

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRRAMIENTAS EN EL AREA DE
MERCADERO Y VENTAS EN EL DISTRITO BUCARAMANGA DE
LABORATORIOS RECAMIER LTDA**

**SHIRLEY MILENA PARADA CÁRDENAS
ID 73860**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2008**

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRRAMIENTAS EN EL AREA DE
MERCADERO Y VENTAS EN EL DISTRITO BUCARAMANGA DE
LABORATORIOS RECAMIER LTDA**

**SHIRLEY MILENA PARADA CÁRDENAS
ID 73860**

Supervisor de la Práctica
Álvaro Iván Rodríguez Pinzón
Gerente del Distrito Bucaramanga

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**BUCARAMANGA
2008**

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedico este proyecto a mi abuelita, una persona maravillosa, que en estos momentos no esta conmigo pero que vivirá en mi corazón por siempre.

Ella que con cariño y sacrificio supo ver en mí la verdadera razón de la vida, fue mi guía, mi apoyo y seguirá alumbrando mi camino para llegar al éxito como ella lo quiso.....te amo.

AGRADECIMIENTOS

Me siento agradecida por todas las personas que me han acompañado en este gran reto de mi vida, en especial a Dios que siempre me ha llenado de bendiciones, A mis padres y a mi hermana por su gran apoyo y comprensión, a mi gran amiga del alma Lilia Johana que en los buenos y malos momentos ha estado conmigo y me dado fuerzas para seguir con mi trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	16
INTRODUCCIÓN	20
1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	21
1.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	21
1.3 PRODUCTOS.....	21
1.3.1 División Profesional.....	22
1.3.2. División Público.....	25
1.4. NUMERO DE EMPLEADOS.....	31
1.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	32
1.6 RESEÑA HISTÓRICA.....	34
1.7 MISIÓN	37
1.8 VISIÓN	38
2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA.....	39
3. ANTECEDENTES	42
4. JUSTIFICACIÓN.....	43
5. OBJETIVOS.....	45
5. 2 OBJETIVO GENERAL.....	45
5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	45
6. MARCO TEÓRICO	46
6.1 ANÁLISIS DEL MERCADO:.....	46
6.2 EFECTIVIDAD DE LAS VENTAS.....	48
6.2.1 Identificar a su cliente.....	49
6.2.2 Definir un plan para cada segmento de clientes	49
6.2.3 Evaluación del proceso de ventas.....	49
6.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:	53
6.3.1 Beneficios al preparar un análisis de la competencia	53
6.12 ANÁLISIS COMPETITIVO	54
6.12.1 Oportunidades y Amenazas Externas	56

6.12.2 Fortalezas y debilidades (dentro del negocio).....	57
7. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	59
7.1 REPORTE EVA:	59
7.2 AGOTADOS ÉXITO CADENALCO	60
7.3 INFORME DE COMPETENCIA MENSUAL.....	62
7.3.1 ANÁLISIS DE COMPETENCIA MENSUAL	62
7.4.1 Análisis Shopping de Precios	64
7.5 EVENTOS DE TINTURACIÓN:	65
7.5.1 Análisis evento de tinturación	66
7.6 RANKING CLIENTES.....	68
7.7 EVACUACIONES CEN:.....	68
7.8 INVENTARIO Y MATERIAL PARA LA SALA TÉCNICA:.....	69
7.9 ACTIVIDADES TANGA:	69
7.10 SUPERVISIÓN PUNTO DE VENTA	72
7.11 ANÁLISIS INVENTARIO	72
7.12 APOYO A LA GERENCIA:.....	73
CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	1

TABLA DE GRAFICAS

	Pág.
Figura 1. Línea de productos Beauty Line	14
Figura 2. Línea de productos Technical Line	15
Figura 3. Línea de productos Finishing Line	16
Figura 4. Línea de productos Retail Line	16
Figura 5. Productos de la Línea Muss	17
Figura 6. Productos de la Línea Vitane	18
Figura 7. Productos de la Línea KleerLac	18
Figura 8. Productos de la Línea KleerNet	19
Figura 9. Productos de la Línea KleerNet	19
Figura 10. Productos de la Línea Bacterión	19
Figura 11. Productos de la Línea Tanga	19
Figura 12. Productos de la Línea Deo Pies	20
Figura 13. Línea Luminance	20
Figura 14. Línea Colorance	20
Figura 15. Línea Coloriss	21
Figura 16. Productos de la Línea Soleclair	21
Figura 17. Productos de la Línea La Coline	22
Figura 18. Organigrama general Laboratorios RECAMIER Ltda.	23
Figura 19. Organigrama de Mercadeo y Ventas	24
Figura 20. Organigrama del Distrito Bucaramanga	24

ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Agotados Éxito	60
Anexo B. Informe de Competencia	61
Anexo C. Resumen Informe de Competencia	62
Anexo D. Shopping de Precios	63
Anexo E. Formato Control clientes tinturación	66
Anexo F. Formato Control Evento Tinturación	67
Anexo G. Control Evento tinturación	69
Anexo H. Cuota Evento Tinturación	70
Anexo I. Evacuación CEN	72
Anexo J. Inventario Sala Técnica	74
Anexo K. Formato Control Tanga	75
Anexo L. Formato Control Clientes Tanga	76
Anexo M. Formato Evacuación Tanga	77
Anexo N. Formato Actividad Competencia	78
Anexo O. Formato Supervisión Punto Venta	79
Anexo P. Análisis Inventario	81
Anexo Q. Formato Análisis Inventario	83

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS EN EL ÁREA DE MERCADEO Y VENTAS EN EL DISTRITO BUCARAMANGA DE LABORATORIOS RECAMIER LTDA

AUTOR(ES): Shirley Milena Parada Cárdenas

FACULTAD: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): Nelson Moreno

RESUMEN

El distrito Bucaramanga de Laboratorios Recamier Ltda, busca mejorar cada uno de las actividades con el fin de tener herramientas de más fácil manejo y análisis, para tomar decisiones y plantear objetivos, generando mejores resultados, tanto para el Gerente como para los demás empleados del Distrito. Se mejoró la implementación, desarrollo y seguimiento a todas las actividades de mercadeo, realizándose supervisiones en los puntos de venta, análisis de la competencia en lo que tiene que ver con productos, precios y actividades comerciales, realización de informes de efectividad de las ventas de los asesores comerciales, proyecciones de ventas, gestión comercial de las fuerzas de ventas, revisión de gastos de operación e inversiones de publicidad y promoción. Los resultados obtenidos fueron positivos aumentándose las ventas, teniendo un equipo de trabajo más organizado y analítico y con respecto a la competencia, el análisis y mejoramiento en precio, garantizando la satisfacción de los clientes.

PALABRAS CLAVES: Implementación seguimiento actividades de Mercadeo y Ventas

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: The business practice in the area commercial of the Bucaramanga district of laboratories RECAMIER Ltda.

AUTOR(ES): Shirley Milena Parada Cárdenas

FACULTAD: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): Nelson Moreno

RESUMEN

The Bucaramanga District of laboratories RECAMIER Ltda, need to find the best of each that one activities for has tools in the easy handling and analysis to take decisions and establish objectives for the generation of better results. These results; not only for the manager, also, for the other employees of the district. Reason for what it is wanted improves the implementation, development and tracking of all the activities of marketing. For this reason we did supervision, rivalry analysis in which it has see the products, prices and commercial activities, execution of reports about the effectiveness in the commercial advisor sales, sales projections, commercial negotiations about sales force, revision of expense operations and investments of publicity and promotion, and finally, tracking in the commercial activities of clients. In conclusion, the obtained results were very positives for the company, since; we obtained better opportunities of sales and an organized and analytical better work group. In the other hand, with respect to the rivalry; we won the analysis and improvement in the prices, guaranteed a satisfaction of the clients and an increase of sales.

PALABRAS CLAVES: Implementation, development tracking of all the activities of marketing

GLOSARIO

- **Año Móvil:** son los doce meses contados a partir de la fecha del mes vencido, por ejemplo se esta en el mes de febrero del 2008, el año móvil seria del mes de febrero del 2007 al mes de febrero del 2008.
- **Caras:** Es la fachada o frente de los productos que se ubican en los diferentes puntos de ventas para ser exhibidos y los clientes lo puedan ver.
- **CEN:** Centro Electrónico de Negocios.
- **Colocación:** es la mercancía que la compañía coloca en los diferentes puntos de venta o las compras que hacen los clientes a la compañía.
- **Codificación:** Es la aceptación e ingreso de los producto en los puntos de venta.
- **Entrepaños:** son cada uno de las tablas puestas horizontalmente generalmente sin puertas donde se exhiben los productos, mostrando las caras de cada uno de ellos.
- **Evacuación:** Para el caso de Recamier es la salida de mercancía o las ventas que la compañía logra tener en los puntos de venta.
- **Extraruta:** es la visita a clientes que están fuera de la ruta y que realiza los vendedores diariamente de la división profesional.
- **GOA:** Grupo Operativo de Apoyo, son los encargados de solucionar problemas con los proveedores en los Almacenes Éxitos.
- **Kit:** Conjunto de productos y utensilios suficientes para conseguir un determinado fin, que se comercializan como una unidad, en este caso el kit para los tintes contiene un sachet de tratamiento precolor de keratina de 15 ml/cm³, un tubo de coloración en crema triple protección de 60 gr, un frasco revelador de color luminance oxidante en crema de 20 a 30 volúmenes, un

frasco de tratamiento post color de keratina, un par de guantes y un folleto de instrucciones.

- **Línea Ofertas:** es la línea de productos que llevan una oferta, un obsequio o le regalan dos productos por el precio de uno.
- **Línea Regular:** es la línea de Recamier que se le ofrece a los clientes con los precios propios de cada producto.
- **Plu:** Es el código que los puntos de venta le asigna a los productos que son codificados en los diferentes puntos de venta.
- **Rotar:** Programa de manejo de inventarios de los Almacenes Éxito.
- **Ruta:** es el orden en que cada vendedor debe visitar a los clientes diariamente para su gestión.
- **Sala técnica:** El técnico Capilar dicta especializaciones en todo lo relacionado con la belleza, corte, colorimetría, maquillaje, peinados, alisados estos clientes salen certificados de dicho seminario.
- **Status:** es el estado en que se encuentra los clientes de todos los vendedores tanto de la línea profesional como de la publica y se clasifican de la siguiente manera:
 - **Status activo:** Esta disponible para venderle.
 - **Status Inactivo:** Debe factura vencida de mas de 65 días, pero menor a 90 días.
 - **Status Inactivo Covinoc:** Clientes que deben factura vencida de más de 120 días, estos clientes son reportados a data crédito.
 - **Status no venta:** cliente que no ha comprado a un periodo mayor a un año
 - **Status retirado:** Cliente que no aparece en la ruta, se ha retirado por algún motivo ya sea que vendió el salón, se fue de viaje etc....
- **Secuencia:** es el orden de visita que tiene todos los clientes de todos los vendedores de la división profesional.
- **Territorio 02:** Vendedor de la línea profesional, comprendido los Salones de Belleza de Cabecera, Centro y Norte de Bucaramanga.

- **Territorio 21:** Vendedor de la línea pública, que comprende los clientes especiales de Bucaramanga, como Mercadefam, Éxito, Carrefour, Almacenes de productos profesionales, supermercados y autoservicio en desarrollo.
- **Territorio 22:** Vendedor de la línea pública, que comprende los clientes especiales de Norte de Santander y Arauca, como Éxito, Carrefour, Al Máximo, Almacenes de productos profesionales, supermercados y autoservicio en desarrollo.
- **Territorio 28:** Vendedor de la línea pública que comprende las cadenas de Droguerías y canales de distribución de Santander.
- **Territorio 54:** Vendedor de la línea profesional, que comprende los salones de belleza de Norte de Santander, Pamplona y Cúcuta.
- **Territorio 55:** Vendedor de la línea profesional, que comprende los salones de belleza de Santander, Aguachica y Ocaña.
- **Territorio 56:** Vendedor de la línea profesional, que comprende los salones de belleza del Sur de Bucaramanga, Piedecuesta, Girón y Floridablanca.
- **Territorio 42:** : Vendedor de la línea pública, que comprende los clientes especiales de Boyaca, como Éxito, Carrefour, La Canasta, Almacenes de productos profesionales, supermercados y autoservicio en desarrollo.
- **Toma de peluquería:** Cuando el cliente realiza un pedido por una cantidad mínima de 1.000.000, el técnico capilar ingresa al establecimiento y realiza 5 diseños diferentes de color y corte en beneficio del cliente.
- **Trabajo de Campo:** El técnico capilar junto con el vendedor, visita a los clientes para despejar dudas y mostrar los productos nuevos de La Línea Saloonin.
- **Traslados:** Cuando la mercancía es llevada de una bodega a otra. ¹

¹ Álvaro Iván-Gerente Distrito Bucaramanga-2008

INTRODUCCIÓN

El mercado ya no es lo que era, esta cambiando y evolucionando de manera drástica, principalmente por la globalización y avances tecnológicos, los cuales crean nuevos comportamientos y retos que hay que enfrentar, no solo es una época evolutiva, si no de constantes cambios y muy rápidos.

Vender era lo principal en todas las compañías comerciales, pero hay que modificar estos pensamientos y tener claro que hay otras variables importantes para lograr rentabilidad y éxito en una compañía, hay que aprovechar todas las oportunidades que ofrece el entorno, superando las amenazas, haciendo frente a los retos constantes que se le presentan, tomando decisiones en el presente pero teniendo en cuenta, como pueden afectar estas acciones para el futuro de la empresa, contemplando los cambios que se prevé pueden surgir en el entorno, aprovechando al máximo los recursos internos de los que dispone y que pueden representar una ventaja competitiva clave con respecto a la competencia.

El Distrito de Bucaramanga de Laboratorios Recamier Ltda, es una empresa dedicada al desarrollo, distribución y comercialización de productos para el cuidado capilar y personal, quiere lograr una buena organización y gestión para los vendedores y asesores comerciales, contando con herramientas para brindarles a ellos una mejor información, formación y organización.

El verdadero valor de una empresa esta en el talento de quienes se forman y se han puesto en marcha para gestionar, además de los activos propios de la compañía, el capital humano y el conocimiento.

En el Distrito Bucaramanga de Laboratorios Recamier se implementará y se desarrollará seguimiento a todas las actividades de mercadeo, análisis de la competencia, informes, supervisión y labores de apoyo a la gerencia.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 NOMBRE:

LABORATORIOS RECAMIER LTDA

Distribuido de la siguiente forma a nivel Colombia:

Sede principal: CALLE 34 # 8^a-115 El troncal Cali-Colombia

PUNTOS DE VENTA:

Distrito Cali: Av 7 Norte # 24N -105

Distrito Barranquilla: Calle 72 # 52-46 Local 16

Distrito Bogotá: Transversal 13^a # 119 - 71



Figura 1. Línea

de productos Beauty Line.

- Distrito Bucaramanga: Carrera 29 # 20 – 43

Teléfono: 6458302 – 6348551

1.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Recamier es una empresa dedicada al desarrollo, fabricación, distribución y comercialización de productos para el cuidado capilar y personal.

1.3 PRODUCTOS

Actualmente en la empresa se manejan dos divisiones para la distribución y ventas de su portafolio de productos. Una primera dirigida a la división profesional y la segunda a la división pública, distribuidas así:

1.3.1 División Profesional

Es una línea dirigida especialmente para los estilistas, ofreciendo así a cada uno de sus clientes infinitas alternativas para mejorar y mantener sus cabellos y peinados en excelentes condiciones. De igual forma productos para cabellos tinturados o que requieran tratamientos especiales.



La división esta conformada básicamente por las siguientes líneas:

- **BEAUTY LINE:** línea que ofrece los productos indispensables que proporcionan al cabello limpieza, acondicionamiento y cuidados necesarios para dar inicio al proceso creativo de transformación.

Conformada por los siguientes productos:

- Saloon'In shampoo
- Saloon'In conditioner
- Saloon' In Deep Treatment
- Saloon' In Hair Repair



Figura 1. Línea de productos Beauty Line.

- **TECHNICAL LINE:** Ofrece productos especializados en modificar la estructura del cabello para obtener suaves ondulaciones, alisados o cambios de color, conservando la belleza y salud del cabello.

Conformada por los siguientes productos:

- Saloon' In Hair Relaxer: cremas alisadora ideal para rizos extremos.
- Luminance Techni-tone: línea de coloración permanente en crema.
- Saloon'In Developer: revelador de color, en 10, 20, 30, 40 vol.
- Saloon'In Bleach Powder: Polvo decolorante

- Saloon'In Bleach Powder: Polvo decolorante.



Figura 2. Línea de productos Technical Line.

FINISHING LINE: Ofrece productos que aseguran un acabado perfecto del peinado y una extraordinaria Maleabilidad del cabello.

Esta línea esta conformada por los siguientes productos:

- Saloon'In Flexible Spray: laca de fijación intermedia.
- Saloon'In Hair Lac: laca de fijación extrafuerte.
- Saloon'In Straight Spray: fluido para cabellos Ondulados
- Saloon'In Styling Creme: acondicionador para todo tipo de cabello.
- Saloon'In Mega Hold: gel
- Saloon'In Super Hold: gel de fijación súper fuerte.
- Saloon'In Adapta Mouse: espuma capilar.
- Saloon'In Hair Gloss: spray de acción instantánea.
- Saloon'In Antifrizz Creme: controladora de rizos.
- Saloon'In Styling Paste: crema de moldeo.
- Saloon'In Creme Silicone.

▪ RETAIL LINE: Saloo'In, pensando siempre en que la rentabilidad y el buen servicio son variables indispensables para el éxito de cada negocio, creó esta línea, la

cual los peluqueros podrán ofrecer de forma exclusiva a sus clientes, con la seguridad de brindarles lo más especializado e innovador en productos capilares.

Conformado por las siguientes líneas:

- Saloon'In Rehydrance: shampoo, acondicionador y tratamiento.
- Saloon'In Color Guard: shampoo, acondicionador



Figura 4. Línea de productos Retail Line

- Saloon'In Fortex Intensive Treatment: loción anticaída de cabello intensiva.
- Saloon'In Fortex Shampoo: shampoo para cabellos con tendencia a caerse.
- Saloon'In Antidranduff Sanans Shampoo: shampoo para el control de la formación de caspa.
- Saloon'In Sanans Intensive Treatment: loción intensiva para combatir y solucionar los problemas de la caspa seca.
- Saloon'In Aloe Vera Treatment: crema a base de sábila.
- Saloon'In Keratin Deep Treatment: crema a base de keratina.
- Saloon'In Hair Repair: fluido reparador a base de silicona.
- RECAMIER PROFESIONAL: línea manejada también en la división publico pero en presentaciones con más contenido.
- Kleer Lac suave: Laca de fijación suave.
- Kleer Lac fuerte: Laca de fijación fuerte.
- Lissura Normal: exclusiva línea de productos para alisar el cabello.