

TRABAJO DE GRADO PRÁCTICA PROFESIONAL REALIZADA EN
SAINT- GOBAIN S.A.S

Daniel Alejandro Vela Salcedo.
Noviembre 2020.

Pilar Marcela González Martínez
Noviembre 2020.

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela de Administración, Contaduría y Mercadeo
Programa de Administración de Empresas.
Práctica empresarial.

TABLA DE CONTENIDO.

Contenido

Capítulo 1: Introducción	4
1.1 Razón social	4
1.2 Naturaleza de la organización	4
1.3 Imagen corporativa	5
1.4 Datos generales	6
1.5 Dirección estratégica.....	6
Misión:	6
Visión:.....	8
Valores.	8
Portafolio de productos y servicios de la organización.	11
1.5 Proceso de mercadeo.....	17
1.6 Características del cargo de practicante	17
1.7 Cargo, funciones y responsabilidades	17
1.8 Área, equipo que la conforma y responsabilidades.	19
1.9 Organigrama de la compañía y cargo del practicante	20
Capítulo 2: Proceso de ubicación laboral.....	20
2.1 Hoja de vida y experiencia de contacto con empresas.....	20
Capítulo 3: Conocimientos y competencias de trabajo.....	24
Capítulo 4: Análisis del entorno empresarial.....	27
Capítulo 5: Cultura organizacional.	31
MATRIZ DOFA	36
Matriz MEFE	36
Matriz MEFI	37
Capítulo 7: Propuesta de Mejoramiento.	42
Conclusiones de la practica.....	51
Bibliografía	58

TABLA DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1 Planta de Saint-Gobain Abrasivos. Mosquera - C/marca	5
Ilustración 2 Logo de Saint-Gobain S.A.S.....	5
Ilustración 3: Disco Abrasivo	12
Ilustración 4: Disco Diamantado	12
Ilustración 5: Copas y ruedas.....	13
Ilustración 6: Hojas de lija y Bandas.	13
Ilustración 7: Accesorios y complementos.	14
Ilustración 8: Adhesivo Instantáneo.....	14
Ilustración 9: Traba Roscas.....	15
Ilustración 10: Silicona.	15
Ilustración 11: Sellador de espejo.	15
Ilustración 12: Cola vinílica PVA.....	16
Ilustración 13: Aerosoles.	16
Ilustración 14: Gerentes de venta.....	17
Ilustración 15: Pantallazo sistema SION.	18
Ilustración 16: Pantallazo sistema SAP.	19
Ilustración 17: Organigrama Departamento. Financiero	20
Ilustración 18: Matriz MEFE- Elaboración propia.	36
Ilustración 19: Matriz MEFI elaboración propia	37
Ilustración 20: DOFA – Elaboración propia	39
Ilustración 21: Factura de venta Saint-Gobain Abrasivos	46
Ilustración 22: Factura de venta modificada elaboración propia	46
Ilustración 23: Leyendas del cronograma.	47
Ilustración 24: Cronograma mes octubre – elaboración propia.	48

Capítulo 1: Introducción

1.1 Razón social

SAINT-GOBAIN COLOMBIA S.A.S ABRASIVOS es una unidad de negocio compuesta por el grupo Saint-Gobain, su casa matriz queda en París, Francia. Figura como sociedad anónima simplificada dedicada principalmente a la fabricación y comercialización de soluciones abrasivas y adhesivas con sus complementos, en Colombia y centro América ha venido trabajando desde 1.973. y sus principales mercados están enfocados en los sectores automotriz, industrial y de construcción.

1.2 Naturaleza de la organización.

SAINT-GOBAIN COLOMBIA S.A.S ABRASIVOS es una empresa dedicada a la elaboración de productos abrasivos como lo son discos, piedras, panes, hojas, bandas, lijas y rollos bajo sus marcas insignia que son NORTON y CARBORUNDUM, marcas que se han venido desarrollando en el territorio colombiano desde el año 2000.

Saint-Gobain inicio en el año de 1.665 con la creación de la empresa manufacturera Royale des Glaces, en Hauts, Francia. Después en el año de 1.850 inicio sus primeros pasos de expansión en Alemania, Italia, Bélgica y España. Ya en 1.990 se enfoca en materiales que contengan alta tecnología y se inicia en el mercado de la distribución, en el año 2.007 se enfoca en la estrategia del medio ambiente y el hábitat. Actualmente tiene 350 años de historia y con cerca de 400 patentes registradas en el 2013.

En Colombia Saint-Gobain adquirió la empresa PABSA en el año de 1.963 y era una de las empresas reconocidas en el sector de abrasivos por la calidad de sus productos. Y finalmente desde el año 2.000 cambia el nombre de PABSA a SAINT-GOBAIN COLOMBIA.

En la actualidad SAINT-GOBAIN COLOMBIA está integrada por las marcas Vidrio andino (vidrio flotado), Norton y carborundum (Abrasivos), Pam (Canalización) FiberGlass- Isover (Productos de aislamiento), Weber (Morteros y Plásticos de alto desempeño). Cada una de estas marcas tiene su propia planta de producción en Colombia.

Ilustración 1 Planta de Saint-Gobain Abrasivos. Mosquera - C/marca



Fuente: tomado de (Saint-Gobain, 2018)

1.3 Imagen corporativa

Ilustración 2 Logo de Saint-Gobain S.A.S



Fuente: tomado de (Saint-Gobain, 2018)

1.4 Datos generales

Razón Social: SAINT-GOBAIN COLOMBIA S.A.S ABRASIVOS

Nit: 830.041.598-9

Cámara de Comercio: Facatativá.

Numero de Matricula: 0000094166

Tipo de Organización: Sociedad Anónima Simplificada.

Número de Empleados: 120.

Teléfono de contacto: 8933993

Sitio Web: Saint-Gobain.com.co

Dirección: Kilómetro 20 Vía Occidente Mosquera - Madrid

Nombre jefe inmediato: Farley Galeano

Cargo: Analista de Cartera

Correo electrónico: Farley.Galeano@saint-gobain.com

Teléfono directo: 321 230 15 06

1.5 Dirección estratégica

Misión:

“Somos una compañía líder en la fabricación y comercialización de soluciones abrasivas con sus complementos, que apoya el desarrollo y evolución continua de nuestros mercados, entendiendo así las expectativas de nuestros clientes a través de la innovación de nuestros procesos, productos y experiencias, cumpliendo con nuestra

política integrada de gestión en Calidad, Salud, Seguridad, Medio Ambiente y los principios de conducta y actuación del grupo Saint-Gobain.” (Saint-Gobain, 2018).

“La misión debe responder a la pregunta ¿cuál es la esencia de nuestro negocio y cual queremos que sea? Las declaraciones de misión suelen incorporar la gestión de los grupos de interés primarios para la empresa (clientes, empleados, proveedores, accionistas) y tienen mayor relevancia cuando incorporan las prioridades estratégicas” (Navas, J.E; Guerras, L.A 2015).

Observando la declaración de la misión de Navas, la empresa dentro de su misión abarca gran parte de la unidad de negocio como lo son los productos abrasivos que es su enfoque principal, dándole prioridad a los productos que ofrece la compañía, si bien son importantes porque generan utilidades y rentabilidades en un futuro, considero que a la misión es importante agregarle el factor humano que son los colaboradores en su desarrollo personal y profesional continuando con lo que menciona navas aclara:

“Maximizar el beneficio es una misión tan genérica que no permite diferenciar a las empresas; todas buscan maximizar beneficios, por lo tanto, sería una misión inútil” (Navas, J.E; Guerras, L.A 2015).

Por tal motivo la compañía hace un gran esfuerzo para lograr que las personas encuentren su propósito y crezcan en diferentes puestos de trabajo, dentro de la empresa existe un enfoque llamado movilidad laboral. Que permite a los empleados poder conocer los diferentes puestos de trabajo postulándose a las vacantes que existen internamente en el grupo, dándoles la posibilidad de crecer y que los empleados puedan explotar al máximo sus habilidades.

Visión:

“Para el 2020 Saint-Gobain Colombia como empresa de clase mundial, consolidará su liderazgo en el mercado de soluciones abrasivas en Colombia y Centroamérica, a través de la excelencia en la calidad y competitividad de sus productos y servicios, con un equipo humano calificado, que acompañará la transformación dinámica de sus clientes conforme las exigencias del mercado.” (Saint-Gobain, 2018).

“Una buena visión es aquella que da sentido a los cambios, evoca una imagen mental clara y positiva del futuro, crea orgullo y energía, es memorable, motivante, idealista y encaja con la historia y cultura de la organización” (Boyett, J; Boyett; 2003)

Como lo menciona Boyett la empresa continua con ese proceso de fortalecer el liderazgo en el mercado de los productos abrasivos y su visión está bien enfocada con una visión positiva del futuro y formulada hacia ese propósito, sin embargo, ahora la empresa quiere trabajar en su nueva línea de producto como lo son los adhesivos, Tekbond es su marca referente para poder abrir más ese mercado en Colombia, y desde ya se debe tener una visión más amplia considerando que ahora hay un nuevo mercado por explorar, considero además que deben darle prioridad al uso de materiales más responsables con el medio ambiente ya que en un futuro no será un valor agregado sino una necesidad.

Valores.

“El Grupo Saint-Gobain considera que los valores fundamentales que vinculan a sus directivos y colaboradores son: Compromiso profesional, Respeto de las personas,

Integridad, Lealtad y Solidaridad estos principios de conducta aplican a cada uno de nosotros.” (Saint-Gobain, 2018).

“Los valores corporativos hacen parte de la cultura organizacional, conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos o pensamientos que la empresa asume como normas o principios de conducta, son propias de cada compañía dadas sus características competitivas, las condiciones del entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.” (Chiavenato, 1995)

La empresa desde su proceso de selección recluta a personas que tengan en sus rasgos de personalidad estos valores, ya que son por los cuales el grupo se identifica a nivel mundial, estos cinco pilares permiten que Saint-Gobain sea una empresa que cree en las personas además de darles la posibilidad de crecer profesionalmente, también la organización realiza capacitaciones constantemente a sus trabajadores sobre estos valores ya que se debe tener claro cuál es la identidad de la organización y asimismo se debe reflejar a nivel externo.

Compromiso profesional

“se caracteriza por la puesta en práctica permanente de las competencias y experiencia adquiridas, haciendo necesaria su actualización.” (Saint-Gobain, 2018).

Los colaboradores siempre deben tener la disposición de dar lo mejor de las habilidades que poseen, ya que permite que las personas que están alrededor aprendan y compartan todos los conocimientos y experiencias que los empleados tienen por ofrecer. Asimismo, los colaboradores siempre están en constante actualización para estar en vanguardia con las normas y habilidades que el mercado laboral actual está ofreciendo.

Respeto a las personas

“es una condición indispensable para el desarrollo individual y profesional de todos. Se aplica a escala mundial dentro del Grupo e implica respetar las diferencias y las culturas de los demás, así como mantener una actitud abierta hacia cualquier origen.”

El respeto es fundamental en la organización, se considera que la organización tiene personas integra que además del conocimiento y de las habilidades que poseen también son personas humanas, que trabajan bajo el respeto y compañerismo. En la organización se refleja bastante el respeto que hay sobre TODAS las personas que trabajan directamente, así como los terceros que llegan a visitar la empresa.

Integridad.

“No admite ningún compromiso entre los intereses personales y los intereses derivados de la actividad profesional, tanto en el seno del Grupo como cuando se trabaja con colaboradores externos, y ello con total independencia de las prácticas locales.”

No debe primar el interés particular sobre el común, ya que la empresa considera que cada empleado debe ser una persona colaborativa, creativa e innovadora, por tal motivo la compañía tiene como política rotar a los empleados de puesto siempre con los lineamientos de su profesión, con el fin de que el puesto de trabajo no sea viciado. Además, esta estrategia permite que las personas que lleguen a su nuevo puesto de trabajo le puedan aportar a la organización nuevos conocimientos y habilidades. Un ejemplo que logre experimentar es que el gerente financiero de Saint-Gobain abrasivos

Colombia lo rotaron con el gerente financiero de FiberGlass- Isover (Productos de aislamiento). Si bien es el mismo grupo son diferentes compañías.

Lealtad

“es una exigencia de honestidad y rectitud en las relaciones con los superiores, colegas, colaboradores y contactos externos al Grupo.

Saint-Gobain, tiene diversos beneficios para los colaboradores y se esfuerza por cumplirlos en tiempo y en recursos, por tal motivo la empresa espera lo mismo para ella y es trabajar con rectitud cumpliendo con los compromisos que se establecieron desde la firma del contrato.

Solidaridad

“se basa en el espíritu de responsabilidad de cada cual en su entorno profesional para eliminar actitudes individualistas y favorecer el valor del trabajo en equipo y de las aportaciones mutuas”

Siempre el compañerismo es fundamental en la organización se considera que todos somos aprendices, ya que cada lugar de trabajo ofrece un reto diferente, por eso siempre se recalca el compañerismo como un enfoque esencial en la organización.

Portafolio de productos y servicios de la organización.

Saint-Gobain abrasivos S.A.S tiene una gran variedad de productos abrasivos y adhesivos que lo han caracterizado por varios años a nivel mundial, dentro de sus productos encontramos dos líneas de mercado los abrasivos y adhesivos.

Línea de productos Abrasivos: Son indicados para aplicaciones profesionales e industriales en operaciones como: corte, desgaste, pulido y terminado.

Discos: Discos de corte para diversos usos con mayor rendimiento, precisión y calidad en la aplicación.



Ilustración 4: Disco Diamantado

Ruedas y copas: Son herramientas constituidas por granos abrasivos unidos por un aglutinante con forma y dimensiones definidas, son utilizadas en operaciones de desbaste, rectificando, afilado y pulido.



Ilustración 3: Disco Abrasivo

Discos Diamantados: Mejoran el corte en la industria de la construcción con una gama de productos adaptada para utilizarlos en hormigón, azulejos, ladrillos y asfalto.



Ilustración 5: Copas y ruedas.

Lijas: Permiten dejar limpias las áreas porosas y pueden ser utilizadas para el campo de la construcción, automotriz y carpintería, los principales beneficios son que tienen mayor rendimiento, óptimo acabado y excelente flexibilidad.



Ilustración 6: Hojas de lija y Bandas.

Accesorios no abrasivos: complementos que ayudan a utilizar de una forma mas optima los productos abrasivos.



Ilustración 7: Accesorios y complementos.

Línea de productos adhesivos Tekbond: Son indicados para aplicaciones profesionales e industriales en operaciones como: corte, desgaste, pulido y terminado.

Adhesivo: Son indicados para cada necesidad de pegado, como lo es pegado de vidrio, sustitución de clavos y tornillos, montaje de espejos, instalación de tarjas, pegado de calzado, tapicería, papel, PVC, pegado de canaletas, ensamble de maderas, adhesivos en aerosol y triplay.



Ilustración 8: Adhesivo Instantáneo.



Ilustración 9: Traba Roscas.

Silicona: Pueden ser aplicadas para la mayoría de los sustratos porosos y no porosos. Son de excelente resistencia a variaciones climáticas como lluvia, Y rayos UV. Además, se pueden ser aplicados en metales corrosibles, como en el mercado automotriz.



Ilustración 10: Silicona.



Selladores: Curan la humedad del aire en temperatura ambiente, formando un elastómero con excelentes propiedades físicas y químicas, son muy utilizados en la construcción civil, en juntas de dilatación, pisos internos, canaletas, vidrios, fregaderos y juntas sanitarias.

Ilustración 11: Sellador de espejo.

Colas: Tienen la capacidad de secado rápido y buena adherencia, son ideales para pegados y reparaciones en muebles, encastres, tacos, armado de conjuntos de madera y aplicaciones de laminado en frío, siempre con excelente adhesión a materiales porosos, tales como concreto, tejido, cuero, textiles, madera, y cartón



Ilustración 12: Cola vinílica PVA.

Aerosoles: Tiene varios tipos de aplicaciones como desengrasar, lubricar, disminuir la fricción, recuperar la conductividad, lubricar para repeler la humedad y eliminar la carbonización, se pueden aplicar a nivel industrial, y también en consumo masivo.



Ilustración 13: Aerosoles.

1.5 Proceso de mercadeo

La compañía ofrece sus productos mediante 32 representantes de ventas que van a las compañías puerta a puerta a ofrecer el portafolio de los diferentes productos que la empresa maneja y que están dentro de su unidad de negocio, como lo son ferreterías, empresas de construcción o compañías automotrices. Estos vendedores están distribuidos por todo el país y tienen su respectivo gerente que los coordina. Entre ellos encontramos cuatro gerentes a nivel Colombia distribuidos por regiones, Norte, Occidente, Central y Antioquia.

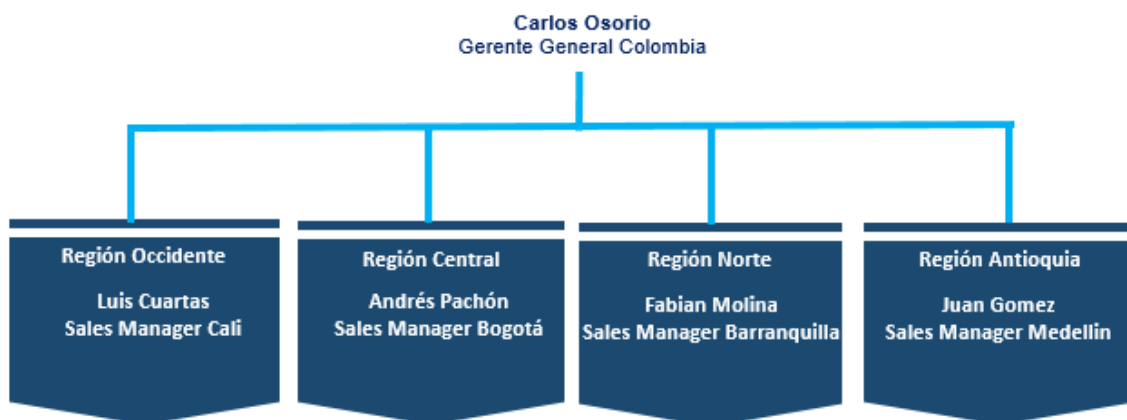


Ilustración 14: Gerentes de venta

Sus principales clientes la mayoría son ferreterías y pagan a crédito ya sean a 30 días o 90 días dependiendo de la condición del crédito que se le haya otorgado al cliente.

Adicionalmente la compañía Saint gobain Colombia, tiene las siguientes estrategias en el área de mercadeo:

- Soporte a la venta.
- Estrategia de negocio.
- Estrategia de marca
- Separación de marcas.

1.6 Características del cargo de practicante

Practicante universitario de cartera, en el área Financiera, el horario de trabajo es de lunes a viernes de 7 am a 4:30 pm y un sábado por mes ideal en los cierres de 9:00 am a 4:30 pm. Ahora desde el home office se trabaja de 7:30 am a 5:30 pm con su respectiva hora de almuerzo.

El practicante de cartera tiene como misión apoyar la gestión diaria de cartera y el área de finanzas de la compañía mediante procesos dinámicos y estrategias que permitan el desarrollo de actividades más ágiles.

1.7 Cargo, funciones y responsabilidades.

Dentro del rol de practicante de cartera hay diversas responsabilidades que se asumen desde que se inicia el proceso de la práctica, apoyando la gestión diaria operativa de cartera de la compañía, mediante herramientas básicas como lo es el Excel para cruzar los diferentes pagos que ingresan en el banco con la cartera de los clientes, es una tarea crucial en cartera ya que se involucran diferentes responsabilidades, como la cartera actualizada, la gestión de cobro y las comisiones de los vendedores. Además, se debe, apoyar en la elaboración de certificaciones comerciales, cartas de primer aviso, cartas de cobro pre-jurídico, cartas de baja de cartera y demás correspondencia que sea necesaria en el área, Adicionalmente el practicante de cartera tiene la capacidad de liberar clientes si presentan una cartera optima, así como el bloqueo de los mismos si presentan una cartera vencida.

Otra tarea fundamental es la gestión de notas crédito que se van registrando a una

plataforma llamada SION. Allí reposan todas las notas crédito pendientes por gestionar a nivel compañía. Y claramente las que el departamento de cartera debe gestionar por diferentes motivos ya sea por error del cliente, error de precios, logística perdida en tránsito, etc. siendo importante para el proceso de facturación y re-facturación para los clientes que en su mayoría son del canal tradicional. (empresas).

The screenshot displays the SION system's 'Notas Crédito' interface. At the top, there is a navigation bar with the SION logo and the text 'Sistema de Información Operativa de Negocio'. The user is logged in as 'Daniel Vela, Analista Cartera'. The main menu includes 'Home', 'Administración', 'Financiera', 'Mercadeo', 'Recursos Humanos', 'Reportes', and 'Cerrar sesión'. The central panel is titled 'Notas Crédito' and contains a search section with the following fields and controls:

- Fecha Inicial:** A date selection field.
- Fecha Final:** A date selection field.
- Número de Nota:** A text input field.
- Cliente:** A dropdown menu labeled 'Código /Nombre del cliente'.
- Factura Afectada:** A dropdown menu labeled 'Código SAP de la factura'.
- Estado de la Solicitud:** A dropdown menu labeled 'Seleccione etapa de la nota'.
- Motivo de la Solicitud:** A dropdown menu labeled 'Seleccione el motivo de la nota'.

At the bottom of the search panel, there are buttons for 'Limpiar Filtros' and 'Buscar'. Below the search panel, there is a row of action buttons: '+ Agregar', 'Editar', 'Enviar a siguiente etapa', 'Historial', 'Documentación Relacionada', and 'Ver Nota Generada'.

Ilustración 15: Pantallazo sistema SION.

Finalmente se realiza un apoyo en el seguimiento y evolución de recaudos, casos vencidos a +90 días, teniendo una constante comunicación con la fuerza de ventas a nivel nacional, realizando conciliaciones con los vendedores de sus diferentes clientes, acuerdos de pagos, verificación de soportes, solución de casos críticos, estudio de crédito, y apoyo en la creación de clientes.

Así mismo, como tarea diaria y fundamental para la facturación de la compañía se realiza la liberación de pedidos y grabación de promociones por parte de mercadeo.

Todo es desarrollado bajo el sistema SAP.

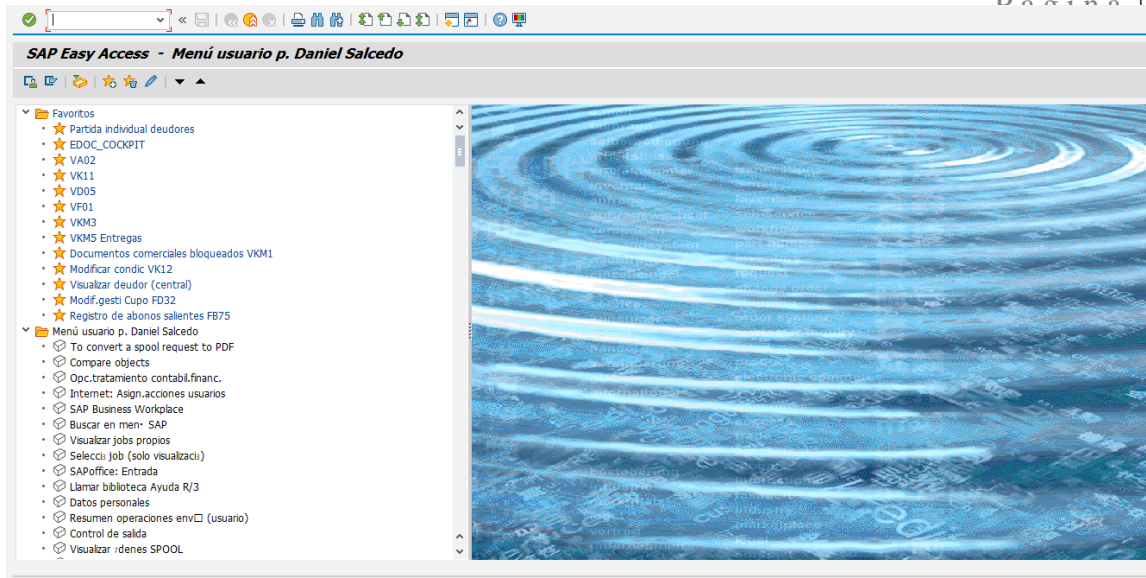


Ilustración 16: Pantallazo sistema SAP.

1.8 Área, equipo que la conforma y responsabilidades.

Área financiera.

Es un área vital para la organización debido a tres aspectos importantes como lo son adquirir, financiar y administrar los activos en la toma de decisiones de la empresa como lo son las decisiones de inversión, financiamiento y la distribución de utilidades.

Esta área está conformada por:

Gerente financiero (Alberto Barbosa).

Coordinadores: financiero (Angelica Castro) y de soluciones digitales (Michael Espinosa).

Analistas: Costos (Paola colmenares), Cartera (Farley Galeano), Angela Méndez (Compras) y Daniel Gonzalez (Soluciones digitales)

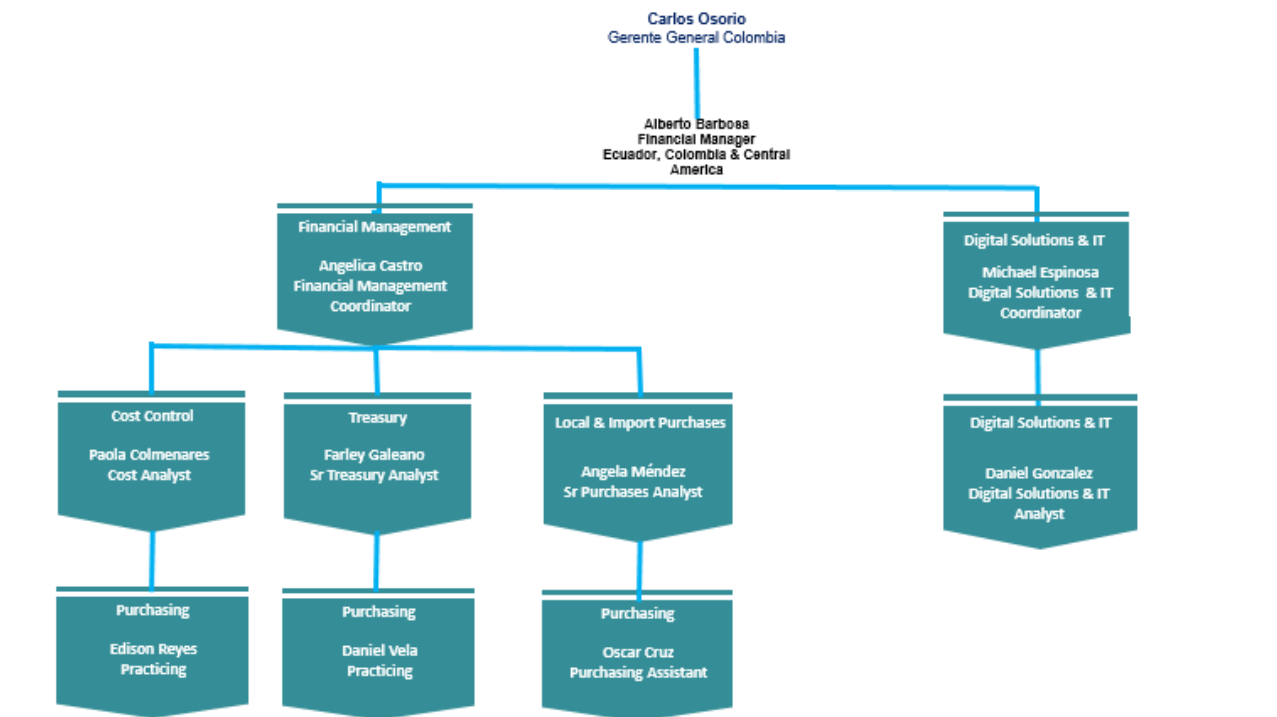
Asistente: Oscar Cruz (Compras)

Practicantes: Edison Reyes (Costos) y Daniel Vela (Cartera).

1.9 Organigrama de la compañía y cargo del practicante

Fuente: tomado de (Saint-Gobain, 2020)

Ilustración 17: Organigrama Departamento. Financiero



Capítulo 2: Proceso de ubicación laboral

2.1 Hoja de vida y experiencia de contacto con empresas

La hoja de vida del estudiante cuenta con un formato sencillo y bien estructurado, cuenta con los datos básicos sin colocar la foto y el número de documento por seguridad, dentro del perfil del aspirante se agregó las habilidades y competencias que tiene la persona y que ha venido adquiriendo durante su desarrollo profesional, además se agrega la experiencia laboral y los estudios realizados acordes al proceso de formación en este

caso administración de empresas. Inicialmente el proceso fue individual el estudiante busco diferentes empresas para la realización de la práctica profesional con el objetivo de fortalecer su experiencia laboral.

Ya aprobado el mínimo de créditos para lograr inscribir la opción de grado a mediados del año 2019. Inicio su proceso enviando hojas de vida por todos los portales digitales de las empresas y las agencias de empleo. entre las empresas que se destacan y que se inició un proceso de entrevista fue la firma PWC, en la que el proceso fue una sola entrevista grupal con estudiantes de diferentes universidades, como lo es la universidad nacional, la sabana, los andes y el rosario y con los gerentes de cada departamento, se inició con una presentación individual y después cada gerente preguntaba al azar a los estudiantes casos prácticos de donde se evidenciaba diversos problemas administrativos y el estudiante tenía que resolverlo, dentro de los requerimientos que más destacaban y solicitaban era tener un alto nivel de inglés. Competencia que le faltaba al estudiante. Sin embargo, al finalizar el proceso de la entrevista grupal, solo llamaban a los estudiantes que pasan a un segundo filtro. El estudiante en mención lo llamaron y le asignaron una entrevista con el jefe inmediato. Cita que no fue el estudiante ya que carecía del nivel de inglés ya que su objetivo era quedarse en la compañía y sabía que sin esta habilidad no lo podría hacer.

Después el estudiante se contactó con la Docente Pilar González, y le menciono que estaba interesado en la búsqueda de una empresa para iniciar su práctica profesional. Ella muy amablemente recibió su hoja de vida y empezó a enviarlas a las empresas que

necesitaban practicante, dentro de las empresas que al estudiante lo contactaron para iniciar un proceso de entrevista fueron.

Credivalores: Se realizó una sola entrevista con el jefe inmediato en la cafetería de la compañía, y luego una prueba de Excel. Proceso que le fue bien al estudiante y ese mismo día le ofrecieron la vacante. Pero fue rechazada por el estudiante por las condiciones en la que se manejó el proceso de selección. Y no estaba bajo las expectativas del estudiante.

Smith & Nephew: Se realizó una sola entrevista con el jefe inmediato y con la psicóloga de la compañía, le realizaron preguntas generales y específicas sobre el programa de administración, sin embargo, el estudiante no lo llamaron para continuar con el proceso de selección.

Thomas Greg & Sons de Colombia: Se manejaron tres filtros, primero se inició con una prueba psicológica y una prueba de Excel. Prueba que le fue muy bien al estudiante, segundo una entrevista con la psicóloga de la compañía donde le realizo preguntas sobre la vida cotidiana, su familia y entorno y el tercer filtro fue con el jefe inmediato del departamento de gestión documental. El estudiante se sintió tranquilo y a gusto con esa última entrevista sin embargo después de una semana llamaron al estudiante a decirle que no fue seleccionado. Sin embargo, lo direccionarían con otro jefe inmediato y el estudiante acepto. Pero se estaba iniciando al mismo tiempo un proceso de selección con otra compañía.

Saint-Gobain S.A.S: Inicio su proceso gracias a un estudiante de la misma universidad que estaba realizando su proceso de prácticas en ese lugar. (Andres Gaitán)

Él se contactó con la docente Pilar González y ella le menciono que se contactara con el estudiante que estaba en proceso de búsqueda de empresa. Al contactarlo se le asignó una entrevista inicial con la coordinadora de recursos humanos, se inició con una entrevista grata, sencilla y amena para el estudiante después de realizarle una serie de preguntas personales, familiares y de su entorno. Se pasó a un segundo filtro y fue con el director financiero, quien también le realizo una serie de preguntas al estudiante sobre el proceso que se desarrollaría si él era seleccionado. Al finalizar le mencionaron que lo llamarían si era seleccionado, llamada que recibió en las horas de la tarde y se iniciaría con el proceso de seguridad, donde se incluye verificación de la documentación y visita domiciliaria. Por último, el examen médico. Procesos que fueron favorables para el estudiante y finalmente inicio su proceso de practica con esta empresa. El 10 de febrero del 2020.

Dentro de las fortalezas que presento el estudiante fueron actitud hacia el trabajo en equipo, conocimientos en el manejo de Excel, Compromiso, Seguimiento de instrucciones y la experiencia laboral. Fortalezas que le permitieron tener un grado de confianza para poder sobrellevar los distintos filtros de las diferentes compañías.

Sus debilidades u oportunidades de mejora fueron la innovación, la creatividad, la flexibilidad y ser más carismático cuando está en la entrevista, en especial las grupales.

Al iniciar en su nuevo lugar de trabajo, todo fue muy agradable ya que el primer día el estudiante estuvo en el departamento de recursos humanos formalizando todos los documentos necesarios para iniciar como un empleado más como son la firma del

contrato, seguros, lineamientos, carnet, y políticas de seguridad de la compañía. Y al finalizar este proceso presentaron al estudiante con todos los colaboradores a nivel general por toda la compañía. Por último lo asignaron al departamento donde estaría desarrollando su práctica, allí conoció su jefe inmediato Farley Galeano, quien realizó todo el proceso de inducción del cargo. En ese proceso duró una semana para después iniciar ya con la práctica.

Uno de los tres asuntos más importantes a considerar para buscar trabajo efectivamente es considerar que nosotros somos un producto y que va a estar listo para que alguien lo pueda obtener. Para ello lo primero hay que realizar es agregar competencias y habilidades a ese producto que somos nosotros, segundo se realiza una Pre-venta y es el desarrollo de nuestra hoja de vida, debe ser clara y muy bien estructurada sin tanta información que no es necesaria para el cargo al que se aspira, asimismo se realiza un mercadeo del producto que en nuestro caso será enviando las hojas de vida a todas las empresas que deseamos trabajar y a las que podemos adquirir una buena experiencia laboral y tercero realizar la venta de nuestro producto y es en la entrevista y es el saber vendernos es dar a conocer a diferentes personas nuestras habilidades y competencias que tenemos para ofrecer para así lograr una contratación efectiva. Mirándolo desde otra perspectiva nos puede ir mucho mejor en este proceso.

Capítulo 3: Conocimientos y competencias de trabajo

Para un desarrollo eficiente en el lugar de trabajo el practicante debe desarrollar las siguientes competencias y habilidades.

- Capacidad para organizar y planificar el tiempo: En el área de cartera donde el estudiante se encuentra debe tener la capacidad de organizar su tiempo ya que es indispensable tener una planeación constante de lo que se realiza en el día porque se debe gestionar los clientes pendientes de cobro así mismo el cruce cartera de cómo y en qué momento se le aplica el pago a un cliente capacidad que la ha estado desarrollando el estudiante desde la materia investigación de operaciones.
- Capacidad para actuar en nuevas situaciones: Es importante lograr desenvolverse en nuevas situaciones ya que asimismo al estudiante le pueden asignar tareas menos operativas y más lógicas o de mayor responsabilidad en lo largo de su proceso productivo capacidad que ha venido desarrollando gracias a los ejercicios propuestos en las clases de habilidades gerenciales.
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas: La cartera de los clientes suele ser en algunos clientes crítica, sin soluciones claras donde el estudiante debe tener la capacidad de identificar donde están esos problemas y dar una solución. Ya que su objetivo es gestionar y ser un apoyo a su jefe inmediato tema desarrollado desde la materia investigación de operaciones.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización: Para el estudiante en el desarrollo de las Notas crédito debe conocer muy bien el personal que acarrea cada función, ya que, en el desarrollo de esta tarea, involucra las áreas de ventas, solución al cliente y producción tema desarrollado desde la materia de proceso administrativo.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización: El estudiante debe asumir un rol de liderazgo en todas las funciones que desempeña siendo

un apoyo incondicional a su jefe inmediato evitando en lo más mínimo los errores. Y se consiente de que se pueden lograr grandes cosas haciendo bien las cosas pequeñas.

- Mejorar e innovar los procesos administrativos: Siempre se debe tener la idea de que todo se puede innovar y mejorar no hay procesos que no se pueden corregir para ello el estudiante debe tener la capacidad de corregir los procesos administrativos que sean más eficientes en la optimización del tiempo.

Todas estas competencias son importantes para el desarrollo de la práctica del estudiante, resaltando como importante la capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Muchos de los reprocesos que se identifican es que el estudiante tenga que esperar todo el tiempo a su jefe inmediato para realizar una tarea en específica.

Se considera que el estudiante debe plantear soluciones y así tener la confianza para lograr más adelante en el desarrollo de su práctica la toma de decisiones, competencia que el estudiante ha tenido la posibilidad de desarrollar en sus experiencias laborales anteriores.

Otra competencia que se considera importante en la compañía es la de innovar los procesos administrativos, evitando el reproceso en muchas tareas del área. Permitiendo mejorar y dar solución a los diferentes clientes que tiene la compañía. Ya que todos los estudiantes son importantes, el estudiante está en una constante actualización de cada uno de los procesos para así dar soluciones de mejora en cada una de las tareas asignadas.

Capítulo 4: Análisis del entorno empresarial

Basado en la teoría que nos relaciona Richard H. Hall, donde nos menciona que como el ambiente es vasto y complejo, incluye “todo lo que lo rodea” la organización, puede analizarse en dos segmentos: el ambiente general y el ambiente de tarea.

“**Ambiente de tarea:** es el ambiente más próximo e inmediato de cada organización, es el segmento del ambiente general del cual una determinada organización extrae sus insumos y en el deposita sus productos,” (Richard H. Hall; 1996)

Este está constituido por:

A- **Los clientes** según (Richard H. Hall; 1996) son los consumidores de los productos de la organización y de Saint-Gobain, son principalmente ferreterías donde se pueden ofrecer todos los productos de abrasivos y adhesivos que la compañía fabrica. Asimismo, también son todas aquellas empresas que fabrican herramientas o elementos que necesiten de los productos de Saint-Gobain para su elaboración. Por ejemplo, comercializadoras, metalmecánicas y metalúrgicas. Sus clientes más importantes son: Sodimac, Sumatec, Distrab y Pulicor etc. También hay clientes del sector automotriz, ya sea, para el desarrollo de repuestos o arreglos a los vehículos.

B- **Los proveedores** según (Richard H. Hall; 1996), “son de todo tipo de recursos que una organización necesita para trabajar, tales como recursos materiales, financieros y humanos” dentro de la compañía Saint-Gobain se basan en la necesidad que tiene la empresa en diferentes sectores, un ejemplo es la empresa en el servicio de restaurante o casino la empresa Sapore que ofrece el servicio de desayuno y almuerzo a los empleados. También los proveedores de la empresa son todas las empresas que ofrecen el servicio de

papelería o elementos de oficina. Asimismo, las empresas que proveen los servicios de agua, luz, gas, internet y telefonía.

Un proveedor importante para la compañía es el sistema SAP. Ya que en este sistema operativo están todos los procesos de la compañía, como el proceso de facturación, creación de clientes, elaboración de notas créditos, gestión de pagos, manejo de costos y control de nómina etc.

Otros proveedores es la logística Al DIA. S.A.S, Ya que se encargan de toda la logística en el envío de la mercancía a todos los lugares de Colombia. También están todas aquellas empresas que la compañía necesita para el desarrollo de la producción, hay una empresa que provee la hoja de lija que permite el desarrollo de la mayoría de los productos abrasivos. Y así una gran variedad de proveedores específicos para cada una de las necesidades de la organización que lo maneja el departamento de compras.

C- **La competencia** (Richard H. Hall; 1996), “cada organización no está sola ni existe en el vacío, sino que disputa con otras organizaciones los mismos recursos y los mismos clientes” en Saint-Gobain abrasivos Colombia, son todas aquellas empresas que desarrollan productos abrasivos como lo son lijas, mantas de lija, discos de corte etc. Entre ellas encontramos Klingspor, Durespo, abracol, mundial de abrasivos y abratec. Asimismo, están las compañías que realizan productos adhesivos si bien hasta ahora en el año 2019 Saint-Gobain empezó con la línea Tekbond. Incluimos a las empresas Preflex, Pegadit, Cintandina Colombia y 3M. Compañías que tienen un mercado más alto ya que hasta ahora la línea Tekbond está iniciando en Colombia.

D- **Los entes de control** (Richard H. Hall; 1996), “cada organización está sujeta a una porción de otras organizaciones que buscan regular o fiscalizar sus actividades” dentro de la compañía podemos encontrar varios empezando por la Dian, quien supervisa que la legislación tributaria se cumpla, y la norma de factura electrónica se desarrolle asimismo con las normas internacionales de contabilidad. También está la superintendencia de sociedades quién vigila que todos los procesos se cumplan a cabalidad evitando procesos que no sean transparentes para la comunidad. También como ente de control encontramos el ministerio de trabajo permitiendo que cumplan con todos los requerimientos de contratación y bienestar del trabajador.

Otro ente de control es la cámara de comercio para el registro de las actividades que la compañía realiza. Adicionalmente tenemos las certificaciones de calidad Icontec que permiten que los procesos sean más estandarizados como lo son las ISO-9000 y 14000, normas que ayudan a que todos los colaboradores hablen el mismo idioma y se cumplan los procesos con los altos estándares.

Por último, encontramos los bomberos y la policía en la supervisión de todos los protocolos de seguridad. Como extintores, tuberías y rutas de evacuación.

Ahora revisamos el segundo ambiente que es el:

“**Ambiente de general:** es el microambiente o ambiente genérico, común a todas las organizaciones, lo que ocurre en el afecta directa o indirectamente a todas las organizaciones,” (Richard H. Hall; 1996), se clasifica de la siguiente forma:

E- Dentro de sus **grupos de presión** (Richard H. Hall; 1996), “la propia cultura de un pueblo penetra en las organizaciones a través de las expectativas de sus participantes y de sus consumidores” dentro de los grupos de presión encontramos los sindicatos, en la empresa hay un sindicato que procura que se cumplan los derechos de los trabajadores si bien no se habla de ello si existe y normalmente está liderada por operarios que ya llevan en la compañía más de 20 años. otro grupo de presión son los accionistas si bien es una empresa multinacional que está presente en una gran variedad de países, los grandes accionistas esperan tener una gran rentabilidad para la compañía si no es así posiblemente ellos estarán tomando decisiones que le generan presión a la compañía.

F- Las decisiones que se tomen en el **ámbito político y económico**, (Richard H. Hall; 1996), “son las decisiones y definiciones políticas que se toman en el campo nacional, departamental o municipal y que influyen sobre las organizaciones, orientando las propias condiciones económicas” le influyen directamente a la empresa ya que están regidos bajo la reglamentación colombiana, un ejemplo es la pandemia bajo el (Decreto 1168, 2020) de la presidencia de la república- donde muchos de los colaboradores están trabajando en la casa bajo el ordenamiento del aislamiento selectivo. Que también económicamente favorece un poco económicamente a la empresa. En tanto a lo ambiental la empresa está en un bastante desarrollo tecnológico para reducir las emisiones en la fabricación de sus productos. Colocando la sostenibilidad ambiental como prioridad.

G- Por ultimo en el **ámbito tecnológico**, (Richard H. Hall; 1996), “el desarrollo tecnológico que ocurre en unas organizaciones influye en las otras” Por eso Saint-Gobain invierte todo el tiempo en el desarrollo de plataformas más ágiles y confiables para la

compañía. Un ejemplo es la plataforma SAP, CISCO Y SION esta última es un proyecto que desarrollo un ingeniero de sistemas de la compañía y que se aplica a muchos procesos administrativos.

Capítulo 5: Cultura organizacional.

En el área financiera donde encontramos los procesos de costos, compras y cartera este último donde está el estudiante, tiene una infraestructura amplia, con grandes escritorios para realizar diversas actividades administrativas, computadores de escritorio amplios, y todos los recursos necesarios para cumplir los procesos a cabalidad, como esferos, resaltadores, papel para imprimir, marcadores, cosedora y perforadora etc.

Debido a la pandemia del covid-19, la mayoría de los colaboradores están trabajando desde la casa, asimismo el estudiante le asignaron un portátil para uso laboral, con acceso a una VPN que permite conectarse vía remoto con todos los sistemas operativos de la compañía como es el SAP Y SION. También le fue asignado un teclado con su respectivo mouse para evitar que el estudiante se canse por los movimientos repetitivos con el mouse del portátil.

Continuando con la empresa física también los accesos a los baños son cercanos al área permitiendo no gastar tanto tiempo en los recorridos, también hay un área de cafetería cerca al área de cartera donde podemos encontrar el tinto, agua fría o al clima y aromática. Asimismo, hay un lugar que se llama área de la confianza y es allí donde encontramos productos para consumir en la oficina como galletas, ponqués, dulces etc.

Se llama así porque los productos están al acceso de todos y el dinero se deposita en una caja de cristal, y se confía en el empleado que deposite el dinero que vale el producto.

La cultura organizacional de la empresa está basada en la teoría que ofrece Frederick Herzberg, en la que destaca que la motivación en el trabajo está basada en dos puntos de necesidades:

“La primera se basa en los factores ambientales o higiénicos: son las condiciones de trabajo, la supervisión, las políticas de la organización, las relaciones interpersonales el estatus y el prestigio, cualquier cambio o mejora en esos factores disminuirá la insatisfacción, pero no aumentará la satisfacción” (Frederick Herzberg,1973).

Si bien en Saint-Gobain procuran siempre que se cumplan con todas las políticas en tanto a sus principios y valores, ofrecen todo lo necesario para que los colaboradores estén bien, como la alimentación, la salud ocupacional y las capacitaciones. Que es lo mínimo para que las personas no se sientan insatisfechas.

“Lo segundo son los factores motivacionales, que son el reconocimiento, el trabajo estimulante, la mayor responsabilidad, el crecimiento y desarrollo personal” (Frederick Herzberg,1973).

Necesidad que es muy bien aplicada en Saint-Gobain, siempre dan oportunidades de mejora a cada empleado y más si el empleado asume cada día más retos y nuevas responsabilidades, en Saint-Gobain hay una estrategia que se llama MOVILIDAD LABORAL, esta permite que un empleado pueda trabajar en todas las empresas del grupo Saint-Gobain ya sea en Colombia o en otros países y en diferentes cargos dándole

nuevas responsabilidades a los empleados del grupo. Asumiendo nuevos retos y aportando más conocimiento y experiencia.

También la cultura organizacional de Saint-Gobain se basa en la teoría de McGregor, en los supuestos de la teoría Y, donde “las personas se esfuerzan y les gusta tener algo que hacer, también las personas buscan y aceptan nuevas responsabilidades y desafíos, asimismo se pueden auto motivarse y ser creativas y competentes” (Douglas M. McGregor, 1971) Rasgos que están en la visión de Saint-Gobain.

Fue impactante poder evidenciar que muchos de los colaboradores de Saint-Gobain, son personas jóvenes y con una gran energía siempre dispuestas a dar lo mejor de ellos para la compañía, hay un excelente clima organizacional donde prima el respeto, la solidaridad y la integridad, siempre están dispuestos para ayudar, casi no se encuentra rasgos como la envidia, o él no le puedo hablar a esa persona porque se pone bravo, fácilmente el practicante se puede comunicar con cualquier empleado sin importar el nivel jerárquico y solicitar un consejo o una ayuda.

Se considera innovador el hecho de que se pueda trabajar en cualquier compañía del grupo Saint-Gobain, la llamada movilidad laboral, es diferente a las anteriores empresas nunca bajo la experiencia del estudiante se había evidenciado algo así, donde se puede trabajar ya sea por las marcas Vidrio andino (vidrio flotado), Norton y carborundum (Abrasivos), Pam (Canalización) FiberGlass- Isover (Productos de aislamiento), Weber (Morteros y Plásticos de alto desempeño). Cada una de estas marcas tiene su propia planta de producción en Colombia. Y se puede trabajar en cualquier cargo

si se cumple el perfil, aclaro que todos los empleados de la compañía han estado en diferentes áreas de la empresa y en diferentes marcas.

Es típico de la empresa Saint-Gobain resaltar el trabajo de todos los colaboradores, hay una reunión mensual donde se proyecta todos los indicadores en especial el financiero y de mercadeo, se refleja en cifras como están a nivel compañía a TODOS los empleados. En este momento que se trabaja en la casa se realizó una reunión virtual con todos los empleados y allí se reflejó los indicadores que la pandemia ha dejado por su paso.

También lo que el estudiante ha evidenciado y que aún falta trabajo para poder ser más organizados es el departamento de Recursos Humanos, No hay una información clara sobre muchos aspectos que se realizan, por ejemplo, mucha información llega por correo electrónico, pero solo va dirigida para algunas personas, pero se comenten errores como enviar ese correo a todas las personas.

Los procesos de inducción son lentos, entendiéndolo por lentos en la fecha de asignación, y no al momento de la inducción un ejemplo un empleado ingresa en octubre 2020 y fácilmente su proceso de inducción puede iniciar el próximo año en marzo o abril del año 2021. adicionalmente todos los empleados no tienen carnet para ingresar a la compañía considero que, si bien han venido mejorando, falta mejorar procesos esenciales.

Finalmente, muchos de los colaboradores les ha gustado trabajar en la compañía, consideran que es un buen lugar para crecer profesionalmente y más si el empleo se capacita y está en una constante actualización. Hay empleados con más de 20 años en la

compañía y aun desean continuar en la empresa. ya que la empresa cree en ellos y cada vez les ofrece nuevos retos y logros por cumplir.

Los planes de bienestar son muchos para los empleados no sin antes plantear el concepto de motivación que nos relaciona Kart Lewin,

“El comportamiento humano no depende solo del pasado, o del futuro, sino del campo dinámico actual y presente. Ese campo dinámico es “espacio de vida que contiene a la persona y su ambiente psicológico” (Kurt Lewin, 1935)

Basados en lo que menciona Kurt Lewin, el ambiente psicológico es percibido y relacionado con las actuales necesidades del individuo, por tal motivo Saint-Gobain segmenta cuales serían esas necesidades esenciales en los empleados y las maneja bajo diferentes planes de bienestar entre los que se destacan:

Detalles a los empleados que cumplen años, celebración del día del padre y de la madre, celebración del día del hombre y mujer, celebración de amor y amistad, Halloween, y navidad como la fiesta de final de año.

Otros subsidios son el manejo de rutas para el acceso a la compañía, que permiten darle un transporte más cómodo y más rápido a los empleados, también la empresa no cuenta con un convenio con una entidad bancaria para consignar la nómina, entonces la empresa subsidia la cuota de manejo de la tarjeta débito, por \$ 11.314 COP, también hay un subsidio de gafas o lentes de contacto para todos los colaboradores, auxilio de estudio para los empleados bajo promedio, como para los hijos de los colaboradores.

Otro subsidio es para los vendedores que dependiendo el lugar en el que están asignados se les da un vehículo corporativo para que se movilice con tranquilidad

bajo los parámetros de la empresa. y por ultimo a todos los empleados que cumplan con ciertos indicadores de gestión se les da un bono a final del año dependiendo del porcentaje de cumplimiento de esos indicadores lo máximo que pueden recibir es el doble del salario que tienen actualmente.

MATRIZ DOFA

Matriz MEFE

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR EXTERNO SAINT GOBAIN S.A.S			
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
OPORTUNIDADES			
Generar nuevos canales de comunicación compras por internet	10%	4	0,40
Explotar más el uso de las redes sociales fortaleciendo las ya existentes (Facebook, Instagram y LinkedIn) y participar en nuevas redes sociales (Tik Tok)	8%	4	0,32
Patrocinar eventos ferreteros, equipos de futbol y automovilísticos	9%	3	0,27
Automatización de los pagos de los clientes por factoring	13%	4	0,52
Crear o arrendar una planta en el caribe para los clientes de Centro America	8%	3	0,24
Extender el mercado a nuevas zonas del pais	11%	3	0,33
AMENAZAS			
Nuevas políticas gubernamentales mas impuestos y formas de contratacion diferentes	10%	1	0,10
Entrada de nuevos competidores en el sector con mejor tecnología	13%	1	0,13
Desastres naturales (incendios, derrumbes o inundaciones)	7%	2	0,14
Aumento prologado de la pandemia covid-19	5%	1	0,05
Productos sustitutos que reemplacen la lija tradicional	6%	2	0,12
	100%		2,62

Ilustración 18: Matriz MEFE- Elaboración propia.

Se evidencia que las oportunidades de la empresa tienen un valor de 2,08, es superior a las amenazas (0,54) lo cual significa que el entorno externo es favorable para para la empresa Saint- gobain S.A.S, gracias a la constante innovación de sus sistemas operativos como lo son el SAP, y el CRM SALESFORCE más completo del mundo,

permitiendo generar nuevos canales de comunicación con los clientes, además de automatizar los procesos más rápido.

Matriz MEFI

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR INTERNO SAINT GOBAIN S.A.S			
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
FORTALEZAS			
Multinacional con alta experiencia en productos abrasivos a nivel mundial	1%	3	0,02
Plantas de produccion propias	10%	4	0,40
1 de cada 4 productos vendidos por Saint-Gobain no existía hace 5 años	8%	4	0,32
Seguridad informatica en los sistemas operativos como SAP a nivel mundial	6%	3	0,18
Apoyo logístico de las empresas del grupo de Saint-Gobain.	11%	4	0,44
Mínima rotación de empleados (Plan de carrera - movilidad laboral) top employer	12%	3	0,36
DEBILIDADES			
Tiempos de entrega del producto lenta	15%	1	0,15
No hay una politica de descuentos financieros definida	10%	2	0,20
Demora en la gestión de las PQRs y Notas credito	13%	2	0,26
Escasez de productos	14%	1	0,14
	100%		2,47

Ilustración 19: Matriz MEFI elaboración propia

Se evidencia que las fortalezas de la empresa tienen un valor de 1,72, es superior a las debilidades (0,75) lo cual significa que el entorno interno es favorable para la empresa Saint- gobain S.A.S, gracias a la basta experticia que tiene la empresa en el sector ferretero de casi 360 años le dan el reconocimiento de poder seguir avanzando pese a las dificultades, además de tener sus plantas de producción fijas permite la reducción de costos además, si alguna empresa del grupo tiene dificultades otras empresas las respaldan ya sea prestando activos como el dinero o comprando sus productos siempre y cuando se refleje que la empresa en un futuro corto pueda superar esas dificultades.

DOFA

<p>Entorno a nivel interno y externo de la empresa Saint-Gobain abrasivos Colombia S.A.S</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevos canales de comunicación compras por internet • Explotar más el uso de las redes sociales fortaleciendo las ya existentes (Facebook, Instagram y LinkedIn) y participar en nuevas redes sociales (Tik Tok) • Patrocinar eventos ferreteros, equipos de futbol y automovilísticos • Automatización de los pagos de los clientes por factoring o PSE. • Crear o arrendar una planta en el caribe para los clientes de Centro América. • Extender el mercado a nuevas zonas del país 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevas políticas gubernamentales más impuestos y formas de contratación diferentes. • Entrada de nuevos competidores en el sector con mejor tecnología. • Desastres naturales (incendios, derrumbes o inundaciones) • Aumento prologado de la pandemia covid-19 • Productos sustitutos que reemplacen la lija tradicional
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multinacional con alta experiencia en productos abrasivos a nivel mundial • Plantas de producción propias • 1 de cada 4 productos vendidos por Saint-Gobain no existía hace 5 años 	<p>ESTRATEGIA (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer un desarrollo de mercado introduciendo los productos existentes que tiene la compañía hacia las plataformas digitales entre ellas mercado libre y Amazon para ser aún más competitivos en el mercado aprovechando el reconocimiento que se tiene a nivel mundial. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un canal de comunicación que garantice el carácter humano y permanente en el proceso de acompañamiento a nuestros clientes por un chat de atención al cliente y una línea fija de atención.

<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad informática en los sistemas operativos como SAP a nivel mundial • Apoyo logístico de las empresas del grupo de Saint-Gobain. • Mínima rotación de empleados (Plan de carrera - movilidad laboral) top employer 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer más los nuevos clientes con la estrategia de penetración en el mercado logrando una mayor participación de clientes mediante un uso reiterativo de las redes sociales. • Continuar con la estrategia de desarrollo de producto, innovando y mejorando con los productos actuales. Manteniendo el reconocimiento que la empresa ha tenido a nivel mundial 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos que tengan un valor agregado ya sea que el producto supla una necesidad esencial para el cliente o cubrir una necesidad en el servicio. • Implementar la estrategia de que si no se fabrica el producto en el país se traiga de otra región gracias al apoyo logístico que tiene el grupo a nivel mundial
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempos de entrega del producto demorados. • No hay una política de descuentos financieros definida. • Demora en la gestión de las PQRs y Notas crédito • Escasez de productos 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un modelo seguimiento a las entregas a nivel nacional en especial en los lugares más críticos. • Automatizar el proceso de las PQRs por la plataforma SION Y SAP, que es la misma plataforma donde se gestiona las notas crédito. Ya que las PQRs se manejan vía correo electrónico. • Generar una nueva factura donde al cliente le sea claro los descuentos financieros por pronto pago a los que aplica y las fechas de vencimiento. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con marcas reconocidas en el sector ferretero donde los productos se complementen y no sean sustitutos. Ejemplo: la pulidora con el disco de Saint-Gobain. • Sustituir los productos que tengan baja rotación (Lija de agua) por los que tienen una mayor rotación en el inventario, (Lija seca)

Ilustración 20: DOFA – Elaboración propia .

Capítulo 7: Propuesta de Mejoramiento.

Descripción:

1. En el departamento de cartera hay un proceso para la creación de clientes nuevos, estos normalmente se crean con una condición de pago ya sea 15, 30 o 60 días y un descuento que el cliente aplica ya sea el 23% o 33% dependiendo de sus estados financieros, criterios que solo lo determinan el gerente financiero y el gerente de soluciones al cliente. Si bien al momento de crear el cliente nuevo los procesos están claramente definidos con un manual de procedimientos, y políticas claras como por ejemplo la documentación al día, (Certificado de existencia y representación legal, Rut actualizado, estados financieros y cedula del representante legal) además es un requisito obligatorio que cada cliente tenga facturación electrónica y que cumplan con todos los ejercicios tributarios que la Dian exige.

No están definidos los descuentos financieros por pronto pago que el cliente se realiza al momento de efectuar la transacción estos descuentos se clasifican de la siguiente forma:

- 5% - Clientes que cancelan dentro de los primeros 5 días de vencida la factura o antes.
- 4% - Clientes que cancelan dentro de los primeros 10 días de vencida la factura.
- 3%, 2%, 1% Clientes que cancelan después de los 10 días de vencida la cartera y antes de los 15 días. La diferencia de que cliente se puede tomar el 3% el 2% o el 1% varia bajo las condiciones del cupo asignado, el nivel de facturación y cancelación de las facturas que tiene el cliente.

El error que se presenta es que hay clientes que se toman el 5% después de los 10 días de vencida la factura o solamente se toman el 4% o también hay clientes que en algunas facturas se toman el 3% y en otras el 4%. Situación que se dificulta al momento de aplicar el pago ya que no hay un formato establecido o el sistema tampoco determina que clientes cancelan bajo que condición.

2. Dentro del proceso de cartera de la empresa Saint-Gobain abrasivos Colombia, los vendedores son los encargados de realizar la gestión de cobro directamente a sus clientes, reportar los pagos hechos por el cliente a cartera además de realizar el debido seguimiento de los clientes que por diferentes situaciones no han cancelado las facturas adeudadas mayor a 30 días. Sin embargo, la gran mayoría desconoce el proceso interno de cartera, generando en algunos aspectos reprocesos ya que hay información que ellos tienen a la mano como lo son estados de cuenta de los clientes, facturas y notas crédito que se encuentran reposadas en una plataforma llamada Sistema de información operativa de negocio (SION). y que solicitan en repetidas ocasiones a los funcionarios de cartera.

Adicionalmente, la aplicación de pagos funciona de la siguiente forma un ejemplo, el día 20 de octubre se recibe el pago e ingresa al banco, al finalizar el día se descargan los pagos del día 20 de octubre y se procede con la aplicación al día siguiente 21 de octubre para nuestro ejemplo. Ya cuando se aplican se envían a México para que lo ingresen al sistema. Y ya el 22 está el pago en la cartera. Proceso que desconocen los comerciales y en ocasiones se molestan porque para algunos de ellos si ingresa el pago el día de hoy ya debe estar en la cartera ese pago.

Identificación del problema:

Durante el proceso de las prácticas en la empresa Saint-Gobain S.A.S, se observaron dos puntos considerados a mejorar.

1. No hay un plan detallado de los descuentos financieros por pronto pago que se les da a los clientes al momento de cancelar las facturas.
2. Desconocimiento del proceso de cartera por parte de los gerentes regionales y los 32 vendedores que hay a nivel nacional.

Justificación.

Un problema que genera que la cartera de un cliente se desorganice es no designar bien los descuentos financieros que el cliente se está aplicando, debido a que no hay una información clara del emisor hacia el receptor. Por tal motivo es necesario que la empresa Saint gobain, mencione a sus diferentes clientes una política en la aplicación de los descuentos financieros donde prevalezca el orden y la claridad de cada pago. Esta información la dará conocer mediante un comunicado. (Anexo 1).

Este comunicado le dará entender al cliente que descuento se puede tomar al momento de cancelar sus facturas evitando que mediante un solo pago cancele facturas con descuentos del 4% y 3%. Hasta el 5%. Si no que se aplique un solo descuento en lo posible. Además, se le sugerirá al cliente cancelar las facturas en el orden de la facturación para evitar que se crucen facturas que el cliente no ha cancelado y viceversa.

También es importante que todos los vendedores conozcan esta información y sean muy claros con cada descuento que se le otorga al cliente ya que, si se organiza la información, los pagos se pueden registrar de forma clara y organizada, asimismo les

sirve bastante a los comerciales que cada pago se registre ya que no se verá afectada sus respectivas comisiones.

Como segunda fase se propone agregar dentro de la facturación del cliente donde se relaciona el valor a pagar, un detalle del valor que el cliente cancelaría aplicando a los diferentes descuentos y antes de que día. Si bien en la facturación actual si esta algunos aspectos de esta información por ahora no es clara y organizada, por eso se propone un cuadro donde la información sea clara y que el cliente se tome el descuento adecuado y pague el valor correspondiente a la factura quedando de la siguiente forma: (Se ocultan algunos datos sensibles del cliente por seguridad)

Factura actual




		COPIA		REALIZAR PAGOS A: BANCO DE BOGOTA CÓD. IBAN: CÓD. SWIFT/SORT: N° CUENTA: ██████████		Página 1 de 1	
Línea Att. Cliente :SGA COLOMBIA 57 1 893 3993				FECHA FACTURA : 30.07.2019 N° FACTURA : FVE754802 N° PEDIDO : 187264742 N° CLIENTE : 20425420 VENDEDOR : JOAN SANCHEZ ORDEN DE COMPRA : 25627 FECHA PEDIDO : 24.07.2019 MONEDA : COP N° SAP : 9165677251			
FERRETERIA ARISTI LTDA CALLE 20 # 20-00 BOGOTÁ CALI NIT: ██████████							
/ FACTURA DE VENTA /							
LÍNEA.	N° ARTICULO Y DESCRIPCIÓN PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO NETO	TOTAL			
0001	66253371107 DISCO CORTE ACERO T41 PREMIER PREMIUM 230X2.0X22.23 N° Entrega.: & Fecha Entrega: 140280570 30.07.2019 Código IVA : A7 Obsequio : No	300 PC	5.765 /1 PC	1.729.500			
				VALOR SIN IMPUESTO:		1.729.500	
				IMPUESTO DE VENTA (19,00 %):		328.605	
				TOTAL FACTURA:		2.058.105	
Código IVA :		IVA	Base Impuesto	Valor Impuesto			
A7		19.00 %	1.729.500	328.605			
Obtenga un 4% de descuento, si cancela dentro de los 10 días calendario siguientes a la fecha factura, se realiza el cálculo del 4% sobre el valor sin impuesto. COND. PAGO: 45 Días VENCIMIENTO: 13.09.2019 PESO BRUTO TOTAL: 56.100,00 G PESO NETO: 56.100,00 G N° BULTOS: Facturador Electrónico Habilitado por la Dian Mediante Autorización de numeración 18763002315140 del 03/12/2019 Numeración Habilitada electrónica desde FVE 768500 hasta FVE 783500 Vigencia 24 meses Somos Grandes Contribuyentes Según Resolución N.000076 del 01/12/2016							


Ilustración 21: Factura de venta Saint-Gobain Abrasivos

Factura propuesta



SAINT-GOBAIN

COPIA



Página 1 de 1

REALIZAR PAGOS A:
BANCO DE BOGOTA
CÓD. IBAN:
CÓD. SWIFT/SORT:
N° CUENTA:

Línea At. Cliente :SGA COLOMBIA
57 1 893 3993

FERRETERIA ARISTI LTDA
CALI

NIT: [REDACTED]

FECHA FACTURA : 30.07.2019
N° FACTURA : FVE754802
N° PEDIDO : 187264742
N° CLIENTE : 20425420
VENDEDOR : JOAN SANCHEZ
ORDEN DE COMPRA : 25627
FECHA PEDIDO : 24.07.2019
MONEDA : COP
N° SAP : 9165677251

/ FACTURA DE VENTA /

LÍNEA. N° ARTICULO Y DESCRIPCIÓN PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO NETO	TOTAL
0001 66253371107 DISCO CORTE ACERO T41 PREMIER PREMIUM 230X2.0X22.23 N° Entrega.: & Fecha Entrega: 140280570 30.07.2019 Código IVA : A7 Obsequio : No	300 PC	5.765 /1 PC	1.729.500
VALOR SIN IMPUESTO:			1.729.500
IMPUESTO DE VENTA (19,00 %):			328.605
TOTAL FACTURA:			2.058.105

Código IVA :	IVA	Base Impuesto	Valor Impuesto
A7	19,00 %	1.729.500	328.605

Obtenga un 4% de descuento, si cancela dentro de los 10 días calendario siguientes a la fecha factura, se realiza el cálculo del 4% sobre el valor sin impuesto.

Fecha doc.	Venc.neto	Pague ant de	%	Valor
30.07.2019	13.09.2019	18.09.2019	5	1.971.630
30.07.2019	13.09.2019	23.09.2019	4	1.902.450
30.07.2019	13.09.2019	28.09.2019	3	1.850.565

Facturador Electrónico Habilitado por la Dian Mediante Autorización de numeración 18763002315140 del 03/12/2019
 Numeración Habilitada electrónica desde FVE 768500 hasta FVE 783500 Vigencia 24 meses
 Somos Grandes Contribuyentes Según Resolución N.000076 del 01/12/2016

Ilustración 22: Factura de venta modificada elaboración propia

Y ya para un futuro implementar en el sistema SAP, en el proceso de aplicación de pagos el descuento que el cliente se está tomando y cancelando para evitar que el cliente después de los 5 días de vencida la factura se tome un descuento del 5%. Y así bloquear el registro de ese pago hasta que el cliente cancele bien la factura.

Adicionalmente es importante que los vendedores conozcan muy bien el proceso de cartera para evitar reprocesos en la misma área, si bien en cartera solo hay dos personas las cuales son: 1 persona fija que es el analista de cartera y 1 practicante. Es indispensable que toda la información que se maneje en el área sea más organizada, concreta y explícita para los casos más críticos.

Para tal fin se propone un cronograma para los comerciales donde conozcan con mayor detalle que días pueden revisar la cartera del cliente, como se aplican los pagos que ingresan en el banco, los días que se concilia la cartera, el cargue de comisiones y el cierre de cada mes quedando de la siguiente forma:

Cronograma mensual:

Leyendas.






FIGURA	DETALLE
	CONCILIACIÓN DE CARTERA ZONA ANTIOQUIA
	CONCILIACIÓN DE CARTERA ZONA CENTRO
	CONCILIACIÓN DE CARTERA ZONA NORTE
	CONCILIACIÓN DE CARTERA ZONA OCCIDENTE
	COMITES, Y EVENTOS INTERNOS DE CARTERA

Ilustración 23: Leyendas del cronograma.

Las figuras nos permiten identificar de mejor forma la conciliación de cartera de cada región, y los números que los acompañan en este caso serían los vendedores de esta

región. Ejemplo: ZONA NORTE – 1, el número “1” significa para este caso práctico el comercial uno de esa zona. Que más adelante se le asignaría su respectivo nombre, quedando de la siguiente forma ZONA NORTE – HUGO RUIZ OLMEDO. También la línea blanca nos indica cuando se aplican los pagos.



















































OCTUBRE				
			01 Jueves	02 Viernes
			 Habilitan el sistema  Bloq- clientes con deuda	 Zona Antioquia - 1  Zona centro - 1
5 Lunes	6 Martes	7 Miércoles	8 Jueves	9 Viernes
Pagos aplicados 01 Oct	Pagos aplicados 02 Oct	Pagos aplicados 05 Oct	Pagos aplicados 06 Oct	Pagos aplicados 07 Oct
 Zona norte - 1  Zona occidente - 1  Comité Zona Norte	 Zona Antioquia - 2  Zona centro - 2	 Zona norte - 2  Zona occidente - 2	 Zona Antioquia - 3  Zona centro - 3	 Zona norte - 2  Zona occidente - 2
12 Lunes	13 Martes	14 Miércoles	15 Jueves	16 Viernes
Pagos aplicados 08 Oct	Pagos aplicados 09 Oct	Pagos aplicados 12 Oct	Pagos aplicados 13 Oct	Pagos aplicados 14 Oct
 Zona Antioquia - 4  Zona centro - 4  Comité Zona Occidente	 Zona norte - 3  Zona occidente - 3	 cargue de comisiones	 Zona norte - 4  Zona occidente - 4	 Zona Antioquia - 5  Zona centro - 5
19 Lunes	20 Martes	21 Miércoles	22 Jueves	23 Viernes
Pagos aplicados 15 Oct	Pagos aplicados 16 Oct	Pagos aplicados 19 Oct	Pagos aplicados 20 Oct	Pagos aplicados 21 Oct
 Zona norte - 5  Zona occidente - 5  Comité Zona Antioquia	 Zona Antioquia - 6  Zona centro - 6	 Zona norte - 6  Zona occidente - 6  Clientes con restricción	 Zona Antioquia - 7  Zona centro - 7  Clientes con restricción	 Zona norte - 7  Zona occidente - 7  Clientes con restricción
26 Lunes	27 Martes	28 Miércoles	29 Jueves	30 Viernes
Pagos aplicados 22 Oct	Pagos aplicados 23 Oct	Pagos aplicados 26 Oct	Pagos aplicados 27 Oct	Pagos aplicados 28 Oct
 Zona norte - 8  Zona occidente - 8  Comité Zona Centro	 Zona Antioquia - 8  Zona centro - 8  Clientes con restricción	 Cierre de mes  Clientes con restricción	 Cierre de mes  Clientes con restricción	 Cierre de mes

Ilustración 24: Cronograma mes octubre – elaboración propia.

Objetivo General:

Generar un tiempo de respuesta del departamento de cartera más rápido, siendo eficientes en la información que solicita la fuerza de ventas, generando un apoyo más adecuado a las situaciones más complejas y a los clientes que tienen una deuda mayor a 90 días, siendo claros, precisos y coherentes en los descuentos que se aplica cada cliente evitando reprocesos o que haya una cartera desordenada.

Objetivo Específicos:

- Relacionar los diferentes descuentos financieros en tres categorías, 5%, los que cancelan los primeros 5 días de vencimiento de la factura o antes. 4%, los que cancelan los primeros 10 días de vencimiento de la factura y 3% los que cancelan después de los 10 días de vencimiento de la factura y antes de los 15 días, se elimina los descuentos del 2% y 1%.
- Enunciar dentro de la factura de venta el valor que el cliente cancelaría con sus respectivos descuentos y los días en los que se aplicaría.
- Explicar de forma explícita mediante un cronograma mensual a cada uno de los vendedores el proceso de cartera, desde el procedimiento de cómo se aplica o registra un pago hasta como obtener el estado de cuenta del cliente y los detalles del mismo.
- Enunciar que información se puede solicitar mediante los correos, llamadas, chats grupales y en Microsoft teams. Con sus respectivos horarios.

Resultados esperados:

Se espera que con la implementación del cronograma para los comerciales y gerentes de venta se pueda optimizar el tiempo de respuesta en el área de cartera dando prioridad a los casos críticos. Además, se podrían considerar los siguientes resultados.

- Los comerciales conocerán de antemano cuando se aplican los pagos y así saber qué día descargar el estado de cuenta del cliente.
- Se reducen las llamadas telefónicas para casos simples y se le da prioridad a los casos críticos que requieren de mayor tiempo.
- Se conocería un estado de cartera más actualizado de los clientes al conciliarlos todos los meses inicialmente, esto nos permite saber si su cartera es crítica o no y ya cuando la cartera mejore se realizaría cada dos meses la conciliación para optimizar los tiempos.
- Los comerciales sabrán qué fecha exacta se cierran las comisiones cada mes por lo que mejoran en el envío de soportes de pago que hagan falta y ayudaran al departamento de cartera a identificar los pagos que no se han reconocido a tiempo.
- También conocerán que día hay comité de cartera para cada región, así los comerciales y los gerentes estarán más preparados y resolverán las dudas más fácilmente.

Otro resultado esperado es la implementación de un mejor detalle de los descuentos financieros dentro de la facturación optimizando el valor que el cliente debe cancelar

Al conocer el valor que el cliente debe cancelar conociendo el valor real del descuento financiero se deja a un lado las especulaciones de cuanto cancelo el cliente, que facturas cancela y bajo que descuento. Ya que en la facturación sale exactamente el valor a cancelar discriminado por los diferentes descuentos del 5%, 4% y 3%.

Asimismo, para los funcionarios de cartera le es más fácil identificar que facturas está cancelando el cliente bajo que descuento, evitando los errores que aún prevalecen que son que el cliente cancele con un valor diferente al descuento financiero y normalmente se llegan hacer ajustes casi a diario asumiéndolos la empresa.

Conclusiones de la practica

Campos de formación requeridos con mayor intensidad para la realización de las funciones asignadas en la práctica.

En el desarrollo de la practica el estudiante en mención requirió más los siguientes campos de formación:

En el campo de los sistemas de información fue indispensable desde el primer momento que se le asignó el cargo al practicante el manejo de las herramientas de office en ellas resaltamos el Excel, como instrumento principal en las labores diarias del cargo ya que en ella se resaltaban los pagos, se aplicaban y se cruzaban con la cartera de los clientes, además el sistema operativo que maneja la empresa que es el SAP, todo se descarga y maneja bajo la herramienta del Excel.

Otra herramienta indispensable es el Word Office, que permite desarrollar todas las labores de correspondencia que demanda el cargo, como las cartas de cobro pre-

jurídico, primer aviso y baja de cartera etc. Asimismo, un campo requerido es que el estudiante haya tenido conocimiento en manejo de software ya que en la empresa Saint-Gobain, todos los empleados se comunican ya sea por la plataforma SION, o por el CRM SALESFORCE, sistemas que permiten tener una mejor comunicación con los empleados de la compañía en especial para dar solución a requerimientos pequeños, También el uso de plataformas digitales como lo es el Microsoft teams, Planner y one drive.

El campo de las matemáticas financieras también fue indispensable ya que los clientes cancelan las facturas con descuentos financieros y para poder sacar estos descuentos hay que sacar el impuesto del IVA del 19% a las facturas correspondientes para los diferentes descuentos del 5%, 4%, 3%, 2% y 1%. Así mismo se utilizan operaciones más sencillas para cruzar los pagos que el cliente realiza, pero siempre con un análisis lógico.

También un campo requerido fueron las habilidades gerenciales que permitieron al estudiante controlar las diferentes situaciones de estrés emocional, ya sea con el liderazgo dando soluciones o ideas para avanzar en los requerimientos de la compañía, como el manejo de la inteligencia emocional y manejo del tiempo con los diferentes vendedores que bajo su mirada desean que los procesos sean más ágiles, pero a nivel interno se maneja de otra forma con unas políticas claras. Y por último y no menos importante fue el campo de la cultura organizaciones ya que fue indispensable para el estudiante conocer cómo se comportan los individuos en la empresa vs en el home office, entender cómo trabajan las personas en especial su jefe inmediato le permitió poder conectarse y trabajar mejor en equipo.

Temas por modificar en el plan de estudios:

Si bien todos los temas en el plan de estudios son importantes para el estudiante los temas que se deben mejorar o modificar son los siguientes:

Sistema de información gerencial, solo modificando esta asignatura con un enfoque más empresarial, entendiendo como se desarrollan las diferentes plataformas digitales que están cambiando la forma de comunicarnos, siendo más ágiles en el proceso de enviar y recibir la información, un ejemplo es dimensionar la ventaja que tiene las aplicaciones de office para el mundo laboral en el caso del estudiante le sirvió bastante el planner de office para organizar sus tareas con los diferentes vendedores.

Y Gerencia de producción si bien la teoría se aplica muy bien sería muy interesante un tema más práctico ya que el estudiante en mención estando en el área de cartera indirectamente tenía que entender cómo funcionaba el sistema de facturación y producción de la compañía para saber qué productos son más demorados en su elaboración y entender mejor el desarrollo de las notas crédito por escasez de producto.

Pertinencia de las principales labores desarrolladas en la práctica respecto a la formación como administrador.

En las prácticas desarrolladas por el estudiante en la empresa Saint-Gobain, sus principales actividades han estado muy relacionadas con su programa de formación, una de ellas y que es un desafío constante es que el practicante de cartera debe tener una comunicación clara, coherente y eficiente con todos los vendedores de la compañía, siendo un soporte fundamental en el ejercicio de que el cliente se sienta a

gusto de pertenecer a la empresa. habilidades que el estudiante va formando, como es el liderazgo, el trabajo en equipo, cumplimiento de indicadores y el respeto hacia la estructura y cultura organizacional. Le han permitido desarrollar otras actividades que no estaban contempladas en su cargo, y que para él ha sido un reto de gran responsabilidad y de gran conocimiento poder entender estas nuevas actividades como lo es la creación de clientes, manejo de todo tipo de notas crédito y conciliación de clientes críticos.

Autoevaluación de la experiencia:

Para el estudiante ha sido muy gratificante poder realizar su práctica empresarial en una multinacional, solo para poder entender como las empresas se pueden conectar a través de diferentes países manejando la misma información y/o actividad comercial. Situación que nunca había experimentado.

También se resalta los siguientes aspectos como aprendizaje para el estudiante.

- Ser claro con la información con todo el personal de la compañía, le ha permitido al estudiante generar un grado de confianza con sus compañeros y jefe inmediato.
- Ser comprometido y ser responsable con las tareas asignadas además de generar un valor agregado
- Ser más organizado con el tiempo, si bien en la compañía se trabajaba las 8 horas en el home office en algunas ocasiones se extiende más el tiempo.
- Ser respetuoso con los compañeros y en especial con los comerciales.
Dándoles el mayor apoyo para con los clientes.

- El estudiante desearía ser más influyente y lograr generar nuevas ideas de administración al área de cartera, sin embargo, algunos procesos son muy rígidos.
- Ampliación de conocimientos en las herramientas digitales y de ofimática como el Excel y el software SAP.
- Indispensable cómo funciona la organización en su conjunto (compras, costos, logística, planeación, cartera, recursos humanos, mercadeo, y producto) y hacia qué objetivo se piensa llegar, eso hace parte de la cultura organizacional y como practicante le es muy importante entender este tema.
- Ampliación de conocimientos en la estructura organizacional de una empresa multinacional y las dinámicas de su operación.

Conclusiones:

El practicante en el desarrollo de sus funciones ha entendido que toda empresa para que funcione, todos sus engranajes que la conforman deben trabajar en equipo, ser dinámicos y participativos, también comprendió que siempre las cosas cuando se inician hay que finalizarlas porque aquellas cosas que no se terminan suelen ser la piedra en el zapato en procesos que se tengan que llevar más adelante.

Es entendible que durante el proceso haya personas que se estresen más que otras y que todo se maneja bajo la línea del respeto, el practicante también comprendió que

dentro de la vida laboral es indispensable el manejo de las emociones y más en estos tiempos donde la forma de trabajar a cambiado.

Se debe confiar más en lo que podemos ser como persona, y así podemos demostrar las habilidades que tenemos, también el estudiante comprendió que es posible que en el área de trabajo haya pocas personas acompañándolo en su proceso, pero tiene miles de ojos observándolo como trabaja, como lo hace, cuál es su gestión y el trato con las demás personas, incluso el practicante tuvo la oportunidad de hablar con una persona de panamá y resulta que esta persona conocía un poco del proceso del estudiante ya que estaba en muchos de los correos que gestionaba el practicante, lo mejor de disfrutar los diferentes retos que no da la vida ya sea en el mundo personal y profesional es arriesgándonos y dar lo mejor que cada uno tiene.

Recomendaciones para la empresa

Todo proceso se va mejorando con la práctica y es posible que se comentan muchos errores en el desarrollo de este, pero en lo particular el estudiante resalta las siguientes recomendaciones para mejorar.

- Generar un cronograma institucional donde se resalten las fechas más importantes para el grupo y para la compañía. Como las celebraciones o los comités generales.
- Resaltar la calidad de sus productos en los empleados ya que ellos son los vendedores pasivos de la organización y pueden hablar muy bien del producto con sus amigos. Vecinos o familiares.

- Ser más organizados con las capacitaciones que se asignan ya que muchas de ellas se han programado ahora en el home office, pero en la mayoría han sido canceladas ya cuando las personas están conectadas.
- Mejorar la institucionalidad y una de ellas es que todos los empleados tengan su respectivo carnet hay varios empleados que después de un año aún no lo tienen.

Son varias cosas por mejorar pero que la empresa ha venido trabajando durante todo este tiempo y más con la semipresencialidad.

Comentarios finales

Saint-Gobain S.A.S es una empresa que cree siempre en el personal que trabaja en ella, siempre se preocupa por su bienestar realizando diferentes actividades que permiten que los empleados se sientan tranquilos y se integren cada vez más con sus compañeros de otras áreas que se sientan a gusto de trabajar en esta compañía. También confían en los nuevos talentos como lo son los practicantes, muchos de los empleados que hay hoy en día en la compañía han ingresado como practicantes y han fortalecido la brecha de vinculación laboral para aquellas personas que demuestren su interés, respeto y compromiso con la compañía

Gracias al programa de movilidad laboral dentro de la compañía muchos funcionarios pueden experimentar trabajar en la mayoría de los procesos que la organización tiene además de participar en las diferentes compañías que el grupo tiene, este programa fortalece cada vez más que el personal siempre este actualizado a las nuevas dinámicas del mundo laboral.

Bibliografía

- Agudelo, A. (2018). *Prsentacion de la compañía*. Mosquera - Cundinamarca: Power Point. .
- carrión maroto, j. (2007). *Estrategia: de la visión a la acción* . Madrid: ESIC.
- chiavenato, I. (1993). *Iniciacion a la organizacion y el control*. Ciudad de mexico: McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE MEXICO.
- chiavenato, I. (1995). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION* . BOGOTA: McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Cruz, O. (26 de 02 de 2020). Trabajo de Grado. (D. A. Vela, Entrevistador)
- Dessler, G. (2009). *Administracion de recursos humanos*. mexico: PEARSON.
- Galeano, F. (24 de 02 de 2020). Trabajo de Grado practicante de cartera. (D. A. Vela, Entrevistador)
- Gerencie.com*. (2018). Obtenido de <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-meta-y-objetivo.html#:~:text=Una%20meta%20es%20sucesi%C3%B3n%20de,algo%20en%20un%20determinado%20tiempo>.
- H.Hall, R. (1996). *Organizaciones: estructura y proceso*. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Herzberg, F. (1973). *Problemas del potencial humano* . Cleveland, Ohio: David R. Hampton .
- NAVAS, J. E., & L.A, G. (2015). *LA DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA*. MADRID: CIVITAS.
- S.A.S, S.-G. (s.f.). *SAINT-GOBAIN S.A.S*. Obtenido de <https://www.saint-gobain.com.co/>
- Santesmases, M. (2011). *Fundamentos de marketing*. Madrid: piramide.
- varela, G. D. (2011). *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS*. MEXICO: PEARSON.

ANEXOS

Anexo 1.

Comunicación a los clientes de los descuentos comerciales.



SAINT-GOBAIN COLOMBIA S.A.S

INFORMA:

Por medio del presente comunicado informamos a todos nuestros clientes que, para dar una mayor claridad en la realización de los pagos, les recordamos como se aplican los descuentos financieros por pronto pago, distribuidos de la siguiente forma y en los tiempos acordados.

- 5% - Clientes que cancelan dentro de los primeros 5 días de vencida la factura o antes.
- 4% - Clientes que cancelan dentro de los primeros 10 días de vencida la factura.
- 3% - Clientes que cancelan después de los 10 días de vencida la cartera y antes de los 15 días.

y no constituye obligación alguna para Saint-Gobain Colombia S.A.S., quien en cualquier momento puede modificar las condiciones y/o extinguirlo de acuerdo a sus políticas.

Para efectos de requerir verificación le solicitamos se sirva contactar al teléfono 315 261 xx xx , o al correo electrónico : Carteraxxxxxxx@saint-gobain.com

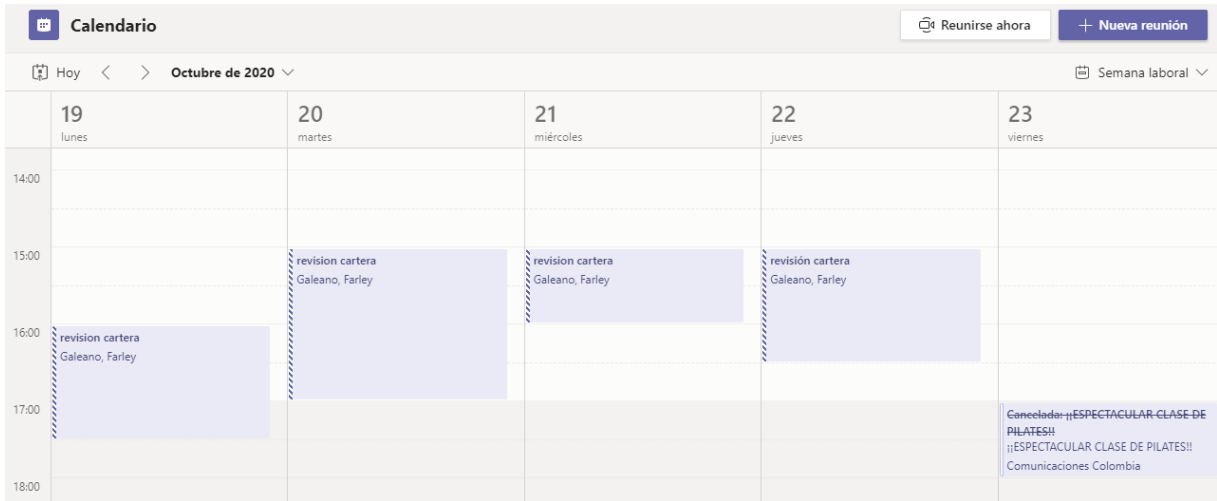
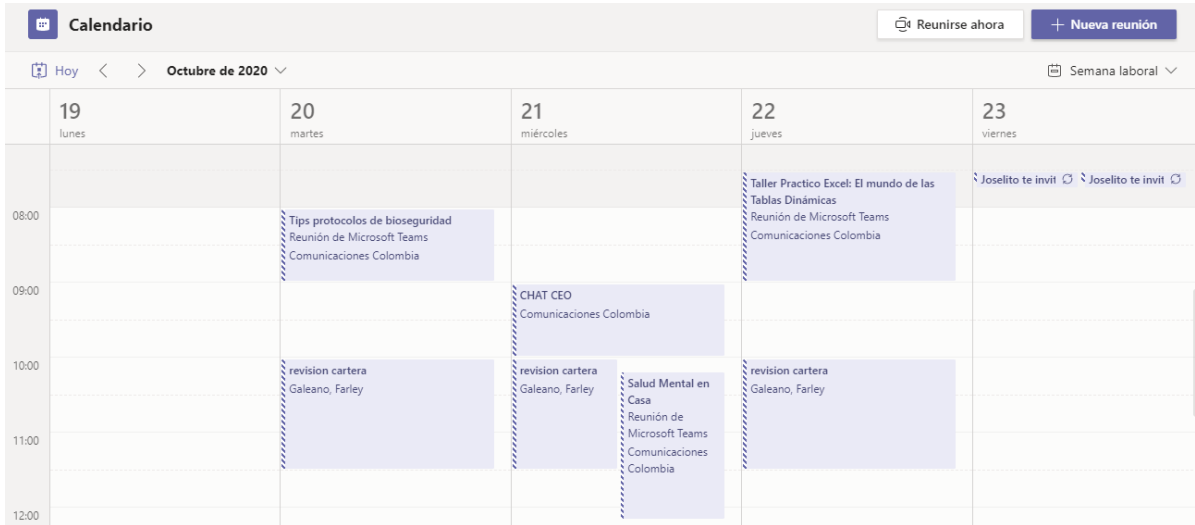
|

Cordialmente

Gerente Administrativo y Financiero

Anexo 2.

Cronograma por Microsoft teams ejemplo:



Actividades pendientes programadas por Planner de Microsoft. Ejemplo:

Mis tareas | Panel | Gráficos | Programación | ... | Filtro (0) | Agrupar por Progreso

No se ha iniciado

- Conciliación cartera David paz**
 - FRANCISCO HAEBERLIN
 - Enviar correo del cruce de cartera.
 - 31/10
- Conciliación Stefhani padilla**
 - SUMINISTROS ARDILA
 - Revisar el caso de la nota DVE415044, con Laura valbuena.
- Conciliación Stefhani padilla**
 - PINACOL DEL CARIBE - PUNTO MAESTRO S.A.S.

En curso

- Revision cartera Samuel Gurtierrez**
 - Sicolsa
 - Carta de baja de provision
 - 30/10
 - Vela, Daniel
- Conciliación cartera David paz**
 - COMERCIALIZADORA DEL SUR
 - Pendiente Nota crédito a la factura FVE783819.
 - 31/10
 - Completada por Paz, David el 28...
 - revision cartera Juan correa
 - ferredistarco

Se ha completado

- Conciliación cartera David paz**
 - Verde
 - GUERRERO TELLO ZULMA
 - Gestión de cobro a la cartera vencida que suman 10.503.108
 - 13/11
 - Completada por Paz, David el 28...
- Conciliación Stefhani padilla**
 - HERRAMIENTAS Y SEGURIDAD
 - Farley conciliar la cartera del cliente, caso especial.
 - 16/10
 - Completada por Vela, Daniel el 2...
- Revision cartera Cristian**

Mis tareas | Panel | Gráficos | Programación | ... | Filtro (0) | Agrupar por Progreso

Estado

18 Tareas restantes

- No se ha inici... 3
- En curso 1
- Con retraso 14
- Se ha comple... 10

Prioridad

Prioridad	Cantidad
Urgente	0
Importante	0
Media	1
Baja	17

Tareas

No se ha iniciado

- Conciliación cartera David paz**
 - FRANCISCO HAEBERLIN
 - 31/10
- Conciliación Stefhani padilla**
 - SUMINISTROS ARDILA
- Conciliación Stefhani padilla**
 - PINACOL DEL CARIBE - PUNTO MAESTRO S.A.S.
 - 16/10