

**ERIKA ROSNAIRA RODRIGUEZ LOZANO**

**HOLGER CAPACHO CAPACHO**



**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER – UTS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**CONTADURIA PÚBLICA**  
**BUCARAMANGA**  
**2018**



## **EVALUACION DE PROYECTOS**

**ERIKA ROSNAIRA RODRIGUEZ LOZANO**

**HOLGER CAPACHO CAPACHO**



**DOCENTE**

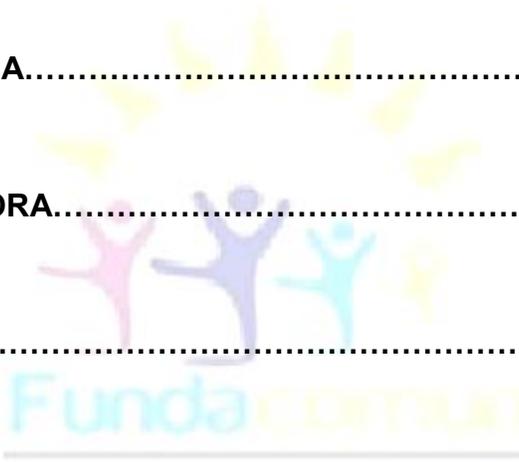
**JORGE ALBERTO BRAVO GENEY**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER – UTS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**CONTADURIA PÚBLICA**  
**BUCARAMANGA**

**2018**

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO	PAG.
RESEÑA.....	1.
DIAGNOSTICO INICIAL.....	3.
PROBLEMÁTICA.....	11.
PLAN DE MEJORA.....	13.
RESULTADOS.....	14.
DIAGNOSTICO FINAL.....	17.
RECOMENDACIONES.....	19.



Fundación Común

## 1.RESEÑA

### FUNDACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO DEL COMÚN



#### HISTORIA:

La entidad fue fundada en la ciudad de Arauca, en el año 2005 por la señora Olga Lucia Espitia, actual gerente general de la organización. La actividad principal actual de la entidad es el servicio de alojamiento, transporte y alimentación de personas de bajos recursos de la región que reciben servicios médicos especializados en ciudades como Bucaramanga o Cúcuta donde se encuentran sus sedes.

Cada una de las sedes cuenta con personal que brinda un servicio amable, humano y de calidad para las personas que se encuentran en dificultades de salud y solicitan este apoyo a nuestro cliente principal que es la unidad médica de Arauca quien costea la totalidad de los servicios brindados por la fundación.

Además la fundación ha contado con actividades complementarias que desarrolla de la mano con la gobernación de Arauca como son realización de obras de

ingeniería civil, interventorías y actividades lúdicas y educativas que se realizan en el departamento de Arauca para la población más vulnerable buscando mejorar la calidad de vida y desarrollar en ellos competencias encaminadas a mejorar la productividad agrícola y comercial de las poblaciones más alejadas y necesitadas de la región.

Actualmente las principales actividades se desarrollan en la ciudad de Bucaramanga, su sede está ubicada en la calle 104 #22-117 del barrio Provenza donde están las instalaciones que prestan el servicio de alojamiento y también se ejercen las gestiones administrativas. Se plantea realizar más actividades con entidades de salud y gubernamentales de la región santandereana y así ampliar el campo de acción, se tiene previsto la realización de campañas de promoción y aplicación en las diferentes convocatorias y licitaciones abiertas por estas entidades.



## 2. DIAGNOSTICO INICIAL

### MATRIZ DE DIAGNOSTICO

INFORMACION GENERAL	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	FUNDACOMUN
OBJETO SOCIAL:	
FECHA:	06/09/2018
ESCALA DE CALIFICACION	
En este diagnóstico no hay respuestas correctas e incorrectas. Se trata de calificar todas las afirmaciones en cada área organizacional en el rango de 1 a 5, de acuerdo con la siguiente escala:	
1. Corresponde a aquellas acciones que NO realiza en su empresa.	
2. Corresponde a aquellas acciones que ha planeado hacer y están pendientes de realizar.	
3. Corresponde a aquellas acciones que realiza, pero no se hacen de manera estructurada o planeada.	
4. Corresponde a aquellas acciones que realiza de manera estructurada y planeada.	
5. Corresponde a aquellas acciones que realiza de manera estructurada, planeada y acompañadas de acciones de mejora.	



<b>PLANEACION ESTRATEGICA</b>		
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>
1	La gestión y proyección de la empresa corresponde a un plan estratégico.	4
2	El proceso de toma de decisiones en la empresa involucra a las personas responsables de su ejecución y cumplimiento.	5
3	El plan estratégico de la empresa es el resultado de un trabajo en equipo.	5
4	La empresa cuenta con metas comerciales medibles y verificables en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	4
5	La empresa cuenta con metas de operación medibles y verificables en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	5
6	La empresa cuenta con metas financieras medibles y verificables en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	4
7	Al planear se desarrolla un análisis de: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.	3
8	Analiza con frecuencia el entorno en que opera la empresa considerando factores como: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.	5
9	Para formular sus estrategias, compara su empresa con aquellas que ejecutan las mejores prácticas del mercado	5
10	El personal está involucrado activamente en el logro de los objetivos de la empresa y en la implementación de la estrategia.	5
11	El presupuesto de la empresa corresponde a la asignación de recursos formulados en su plan estratégico.	4
12	La empresa cuenta con una visión, misión y valores escritos, divulgados y conocidos por todos los miembros de la organización.	5
13	La empresa ha desarrollado alianzas con otras empresas de su sector o grupo complementario	5
14	La empresa ha contratado servicios de consultoría y capacitación	5
15	Se tienen indicadores de gestión que permiten conocer permanentemente el estado de la empresa y se usan como base para tomar decisiones	4
16	El personal de confianza es multidisciplinario y representan diferentes puntos de vista frente a decisiones de la compañía.	4
17	Se relaciona estratégicamente para aprovechar oportunidades del entorno y consecución de nuevos negocios.	5
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>4,53</b>
		<b>90,59%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá		

<b>GESTION COMERCIAL</b>			
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>	
1	La gestión de mercadeo y ventas corresponde a un plan de marketing	2	
2	La empresa tiene claramente definido el mercado hacia el cual está dirigida (cliente objetivo).	4	
3	La empresa tiene definidas estrategias para comercializar sus productos y/o servicios.	3	
4	La empresa conoce en detalle el mercado en que compete.	4	
5	La Empresa tiene definida y en funcionamiento una estructura comercial para cumplir con sus objetivos y metas comerciales	3	
6	La empresa establece cuotas de venta y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores.	1	
7	La empresa dispone de información de sus competidores (precios, calidad, imagen).	4	
8	Los precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, de la demanda y de la competencia.	4	
9	Los productos y/o servicios nuevos han generado un porcentaje importante de las ventas y utilidades de la empresa durante los últimos dos años.	2	
10	La empresa asigna recursos para el mercadeo de sus servicios (promociones, material publicitario, otros).	1	
11	La empresa tiene un sistema de investigación y análisis para obtener información sobre sus clientes y sus necesidades con el objetivo de que éstos sean clientes frecuentes.	2	
12	La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción y publicidad para medir su efectividad y/o continuidad.	2	
13	La empresa dispone de catálogos o material con las especificaciones técnicas de sus productos o servicios.	4	
14	La empresa cumple con los requisitos de tiempo de entrega a sus clientes.	5	
15	La empresa mide con frecuencia la satisfacción de sus clientes para diseñar estrategias de mantenimiento y fidelización.	4	
16	La empresa tiene establecido un sistema de recepción y atención de quejas, reclamos y felicitaciones	4	
17	La empresa tiene registrada su marca (marcas) e implementa estrategias para su posicionamiento.	2	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>3,00</b>	<b>60,00%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá			

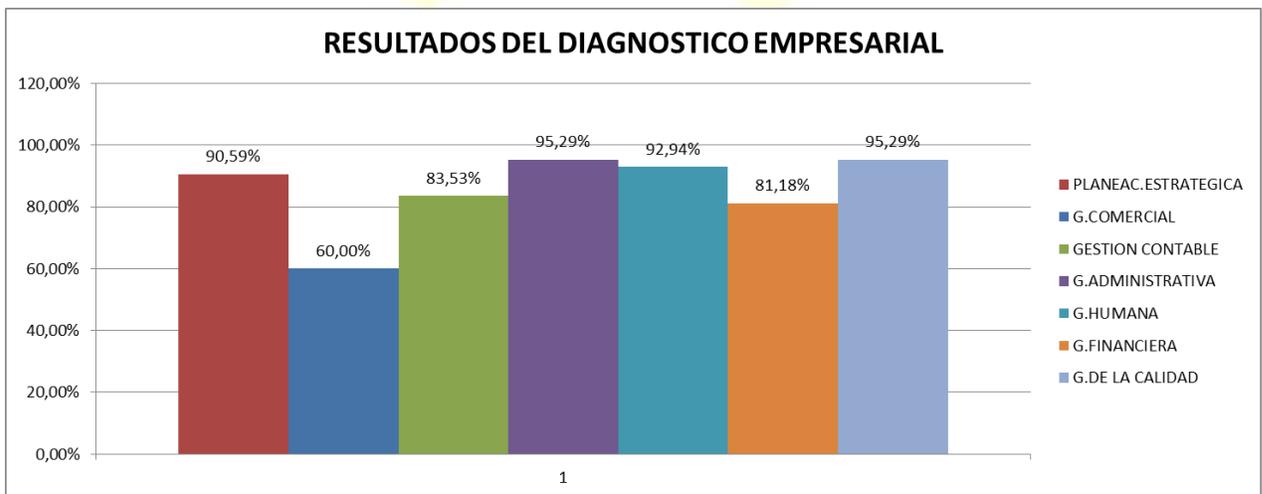
<b>GESTION ADMINISTRATIVA</b>		
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>
1	La empresa tiene definido algún diagrama donde se muestra la forma como está organizada	5
2	La información de los registros de la aplicación de los procedimientos generales de la empresa es analizada y utilizada como base para el mejoramiento.	4
3	La empresa involucra controles para identificar errores o defectos y sus causas, a la vez que toma acciones inmediatas para corregirlos.	5
4	La gerencia tiene un esquema de seguimiento y control del trabajo de la gente que le permite tomar mejores decisiones.	5
5	La empresa tiene definidas las responsabilidades, funciones y líneas de comunicación de los puestos de trabajo o cargos que desempeñan cada uno de los colaboradores.	5
6	La empresa cuenta con una junta directiva o junta de socios que orienta sus destinos, aprueba sus principales decisiones, conoce claramente el patrimonio y aportes de los socios y su respectivo porcentaje de participación.	5
7	La empresa tiene definidos y documentados sus procesos financieros, comerciales y de operaciones.	5
8	Las personas de la empresa entienden y pueden visualizar los diferentes procesos de trabajo en los que se encuentra inmersa su labor.	5
9	Las personas tienen pleno conocimiento de quién es su cliente interno, quién es su proveedor interno y qué reciben y entregan a estos.	5
10	La empresa tiene documentados y por escrito los diversos procedimientos para la administración de las funciones diarias.	4
11	La empresa posee un reglamento interno de trabajo presentado ante el Ministerio del Trabajo, un reglamento de higiene y una política de seguridad industrial.	4
12	La empresa cuenta con un esquema para ejecutar acciones de mejoramiento (correctivas y preventivas e inspecciones) necesarias para garantizar la calidad del producto o servicio.	5
13	Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas para su sector o actividad económica.	5
14	La empresa capacita y retroalimenta a sus colaboradores en temas de calidad, servicio al cliente y mejoramiento continuo.	5
15	El Gerente impulsa, promueve y lidera programas de calidad en la empresa.	5
16	La empresa posee un manual de convivencia y un código de ética.	4
17	La empresa se actualiza sobre las leyes o normas en materia laboral, comercial, tributaria y ambiental.	5
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>4,76</b>
		<b>95,29%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá		

<b>GESTION HUMANA</b>			
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>	
1	La empresa cuenta con definiciones claras (políticas) y se guía por pasos ordenados (procedimientos) para realizar la búsqueda, selección y contratación de sus trabajadores.	5	
2	En la búsqueda de candidatos para las vacantes, se tienen en cuenta los colaboradores internos como primera opción.	5	
3	Para llenar una vacante, se definen las características (competencias) que la persona debe poseer basado en un estudio del puesto de trabajo que se va a ocupar (descripción de las tareas, las especificaciones humanas y los niveles de desempeño requerido).	5	
4	En la selección del personal se aplican pruebas (de conocimientos o capacidad, de valoración de las aptitudes y actitudes y de personalidad) por personas idóneas para realizarlas.	4	
5	En la selección del personal se incluye un estudio de seguridad que permita verificar referencias, datos, autenticidad de documentos, antecedentes judiciales, laborales y académicos, y una visita domiciliaria.	5	
6	La empresa cuenta con proceso de inducción para los nuevos trabajadores y de re-inducción para los antiguos.	5	
7	La empresa tiene un programa de entrenamiento en habilidades prácticas y técnicas, formación humana y desarrollo personal para el mejor desempeño de sus colaboradores.	4	
8	La empresa mide el impacto del entrenamiento en el desempeño del personal y se tiene una retroalimentación continua que permite seguir desarrollando el talento de las personas.	4	
9	Cada puesto de trabajo tiene definida la forma de medir el desempeño de la persona (indicador) lo cual permite su evaluación y elaboración de planes de mejoramiento.	5	
10	La empresa está alerta a identificar futuros líderes con alto potencial y colaboradores con desempeño superior.	4	
11	Se premia y reconoce el cumplimiento de las metas, especialmente cuando se superan.	4	
12	La planta, los procesos, los equipos y las instalaciones en general están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.	5	
13	La empresa realiza actividades sociales y recreativas y busca vincular a la familia del trabajador en dichas actividades.	5	
14	El responsable de la gestión humana guía y acompaña a los jefes para desarrollar el talento de sus colaboradores, analizando no solo la persona sino los demás aspectos que influyen en el desempeño.	4	
15	La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia y compromiso.	5	
16	El trabajo en equipo es estimulado en todos los niveles de la empresa.	5	
17	La comunicación entre los diferentes niveles de personal de la compañía (directivos, técnicos, administrativos, otros) se promueve y es ágil y oportuna.	5	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>4,65</b>	<b>92,94%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá			

<b>GESTION FINANCIERA</b>			
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>	
1	La empresa realiza presupuestos anuales de ingresos, egresos y flujo de caja.	5	
2	La información financiera de la empresa es confiable, oportuna, útil y se usa para la toma de decisiones.	5	
3	La empresa compara mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, analiza las variaciones y toma las acciones correctivas.	4	
4	El Empresario recibe los informes de resultados contables y financieros en los diez (10) primeros días del mes siguiente a la operación.	5	
5	El Empresario controla los márgenes de operación, la rentabilidad y la ejecución presupuestal de la empresa mensualmente.	5	
6	La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar, controlar y rotar eficientemente sus inventarios.		
7	La empresa cuenta con un sistema claro para establecer sus costos, dependiendo de los productos, servicios y procesos.	4	
8	La empresa conoce la productividad que le genera la inversión en activos y el impacto de estos en la generación de utilidades en el negocio.	5	
9	La empresa tiene una política definida para el manejo de su cartera, conoce y controla sus niveles de rotación de cartera y califica periódicamente a sus clientes.	5	
10	La empresa tiene una política definida para el pago a sus proveedores.	3	
11	La empresa maneja con regularidad el flujo de caja para tomar decisiones sobre el uso de los excedentes o faltantes de liquidez.	4	
12	La empresa posee un nivel de endeudamiento controlado y ha estudiado sus razones y las posibles fuentes de financiación.	3	
13	La empresa cumple con los compromisos adquiridos con sus proveedores de bienes y servicios de manera oportuna.	4	
14	Cuando la empresa tiene excedentes de liquidez conoce como manejarlos para mejorar su rendimiento financiero y no incurrir en costos de oportunidad.	4	
15	La empresa tiene una política establecida para realizar reservas de patrimonio y reinversiones.	3	
16	La empresa evalúa el crecimiento del negocio frente a las inversiones realizadas y conoce el retorno sobre su inversión.	5	
17	La empresa tiene amparados los equipos e instalaciones contra siniestros.	5	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>4,06</b>	<b>81,18%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá			

<b>GESTION DE LA CALIDAD</b>		
<b>No.</b>	<b>ENUNCIADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>
1	La empresa cuenta con una política de calidad definida	5
2	La empresa desarrolla un análisis periódico para identificar los procesos críticos (aquellos que afectan directamente la calidad del producto o servicio).	5
3	Los métodos de trabajo relacionados con los procesos críticos de la empresa están documentados.	5
4	Los documentos relacionados con los métodos de trabajo son de conocimiento y aplicación por parte de los involucrados en los mismos.	4
5	La información de los registros de la aplicación de los procedimientos generales de la empresa es analizada y utilizada como base para el mejoramiento.	5
6	La empresa involucra controles para identificar errores o defectos y sus causas, a la vez que toma acciones inmediatas para corregirlos.	4
7	La empresa hace pruebas metrológicas e inspecciones a sus equipos (en caso de que se requiera).	5
8	La empresa cuenta con un esquema de acción para ejecutar las acciones correctivas y preventivas necesarias para garantizar la calidad del producto o servicio.	5
9	Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas para su sector o actividad económica.	5
10	La empresa cuenta con parametros definidos para la planeación de compra de equipos, materia prima, insumos y demás mercancías.	5
11	La empresa se esfuerza por el mejoramiento y fortalecimiento de sus proveedores.	4
12	La empresa capacita a sus colaboradores en temas de calidad y mejoramiento continuo	5
13	El personal que tiene contacto con el cliente recibe capacitación y retroalimentación continua sobre servicio al cliente.	5
14	El Gerente impulsa, promueve y lidera programas de calidad en la empresa.	5
15	El Gerente identifica las necesidades del cliente y las compara con el servicio ofrecido, como base para hacer mejoramiento e innovaciones.	5
16	Se mide en la empresa el índice de satisfacción del cliente como base para planes de mejora de la organización	5
17	La empresa aprovecha sus logros en gestión de calidad para promover su imagen institucional, la calidad de sus productos y servicios y su posicionamiento en el mercado.	4
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>4,76</b>
		<b>95,29%</b>
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá		

CUADRO DE RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO EMPRESARIAL			
No.	AREAS	PUNTAJE	PORCENTAJE
1	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	4,53	90,59%
2	GESTIÓN COMERCIAL	3,00	60,00%
3	GESTIÓN CONTABLE	4,18	83,53%
4	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	4,76	95,29%
5	GESTIÓN HUMANA	4,65	92,94%
6	GESTIÓN FINANCIERA	4,06	81,18%
7	GESTIÓN DE LA CALIDAD	4,76	95,29%
PUNTAJE TOTAL		4,28	85,55%
Fuente: Elaboración Propia basada en Cámara de Comercio de Bogotá			



### 3. PROBLEMÁTICA

En el desarrollo de la matriz de diagnóstico a la fundación para la promoción y el desarrollo de la comunidad se encontraron en su mayoría aspectos satisfactorios al desarrollo de su razón social, evidenciando que a nivel general se presenta una buena gestión del negocio. Las áreas evaluadas en esta matriz fueron: Planeación estratégica, Gestión comercial, contable, Administrativa, Humana, Financiera y de Calidad.

La planeación estratégica nos demuestra la disponibilidad y la entrega realizada por cada uno de los trabajadores que intervienen en el desarrollo de estrategias empresariales y en el seguimiento al objetivo colectivo de la entidad, tanto en visión a largo plazo como al corto plazo que estipula la gerencia de la organización.

La gestión comercial es el área de la entidad que no cumple los estándares de calidad evaluados en la matriz, pues se pudieron encontrar debilidades en el desarrollo de un plan de marketing, esto porque no se encuentra establecido el mismo, propiciando una desventaja a nivel comercial de la compañía frente a la competencia, para lo cual se tendrá una atención especial en las decisiones gerenciales a solucionarse a corto plazo.

La gestión contable cuenta con buenas condiciones en el desarrollo del plan establecido por el departamento contable, a pesar que no se pueden contestar la totalidad de los ítems de la matriz, en la empresa no se cuenta con un registro de inventarios ni se maneja una política de créditos. A pesar de esto se puede brindar aportes de gran ayuda para la compañía como lo es el correcto cumplimiento del marco normativo al que pertenece la empresa y realizándolo de forma clara y oportuna. Como la realización de informes financieros con estándares de calidad y periodicidad adecuada.

La gestión administrativa es una de las áreas de mayor aporte al buen funcionar de la empresa, cuenta con uno de los puntajes más altos en los resultados de la

aplicación de la matriz desarrollada, garantizando de forma correcta el apoyo a las demás áreas de la compañía y brindando soluciones integrales a la toma de decisiones relacionadas con el buen funcionamiento de cada departamento de la empresa. La cual cuenta y aplica los estándares administrativos nacionales e internacionales en el cumplimiento de las funciones sociales de la compañía.

La gestión humana aplica y realiza de forma ordenada las políticas de contratación adoptadas por la empresa para la selección del personal que apoya la empresa, identificando las competencias, los conocimientos y la capacidad que necesita el profesional que ocupe cada cargo en la compañía, para esto la empresa desarrolla actividades de esparcimiento comunitario, inclusión familiar para los trabajadores y campañas de capacitación para el desarrollo de sus funciones.

La gestión financiera va de la mano con la gestión contable de la empresa y de la misma manera cumple los estándares evaluados en la matriz para este departamento, realizando de forma eficiente y oportuna todos y cada uno de los informes solicitados por la gerencia para el buen manejo de la empresa, aplicando de forma correcta la evaluación del mercado y los posibles cambios que pueden ser evidentes para el correcto funcionamiento de la empresa.

La gestión de la calidad es un pilar de vital importancia en la empresa pues es la manera de evaluar el servicio prestado, este se desarrolla a través de la aplicación periódica de evaluaciones y muestreo aleatorio de resultados en la prestación de los servicios, cumpliendo en la mayoría de las veces en la política establecida por la gerencia, aplicando de forma correcta el fortalecimiento y mejoramiento planteado por la gerencia en el desarrollo de la actividad.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente Fundecomun no cuenta con un área comercial establecida, aunque en dicha área se encuentran puntos fuertes pero no lo suficiente para que su lista de clientes sea amplia.

#### 4. PLAN DE MEJORA

Fundecomun, hoy en día no cuenta con una Área Comercial. Lo cual crea deficiencias en este aspecto, que no permiten que la empresa sea conocida en varias ciudades.

Con esta propuesta se pretende facilitar a la empresa, una herramienta administrativa que ayude a la implementación del Área Comercial, en la cual se va a trabajar el perfil de dicha área, el manual de funciones del cargo y hacer un esquema del tipo de publicidad que se puede manejar para dar a conocer la empresa en otras ciudades del país.



## 5. RESULTADOS

### 5.1 BUSQUEDA DE INFORMACION PARA CREAR EL PERFIL Y EL MANUAL DE FUNCIONES A DESEMPEÑAR.

Para poder estructurar el Área comercial se hicieron varias búsquedas en lo cual nos permitieron estudiar los parámetros que se necesitan para estructurar dicha área, algunos de ellos fueron:

- <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-ventas/organizar-departamento-comercial/>



- <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/funciones-director-comercial/>

Correo - erodriguez-29@hotmail.com x Google Académico x Que es el Director Comercial y x Metabusca... Microsoft Word - portadas.doc x

https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/funciones-director-comercial/

Noticias / Eventos / Internacional / Sedes / Investigador / Formación a Empresa / Blog de Marketing de IMF

IMF Business School #MktIMF Blog de Marketing

INICIO MASTERS OFICIALES MASTERS PROFESIONALES CURSOS BLOGS CONTACTO

Inicio / General / Qué Es El Director Comercial Y Cuáles Son Sus Funciones

General

Funciones del DIRECTOR COMERCIAL

Buscar

Infórmate

- Máster en Marketing y Comunicación Digital Online o Semipresencial ▶
- Máster en Marketing y Comunicación Digital en Madrid (Presencial) ▶
- Máster en Marketing y Dirección Comercial ▶
- Máster Oficial en Dirección Comercial y Marketing Universidad Camilo José Cela ▶
- Máster en Comercio Internacional ▶
- Máster en Innovación y Marketing Digital ▶

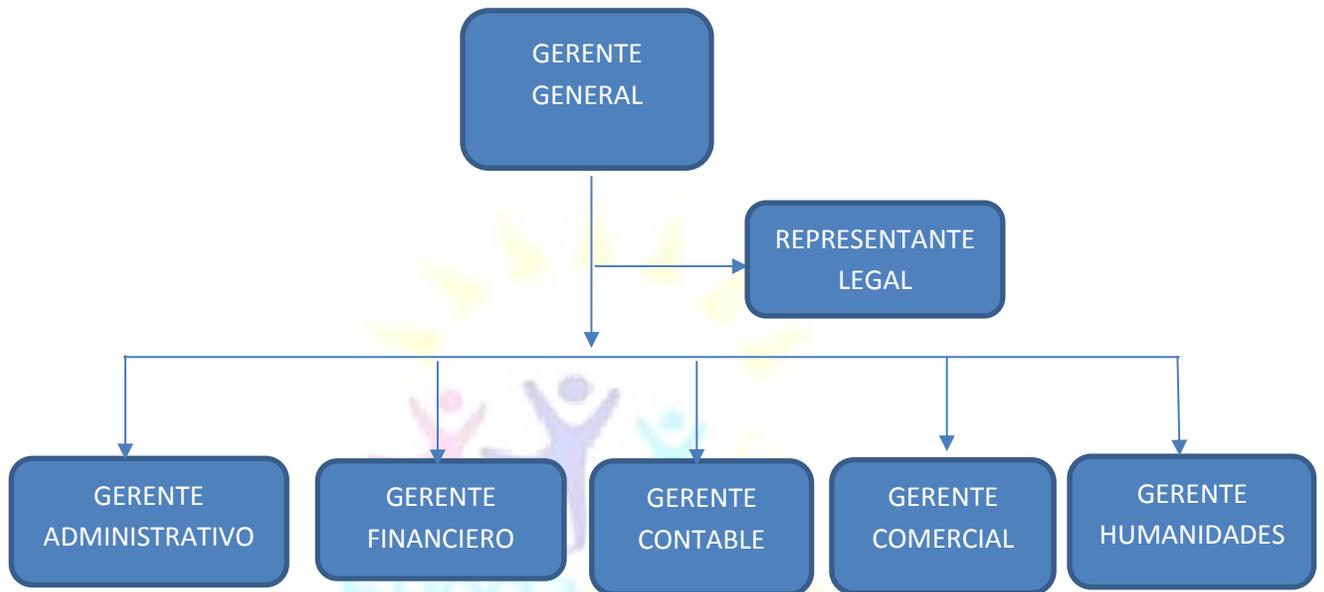
Déjanos tu mensaje

10:34 p. m. 21/10/2018



## 5.2 AJUSTE DEL ORGANIGRAMA.

Se ajusta el organigrama de la empresa debido a que con el que cuenta la compañía no cuenta con el área comercial.



## 6. DIAGNOSTICO FINAL

En la evaluación a las áreas administrativas de FUNDACOMUN se evidencio la falta de un área comercial, para la organización y el correcto funcionamiento de la misma se determina la creación del cargo de GERENTE COMERCIAL, para así cumplir en la totalidad los parámetros intervenidos por la matriz de diagnóstico empresarial y posicionar la empresa correctamente y de manera más eficaz en el mercado.

Este cargo debe tener unas competencias específicas que puedan ser de apoyo a la correcta marcha del negocio, a FUNDACOMUN se estipula el siguiente manual de funciones que debe cumplir el gerente comercial contratado por la organización:

1. Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales.
2. Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la Gerencia de Ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas.
3. Realizar análisis del sector de telecomunicaciones que incluya Clientes, Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos y a los posibles ingresantes al Mercado.
4. Estudiar las Tendencias Tecnológicas como Soporte a nuevos Mercados de Servicio en los que pueda participar la Empresa.
5. Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.
6. Analizar y determinar la Rentabilidad de los diferentes Servicios que presta y/o prestará la Empresa.
7. Analizar el Comportamiento de la Demanda de los diferentes servicios que presta la empresa.
8. Formular e implementar políticas, que orienten los estudios de Mercado, Promoción y labor Publicitaria de los servicios que brinda o brindará la Empresa.
9. Realizar el análisis cualitativo y cuantitativo del Mercado, de tal manera que se pueda proyectar la demanda de los distintos servicios de telecomunicaciones.

10. Mantener una estructura tarifaria dinámica y flexible que responda a los cambios que puedan suscitarse financiera o Comercialmente.

11. Elaborar Escenarios futuros de acuerdo a los diferentes estados posibles del entorno.

12. Elaborar y dar seguimiento a los planes de Comercialización de los Servicios actuales y futuros que proporcionara la Empresa.

13. Elaborar y aplicar planes de descuentos flexibles y personalizados.

14. Publicitar y Promocionar los diferentes servicios que presta o prestara la empresa.

15. Identificar, analizar y aplicar alternativas para penetración y desarrollo de Mercados mediante la introducción de nuevos Servicios y la utilización de la Red existente.

16. Definir Estrategias de Comercialización.

Luego de la puesta en marcha de las recomendaciones dadas por los estudiantes y la implementación del área comercial en la empresa FUNDACOMUN fue posible ver los siguientes resultados en la matriz de diagnóstico empresarial:

## GESTION COMERCIAL

No.	ENUNCIADOS	PUNTAJE
1	La gestión de mercadeo y ventas corresponde a un plan de marketing	4
2	La empresa tiene claramente definido el mercado hacia el cual está dirigida (cliente objetivo).	4
3	La empresa tiene definidas estrategias para comercializar sus productos y/o servicios.	5
4	La empresa conoce en detalle el mercado en que compite.	4
5	La Empresa tiene definida y en funcionamiento una estructura comercial para cumplir con sus objetivos y metas comerciales	4
6	La empresa establece cuotas de venta y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores.	3
7	La empresa dispone de información de sus competidores (precios, calidad, imagen).	4
8	Los precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, de la demanda y de la competencia.	4
9	Los productos y/o servicios nuevos han generado un porcentaje importante de las ventas y utilidades de la empresa durante los últimos dos años.	3

10	La empresa asigna recursos para el mercadeo de sus servicios (promociones, material publicitario, otros).	5	
11	La empresa tiene un sistema de investigación y análisis para obtener información sobre sus clientes y sus necesidades con el objetivo de que éstos sean clientes frecuentes.	5	
12	La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción y publicidad para medir su efectividad y/o continuidad.	5	
13	La empresa dispone de catálogos o material con las especificaciones técnicas de sus productos o servicios.	5	
14	La empresa cumple con los requisitos de tiempo de entrega a sus clientes.	5	
15	La empresa mide con frecuencia la satisfacción de sus clientes para diseñar estrategias de mantenimiento y fidelización.	4	
16	La empresa tiene establecido un sistema de recepción y atención de quejas, reclamos y felicitaciones	4	
17	La empresa tiene registrada su marca (marcas) e implementa estrategias para su posicionamiento.	3	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		4.18	83.53%

## 7. RECOMENDACIONES

1. Mantener y reforzar el departamento comercial para que la aplicación tenga resultados duraderos para la compañía.
2. Realizar evaluaciones periódicas de la gestión realizada por el gerente comercial.
3. El gerente comercial tenga disponibilidad de viajar y así dar a conocer los servicios de la organización en otros municipios y departamentos del país.
4. Se brinden las ayudas necesarias para la buena gestión del departamento y entrelazarlo con los demás departamentos de la compañía.

FUNDACOMUN  
NIT. 890.219.245-4

CERTIFICA

Que el docente investigador **Jorge Alberto Bravo Geney** integrante del Grupo de Investigación SERCONT de las Unidades Tecnológicas de Santander, y los estudiantes ERIKA ROSNAIRA RIDRIGUEZ LOZANO y HOLGER SAUDIEL CAPACHO CAPACHO diseñaron y ejecutaron la innovación empresarial denominada Gestión organizacional para la mejora del área comercial en la empresa FUNDACOMUN de la ciudad de Bucaramanga, mediante la aplicación de innovación, durante el periodo 06 de agosto al 30 de noviembre del año 2018.

Esta innovación en la gestión empresarial de tipo organizacional generó un nuevo modelo de operación para la empresa.

*OLGA LUCIA ESPITIA*  
OLGA LUCIA ESPITIA SOSA  
Representante Legal  
CC. *60388112*

Anexos:

Certificado Cámara de comercio actualizado

RUT vigente



CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS  
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2017/03/29 HORA: 12:12:09  
7734957

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 12900A7D48

-----  
LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCIÓN CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN CITADO EN EL ENCABEZADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ, CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.  
-----

CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE ESTABLECIMIENTO DE:  
FUNDACION BUCARAMANGA

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A  
MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 297132 DEL 2014/06/05  
NOMBRE: FUNDACION BUCARAMANGA  
FECHA DE RENOVACION: MARZO 29 DE 2017  
DIRECCION COMERCIAL: CALLE 104 # 22 - 117 BARRIO PROVENZA  
MUNICIPIO: BUCARAMANGA - SANTANDER  
TELEFONO: 3168777396  
E-MAIL: fundacioncomun@gmail.com  
ACTIVIDAD PRINCIPAL : 4290 CONSTRUCCIÓN DE OTRAS OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.  
ACTIVIDAD SECUNDARIA : 4921 TRANSPORTE DE PASAJEROS.  
OTRA ACTIVIDAD 1 : 5519 OTROS TIPOS DE ALOJAMIENTOS PARA VISITANTES.  
OTRA ACTIVIDAD 2 : 9499 ACTIVIDADES DE OTRAS ASOCIACIONES N.C.P.

C E R T I F I C A  
DE PROPIEDAD DE:  
FUNDACION PARA LA PROMOCION Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD  
MATRICULADO EN LA CAMARA DE COMERCIO DE ARAUCA

NO APARECE INSCRIPCION POSTERIOR DE DOCUMENTOS QUE MODIFIQUE LO ANTES ENUNCIADO  
EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2017/03/29 12:12:09 - REFERENCIA OPERACION 7734957

-----  
LOS ACTOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TÉRMINO, NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICIÓN ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O DE APELACIÓN ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

PARA EFECTOS DEL CÓMPUTO DE LOS TÉRMINOS LOS SÁBADOS NO SON DÍAS HÁBILES EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE CONCEPTOS FAVORABLES DE USO DE SUELO, NORMAS SANITARIAS Y DE SEGURIDAD.  
-----

IMPORTANTE: LA FIRMA DIGITAL DEL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA CONTENIDA EN ESTE CERTIFICADO ELECTRONICO, SE ENCUENTRA EMITIDA POR UNA ENTIDAD DE CERTIFICACION ABIERTA AUTORIZADA Y VIGILADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DE CONFORMIDAD CON LAS EXIGENCIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY 527 DE 1999.

EN EL CERTIFICADO SE INCORPORAN TANTO LA FIRMA MECÁNICA QUE ES UNA REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA FIRMA DEL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, COMO LA FIRMA DIGITAL Y LA RESPECTIVA ESTAMPA CRONOLÓGICA, LAS CUALES PODRÁ VERIFICAR A TRAVÉS DE SU APLICATIVO VISOR DE DOCUMENTOS PDF.

NO, OBSTANTE SI USTED EXPIDIÓ EL CERTIFICADO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PUEDE IMPRIMIRLO DESDE SU COMPUTADOR CON LA CERTEZA DE QUE FUE EXPEDIDO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR, POR UNA SOLA VEZ, SU CONTENIDO INGRESANDO A [WWW.CAMARADIRECTA.COM](http://WWW.CAMARADIRECTA.COM) OPCION CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN EL ENCABEZADO DEL PRESENTE DOCUMENTO. EL CERTIFICADO A VALIDAR CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> Hoja Principal				<b>001</b>	
2. Concepto: <input type="checkbox"/> 01 <input checked="" type="checkbox"/> 02 Actualización Repaso interesado para la DIAN				4. Número de formulario: 14489887487			
							
5. Número de identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Dirección seccional:		14. Sución electrónica:	
9 0 0 2 1 9 2 4 5 -		4		Ingeniería y Arteses de Bucaramanga		<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>IDENTIFICACION</b>							
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:	
Persona jurídica		1					
Lugar de expedición:		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:	
		COLOMBIA		Santander		Bucaramanga	
31. Primer apellido:		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre:		34. Otros nombres:	
35. Razón social: FUNDACION PARA LA PROMOCION Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD							
36. Nombre comercial: FUNDACOMUN							
<b>UBICACION</b>							
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:			
COLOMBIA		Santander		Bucaramanga		001	
41. Dirección principal: CL 104 22 117							
42. Correo electrónico: fundacioncomun@gmail.com		43. Código postal:		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:	
				6 3 8 1 2 5 5		3 1 0 7 8 6 7 0 8 0	
<b>CLASIFICACION</b>							
Actividad económica				Ocupación			
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimiento	
46. Código:		48. Código:		50. Código:		51. Código:	
9 4 9 9		5 5 1 9		1 2			
47. Fecha inicio actividad:		49. Fecha inicio actividad:		1 4 2 9 0			
2 0 0 8 0 4 1 4		2 0 0 8 0 4 1 4					
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>							
53. Código:							
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario							
07- Retención en la fuente a título de renta							
11- Ventas régimen común							
14- Informante de estroga							
42- Obligado a llevar contabilidad							
<b>Obligados aduaneros</b>				<b>Exportadores</b>			
54. Código:				55. Forma:		56. Tipo:	
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20				57. Modo:		58. CPC:	
				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<b>¡IMPORTANTE!</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación. Para uso exclusivo de la DIAN.							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2 0 1 8 1 0 9 0			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurrirá podrá ser sancionada. Artículo 49 del Decreto 1471 de Noviembre de 2013. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 964. Nombre: ESPRITA DOGA OLGA LUCIA 965. Cargo: Representante legal Certificado			