a 85 hp
- Copeland Discus para aplicaciones en conservación y congelación de 5hp a 30hp
- Uso con refrigerantes convencionales y mezclas
- Construcción robusta para trabajo pesado
- Modelos con control de capacidad



#### Partes para compresores Copeland

- Bujías
- Empaquetaduras
- Platos de válvulas
- Bujes
- Bomba de aceite



#### Cortinas de aire

- Cortinas de aire de 2.5m CAS
- Cortinas de aire de 4m CAF
- Cortinas de aire de 6m CAI



#### Extractores

- Extractores de baño
- Extractores helicocéntricos y axiales
- Extractores TD y Jetline

#### Otros

- Purificador de aire



#### Controladores electrónicos

- Controladores para congelados y enfriados
- Controladores de temperatura y humedad
- Termostatos
- Controladores de presión
- Instrumentos de medición con memoria interna
- Controladores de protección eléctrica
- Sensores y accesorios de instalación
- Interfaces y transmisores
- Software de administración vía Internet SITRAD



#### Accesorios de refrigeración

- Separadores de aceite
- Recibidores de líquido
- Acumuladores de succión
- Filtros secadores tipo carcasa

#### Condensadoras abiertas

- Compresor Horizontal
- Calentador del cárter
- Condensador enfriado por aire
- Ventilador axial



#### Condensadoras CDB y CDB

- Receptor de líquido
- Controlador Emerson HP / LP
- Filtro secador
- Indicador de humedad



#### Aislamientos

- Tubos flexibles elastoméricos de célula cerrada para aislamiento de tubería de cobre
- Baja conductividad térmica
- Alta resistencia al flujo de vapor de agua
- Libre de CFC/HFCs, fibras de polvo, antihongos, no poroso



#### Compresores semiherméticos

- Líneas DCU-E
- Capacidades de 15HP a 40HP
- Aplicaciones en aire acondicionado y conservación
- Refrigerantes convencionales y alternativos
- Alta confiabilidad
- Partes de compresores y accesorios



#### ACCESORIOS CUARTOS FRÍOS

- Puertas batientes y deslizantes
- Bisagras
- Chapas
- Cortinas eléctricas reforzadas
- Lámparas
- Herramientas y equipos



Anexo 5

Publicidad.

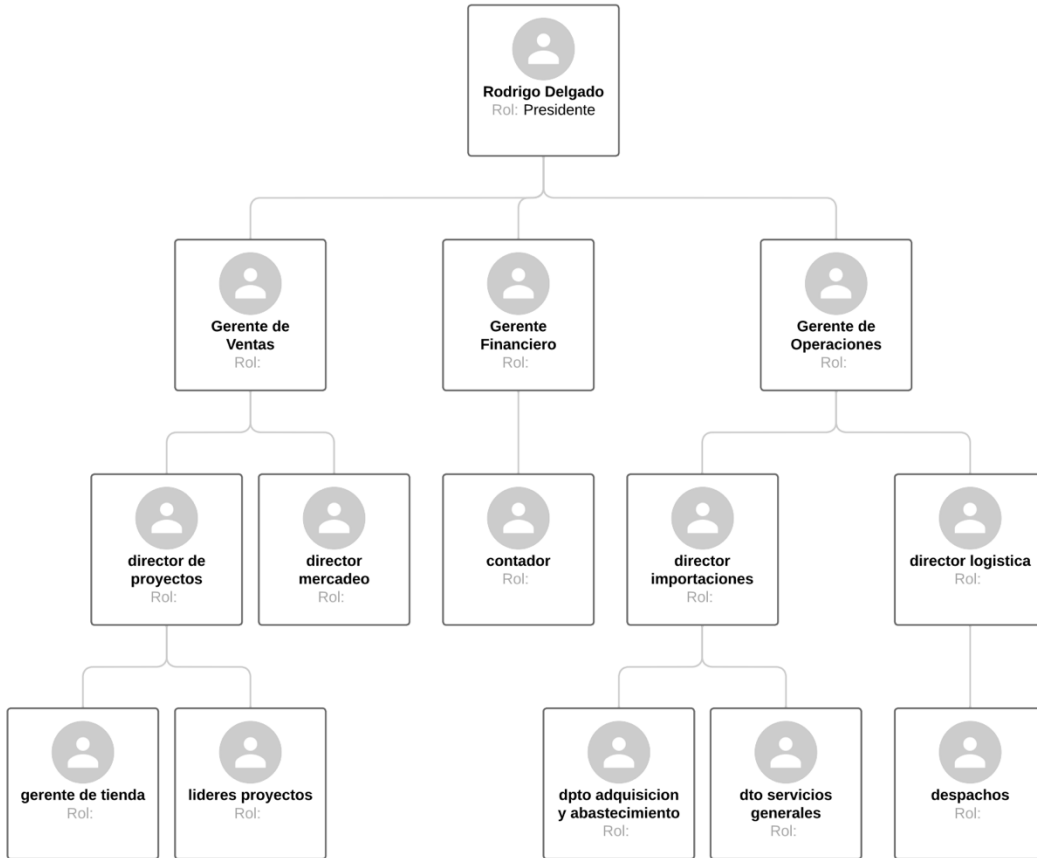


# Anexo 6

## Organigrama.

### Organigrama

alvarozafra | June 8, 2022



## Anexo 7

### Hoja de Vida.

#### ALVARO JOSE ZAFRA DELGADO

##### administrador

- Motivado, apto para el trabajo en equipo y con fuertes habilidades organizativas e interpersonales.
- Siempre buscando aprender nuevas habilidades, asumir responsabilidades adicionales y crecer profesionalmente.
- Orientado a ventas y a cumplimiento de objetivos asignados. Conocedor a fondo del producto representado y del perfil de cliente al cual va orientado. Excelente capacidad de análisis de objetivos y de resultados. Gran habilidad para trabajar en equipo, así como también de forma totalmente autónoma.

##### EXPERIENCIA

● **practicante**

##### EDUCACIÓN

bogota Colombia  
2015 - 2021

● **administrador de empresas**  
*universidad Jorge Tadeo*

cali Colombia  
Enero 1998 - 2012

● *colegio colombo británico*

##### INFORMACIÓN DE CONTACTO

###### Email

alvaro.zafrad@gmail.com

###### Dirección

calle de la escopeta casa : 3  
9 ciudad jardín

###### Teléfono

+573128447543

###### Fecha de nacimiento

09-07-1993

###### Nacionalidad

colombiana cc 1144063613

##### HABILIDADES

- Trabajo en equipo
- Resolución de problemas
- Atención al cliente
- Ventas
- Liderazgo

##### IDIOMAS

###### portugues

Nivel básico

###### ingles


Nivel avanzado

###### español

Nativo

## Anexo 8

### Plan de Trabajo.


	<b>MACROPROCESO ASUNTOS ESTUDIANTILES</b>	<b>CÓDIGO:</b>	FOR-AES-PARA-003
	<b>PROCESO PRÁCTICAS</b>	<b>VERSIÓN:</b>	00
		<b>FECHA:</b>	01-03-2019
		<b>PÁGINA:</b>	Página 1 de 3
	<b>FORMATO PLAN DE PRÁCTICA</b>		

<b>I. Identificación del practicante</b>	
<b>Apellidos:</b>	Zafra Delgado
<b>Nombres:</b>	Alvaro José
<b>Documento de identificación:</b>	1144063613
<b>Programa Académico:</b>	Administración
<b>Correo electrónico:</b>	Alvaroj.zafrad@utadeo.edu.co
<b>Teléfono fijo:</b>	3733259
<b>Teléfono móvil:</b>	3128447543

<b>II. Información empresa y Tutor</b>	
<b>Nombre de la empresa:</b>	TRSpertesS.A.
<b>NIT:</b>	900013664
<b>Dirección:</b>	CRA.1#49-35
<b>Ciudad:</b>	CALI
<b>Teléfono contacto:</b>	(602)4350800
<b>Nombre Tutor del practicante:</b>	Alex Vélez
<b>Cargo:</b>	Gerente de proyectos
<b>Correo electrónico:</b>	Alex.velez@trspartes.com
<b>Teléfono contacto:</b>	3206682966

<b>III: Duración de la práctica</b>	
<b>Fecha de inicio:</b>	1 oct 2021
<b>Fecha de finalización:</b>	30 mar 2022
<b>Intensidad horaria semanal:</b>	42
<b>Horario:</b>	8am- 5:30pm

<b>IV. Información Profesor (monitor de la universidad)</b>	
<b>Nombre:</b>	Camilo Torres
<b>Departamento o escuela:</b>	Facultad de ciencias económicas-administrativas
<b>Correo electrónico:</b>	camilo.torres@utadeo.edu.co
<b>Teléfono contacto:</b>	(601)2427030 ext1519


	<b>MACROPROCESO ASUNTOS ESTUDIANTILES</b>	<b>CÓDIGO:</b>	FOR-AES-PARA-003
	<b>PROCESO PRÁCTICAS</b>	<b>VERSIÓN:</b>	00
		<b>FECHA:</b>	01-03-2019
		<b>PÁGINA:</b>	Página 2 de 3
<b>FORMATO PLAN DE PRÁCTICA</b>			

<b>V. Plan de trabajo</b>	
<b>Objetivo General:</b>	Dar soporte en el área de proyectos
<b>Objetivos específicos:</b>	Obtener los conocimientos idóneos para dar soporte en los diferentes requerimientos de los clientes

<b>V. Plan de trabajo resultados esperados</b>	
<b>Resultados esperados de las actividades:</b>	<b>Indicador</b>
Presentar el portafolio	70%
Apoyo en los planos de ingeniería	100%
Correr Software de sistemas VRF Refrigerante Variable	100%
Dar acompañamiento y soporte a los clientes	80%
Indicadores de gestión de ventas	70%
Realizar seguimiento de las propuestas enviadas	90%

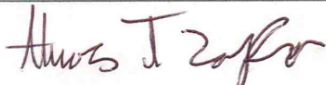
De igual manera al iniciar mi práctica laboral adquiero los siguientes compromisos:

1. Estar afiliado a un plan obligatorio de salud (POS) durante todo el término de la práctica.
2. Cumplir con el reglamento estudiantil de La Universidad.
3. Cumplir con los reglamentos establecidos por La Empresa, relacionados con las condiciones académicas de la práctica.
4. Guardar la reserva necesaria sobre los asuntos que le sean encomendados.
5. No abandonar o suspender la práctica académica, sin la debida autorización del programa académico.
6. Realizar todas las actividades previstas para el desarrollo de la práctica académica establecidas en El Plan De Práctica.
7. Cumplir con las monitorias programadas por la Universidad.
8. Mantener informado al programa académico sobre novedades o situaciones que sean relevantes para el ejercicio de la práctica académica.
9. Inscribir la asignatura correspondiente cuando se trate de opción de grado con el fin que sea válida académicamente.


	<b>MACROPROCESO ASUNTOS ESTUDIANTILES</b>	<b>CÓDIGO:</b>	FOR-AES-PARA-003
	<b>PROCESO PRÁCTICAS</b>	<b>VERSIÓN:</b>	00
	<b>FORMATO PLAN DE PRÁCTICA</b>	<b>FECHA:</b>	01-03-2019
		<b>PÁGINA:</b>	Página 3 de 3

Para constancia y aprobación del mismo firman:

El estudiante:

Nombre	Firma
Alvaro j zafra	

El tutor (empresa)

Nombre	Cargo	Firma
Alex Vélez	Gerente de proyectos	

El profesor monitor (Universidad)

Nombre	Departamento/ Escuela	Firma
Camilo Torres Sanabria	Facultad de ciencias económicas-administrativas	

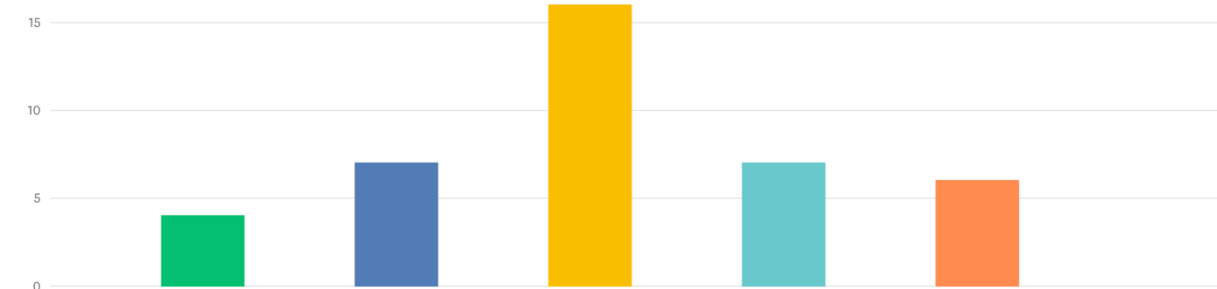
Fecha:

19	01	22
----	----	----

## Anexo 9

### Encuesta.

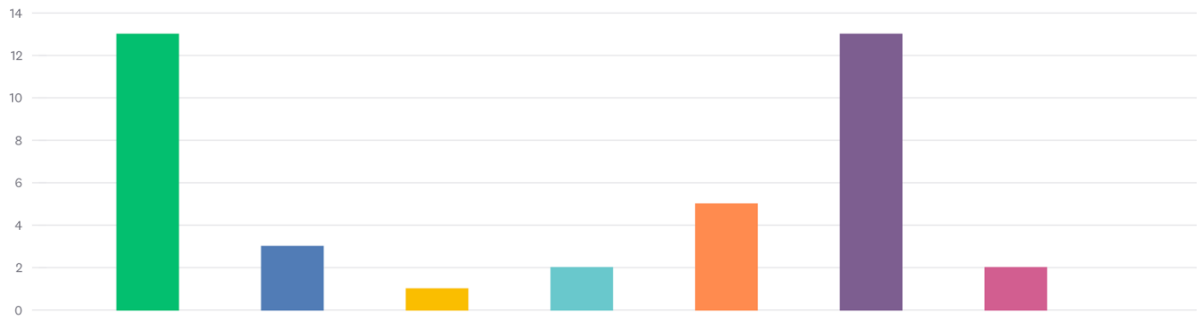
6. En caso de que su respuesta anterior haya sido afirmativa, ¿Qué tan satisfecho se encuentra con este servicio?



Pregunta respondida: 40 veces Pregunta omitida: 0 veces

No estoy Satisfecho	10%	4
Algo Satisfecho	18%	7
Indiferente	40%	16
Satisfecho	18%	7
Muy Satisfecho	15%	6
Total de encuestados		40

9. Para lograr mayor satisfacción como cliente ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría recibir?



Pregunta respondida: 39 veces Pregunta omitida: 1 veces

Asesoría Técnica	33%	13
Control de Gastos	8%	3
Diseño Mecánico y Técnico	3%	1
Informes Mensuales	5%	2
Suministros de Equipos y Repuestos	13%	5
Mantenimiento Preventivo y Correctivo	33%	13
Otro (especifique)	5%	2
Total de encuestados		39

*Nota: Encuesta realizada para análisis de entorno empresarial.*

## Anexo 10

### Matriz DOFA

#### Fortalezas

- Knowhow. Tiene un conocimiento y trayectoria dentro del mercado del aire acondicionado y la refrigeración. Mas de 15 años en el mercado.
- Conexión con empresas hermanas pertenecientes a la familia que operan en el mismo mercado realizando actividades que generan sinergias.
- Reconocimiento de las mayorías de sus proveedores. Son los mayores distribuidores de York en Colombia.
- Personal altamente capacitado. Con apegos emocionales a la empresa.
- Programas de fidelización de clientes. Construcción de comunidad.
- Conciencia ambiental con implementación de últimas tecnologías en cuanto a la preservación de recursos y manejo de desperdicios.

#### Oportunidades

##### -Externo

- Internacionalización de mercados. Países vecinos con leyes flexibles para la entrada de equipos.
- Manejo de préstamos bancarios por buena historia crediticia.
- Pocos competidores del tamaño y recorrido de la empresa.
- Reconocimiento dentro del sector salud y aeronáutico para proyectos de gran escala.
- Cambio climático. Calentamiento de las ciudades en las que se opera. Requieren equipos para confort.

#### Debilidades

- Interno
- Alto inventario de ciertos productos que tienen baja rotación.
- Alta rotación de personal.
- Altos costos de operación. Grandes almacenes y sucursales en lugares premium.
- Posibles choques familiares por la organización del negocio.

#### Amenazas

- Externas
- Dólar
- Inflación. Situación actual de la economía del país.
- Saturación de mercado local.
- Colaboradores aprenden del negocio y se fugan con el conocimiento y los contactos. Creando empresas pequeñas que surten el mercado.

## Anexo 11

### Matriz Ansoff

