

PROPUESTA DE INDUCCION PARA EL AREA COMERCIAL DE PARMALAT  
COLOMBIA EN YUMBO DEPARTAMENTO VALLE DEL CAUCA

EDY LOPEÑA MARTINEZ GUERRERO  
LINA MARCELA PEREZ MONTOYA

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA A DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PALMIRA, VALLE DEL CAUCA

2016

**PROPUESTA DE INDUCCIÓN PARA EL ÁREA COMERCIAL DE PARMALAT  
COLOMBIA EN YUMBO DEPARTAMENTO VALLE DEL CAUCA**

**EDY LORENA MARTINEZ GUERRERO  
LINA MARCELA PEREZ MONTOYA**

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA A DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA, VALLE DEL CAUCA  
2016**

**PROPUESTA DE INDUCCIÓN PARA EL ÁREA COMERCIAL DE PARMALAT  
COLOMBIA EN YUMBO DEPARTAMENTO VALLE DEL CAUCA**

**EDY LORENA MARTINEZ GUERRERO  
LINA MARCELA PEREZ MONTOYA**

Proyecto de Grado presentado para optar al título profesional de Administrador de  
Empresas

Director del curso de Profundización  
Ingeniero Industrial  
Francisco Javier Duran Primero

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA A DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA, VALLE DEL CAUCA  
2016**

## CONTENIDO

	Pág.
1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	11
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.2.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2.2 Formulación del problema.....	13
1.2.3 Sistematización del problema .....	13
2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	15
3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	15
4 MARCO DE REFERENCIA.....	17
4.1 MARCO TEÓRICO.....	17
4.2 MARCO LEGAL .....	20
4.3 MARCO CONTEXTUAL.....	21
4.3.1 Análisis Interno .....	21
4.3.2 Análisis Económico.....	22
5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	29
5.1 MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN .....	29
5.1.1 Método de Observación: .....	29
5.1.2 Método de Encuesta: .....	29
5.1.3 Línea de Investigación: .....	29
6 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	30
6.1 ESTUDIO EXPLORATIVO .....	30
6.2 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
6.3 FUENTES Y TÉCNICAS USADAS EN LA INVESTIGACIÓN.....	31
6.4 TÉCNICAS ESTADÍSTICAS.....	32
6.5 CRONOGRAMA.....	34
6.6 PRESUPUESTO .....	35
7 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA .....	36
7.1 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL .....	36
7.1.1 Identificación de la estructura: .....	36
7.2 Organigrama .....	37
7.3 Descripción e interrelación de las áreas funcionales de la empresa.....	38
7.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	40
7.4.1 Misión: .....	40
7.4.2 Objetivos estratégicos.....	40
7.4.3 Principios y valores .....	41
7.4.4 Política integral de gestión .....	42
7.5 Estado Actual de los procesos .....	43
7.6 DIAGNÓSTICO DEL ÁREA COMERCIAL.....	45

8	PROGRAMA DE INDUCCIÓN PARA EL PERSONAL DEL ÁREA COMERCIAL QUE LABORA EN PARMALAT EN YUMBO .....	56
9	ANEXOS .....	61
10	CONCLUSIONES.....	63
11	GLOSARIO .....	64
12	REFERENCIAS.....	66

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad Yumbo es catalogado como una de la ciudades industriales para el país, abasteciendo a gran parte del mercado nacional y siendo puente para empresas exportadoras, es por esta razón que se ha convertido en una necesidad de expansión para Parmalat Colombia el desarrollo de un modelo de negocio óptimo que cumpla con los estándares del mercado nacional e internacional, por tal motivo se pretende realizar una propuesta de inducción para el departamento comercial, con el apoyo del área de recursos humanos a cargo de la psicóloga organizacional Viviana Lozano, con el fin de fortalecer las falencias existentes y abarcar un mercado más amplio en un corto plazo.

La propuesta de inducción para el área comercial específicamente para los cargos de mercaderistas y vendedores tienda a tienda, busca satisfacer las exigencias del mercado y clientes actuales, donde se estudiarán las variables dependientes como son la perdida de la credibilidad de los clientes, devolución de mercancías y la disminución en ventas.

Debido a que el mercado demanda empresas competitivas que puedan satisfacer los requerimientos y necesidades de los clientes con mayor precisión posible se presentara un plan óptimo acorde a las necesidades de las partes.



### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**