

PROPUESTA DE SISTEMAS INNOVADORES DE VENTAS PARA LA
FERRETERÍA FERROMANGUERAS

Luisa Fernanda Alvear
Mildren Gineth Timaná

Facultad de Humanidades, Artes, Ciencias Sociales y de la Educación
Proyecto de grado
Freddy Alfonso Toro
31/03/2023

RESUMEN DE LA PROPUESTA

La ferretería Ferromangueras actualmente no ha realizado la transición adecuada al sector digital, estando así estancada dentro de los cambios que actualmente la sociedad ha impuesto, por tanto, está perdiendo la oportunidad de llegar a otro tipo de mercados e incrementar sus ventas. Partiendo de este problema se propone implementar una serie de sistemas innovadores de ventas, los cuales puedan ayudar a la ferretería a posicionarse en el mercado actual y a su vez llegar a otro tipo de públicos, cabe resaltar que su ubicación física está en un sector altamente competitivo, por tanto lo que se busca con estos sistemas de innovación es lograr que la ferretería Ferromangueras se destaque por su atención al cliente y su buen servicio al público, obteniendo así tanto una atracción de nuevos clientes potenciales, como también mantener a la clientela que se viene manejando actualmente.

PLANTEAMIENTO, DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La ciudad de Popayán está ubicada al sur occidente colombiano, es una ciudad multicultural que recibe personas de diferentes lugares de Colombia y por ende se ha empezado a diversificar su economía, tal es el caso de la ferretería Ferromangueras, la cual está ubicada en la calle 5 del barrio valencia lleva 20 años de vigencia en el mercado, trabaja con una clientela mayorista y minorista, cuenta con una amplia competencia en su entorno, no incluye redes sociales ni domicilios.

Para nadie es un secreto que en los últimos años la globalización ha conllevado a grandes cambios al mundo empresarial, un claro ejemplo reciente es el que se vivió durante la pandemia la cual llevó a un encierro pero también a ingeniarse estrategias de cómo poder seguir trabajando en los negocios y empresas, los cuales tuvieron que adaptarse e implementar nuevas maneras de poder llegar a sus clientes, como domicilios, crear sus redes sociales para que fuera ese lazo entre clientes y empresa y además de esto jugársela por brindar un excelente servicio pese a las condiciones; muchas de estas empresas no lograron adaptarse ya que en su proceso de transición murieron en el intento. Es así como las empresas tradicionales poco a poco han empezado a quedarse a un costado, en un mercado cada vez más joven en constante avance e innovación, sus clientes y ventas han disminuido llevándolos a la necesidad de buscar una pronta solución.

El ser humano quedó acostumbrado a obtener sus necesidades y requerimientos desde la comodidad de su casa a solo un clic de la pantalla de su celular, desde ahí podemos ver evidenciado como la mayor parte de la población hizo esta transición al mundo digital y como puede que muchos sigan con esa mentalidad son muy pocos los que la dejaron atrás he aquí la importancia de que las empresas antiguas y las futuras empresas o emprendimientos cada vez mejoren sus sistemas de ventas.

Sin embargo para esta ferretería tradicional, es importante tener en cuenta los procesos de innovación de los mercados y su competencia, se puede dar cuenta que esta requiere hacer un proceso de transición al ámbito digital, ya que con los años se ha quedado atrás por su desactualización viéndose afectado su crecimiento y perdiéndose así de la gran oportunidad de demanda por la que pasa la ciudad de Popayán ya que esta se encuentra en crecimiento y se han incrementado los proyectos de construcción de vivienda y demás, afectando de forma positiva este mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede preguntar ¿implementar sistemas innovadores de ventas podrían mejorar el desarrollo de la empresa?

JUSTIFICACIÓN

Esto permitirá que la empresa pueda diversificar su sistema de ventas ayudando a que Ferromangueras tenga un mayor incremento en sus ingresos, reconocimiento y posicionamiento en la ciudad, aprovechando las tecnologías de la información y la comunicación.

Este tipo de propuestas aporta al crecimiento de una pequeña empresa y con esto a mejorar en términos económicos un desarrollo social, generando empleos, dinamismo de flujo de dinero, crecimiento dentro de la economía.

Este tipo de trabajos permiten la aplicación de conceptos como innovar o morir, design thinking pensamiento de diseño, invención, comercialización transformación digital, agilidad empresarial, herramientas digitales, innovación sostenible que le sirven a una comunidad académica para que se familiarice con este tipo de contenidos y que después esto pueda ayudar a su aplicabilidad en los contextos prácticos.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Realizar una propuesta de sistemas innovadores de ventas, que ayude al posicionamiento e incremento de ventas.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico que permita conocer, recolectar información sobre el estado de los sistemas de ventas de la empresa.
- Analizar la información recolectada.
- Construir la propuesta de sistemas innovadores de ventas.

MARCO CONCEPTUAL

Análisis de mercado: Un análisis de mercado es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado particular en tu industria e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más

Oferta demanda: oferta, nos referimos a la cantidad de bienes y servicios que se ponen en venta, mientras que la demanda es la cantidad de dichos bienes y servicios que se desean adquirir.

Innovación: Thompson (1965) Innovación es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios.

Nelson (1968) Una innovación es el proceso por el cual nuevos productos y técnicas son introducidos en el sistema económico.

Digitalización: Cleveland (2001), define que la digitalización es la “conversión de cualquier medio fijo o análogo - libros, artículos de revistas, fotos, pinturas, microformas - en formato electrónico mediante el empleo de un scanner”

Ventas: De acuerdo con Foster (1994) la definición de venta se refiere a: “cualquier esfuerzo o proceso cuyo objetivo primordial es otorgar un producto o servicio a cambio de papel moneda”

METODOLOGÍA A IMPLEMENTAR

En esta propuesta se realizará una entrevista como metodología cualitativa al administrador del establecimiento llamado “Ferromangueras”, permitiendo así de esta forma la recolección de información necesaria como la siguiente, ¿hace cuanto se encuentra en funcionamiento este establecimiento?, ¿cómo son sus sistemas de ventas?, ¿qué tipo de público maneja?, entre otras cosas, después de sistematizar la información recolectada se pasará a analizar, ya con el resultado del análisis arrojado, se diagnostica que esta empresa no cuenta con nuevos métodos de venta que se adapten a las necesidades actuales de los clientes, mejorando así la experiencia del consumidor a la hora de realizar su compra e incluso mejorando la atención a las necesidades solicitadas por el mismo, de esta forma se crea una propuesta innovadora de ventas de acuerdo a esas necesidades que se tienen dentro de Ferromangueras, con el fin de mejorar los ingresos de esta empresa .

CRONOGRAMA

Como podemos evidenciar en nuestro cronograma en el primer mes se llevó a cabo toda la recopilación de datos que se requieren para la propuesta, posteriormente empezamos con el análisis e interpretación del material conseguido y finalmente se empieza con el desarrollo de la propuesta final.

ACTIVIDADES	M E S 1	M E S 2	M E S 3
RECOLECCIÓN DE DATOS			
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN			
ELABORACIÓN DE INFORME			

IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Se llevó a cabo una entrevista con el dueño de Ferromangueras con el fin de recolectar información y entender mejor el contexto con el que se va a trabajar, dentro de este espacio se conoció sobre los inicios de la empresa hasta el día de hoy, también sobre las problemáticas que sufrió en la pandemia, ya que el negocio tuvo que cerrar sus puertas a sus únicos clientes, los cuales son presenciales.

Con la información que obtuvimos se pasa a interpretar que la ferretería Ferromangueras actualmente no cuenta con otros métodos de ventas, ya que este no se encuentra en el campo digital, trayendo dificultades para seguir con el movimiento de sus ventas. También se noto que en el establecimiento había gran flujo de personas generando un ambiente desordenado y nada agradable para la clientela.

Con la información seleccionada y analizada da pasó a elaborar y desarrollar la propuesta que busca implementar sistemas innovadores de ventas, logrando así una atención al cliente más ágil y ordenada.

MATRIZ PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL.

Nombre de la empresa	Ferromangueras
Objetivo alcanzar	Incrementar ventas a corto plazo
Periodo	3 meses
Estrategia	<p>Se busca implementar pantallas tipo Tablet en el punto físico de la ferretería, las cuales tienen un sistema de venta dividido de la siguiente manera:</p> <p>Precompra: que se basa en que el cliente entra a la página de la empresa donde encontrará el catálogo con todos los productos y podrá seleccionar su compra y posteriormente pasar a recoger tu pedido a el establecimiento de ferromangueras.</p> <p>Compra mediante las Tablet - Autoservicio: El cliente podrá realizar su pedido seleccionando los productos desde la Tablet, también podrá cancelar su compra de manera virtual bajo los diversos métodos de pago, después de este proceso la Tablet genera un ticket el cual el cliente se lo lleva a un asistente para que este le entregue sus productos y demás.</p> <p>esta estrategia con el fin de ofrecerle al cliente una experiencia más amena sin filas, ni esperas. que como resultado será que el cliente vuelva, comente su experiencia por fuera y atraer nuevo público, aumentando las ventas del negocio que es nuestro objetivo alcanzar.</p>
Justificación	<p>Esto permitirá que la empresa pueda diversificar su sistema de ventas ayudando a que Ferromangueras tenga un mayor incremento en sus ingresos, reconocimiento y posicionamiento en la ciudad, aprovechando las tecnologías de la información y la comunicación.</p>

BIBLIOGRAFÍA Y WEB-GRAFÍA

<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-mercado/#:~:text=Un%20an%C3%A1lisis%20de%20mercado%20es,las%20tendencias%20actuales%2C%20las%20regulaciones>

<https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-economia/que-es-la-oferta-y-demanda/1/>

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>

[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15581/quispe_hn.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Cleveland%20\(2001\)%2C%20define%20que,113\).](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15581/quispe_hn.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Cleveland%20(2001)%2C%20define%20que,113).)

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/macarty_e_b/capitulo2.pdf