



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA
GRUPO PALERMO, 2020”

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título
profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor:

Juan Javier Reyes Silva

Asesor:

Mg. Luz Moncada Vergara

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

A mi Padre Javier, quien me dejo como lección que siempre debo mirar hacia adelante a pesar de las circunstancias, a mi madre Rosa Luz por su amor incondicional, a mi tía Almira por estar siempre conmigo y muy en especial a mi esposa Patty que junto con mis hijos Luz Fabiana y Javier son las personas más importantes en mi vida

AGRADECIMIENTO

A Julio Merino Vereau, Gerente General de Grupo Palermo, por ser mentor de mi trabajo diario y por siempre dejar una enseñanza de vida con sus acciones, a mi asesor Mg. Luz Moncada y al experto en Estadística, Mg. Pablo Aguilar Chávez.

Tabla de contenidos

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA..... | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 5 |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 6 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 7 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 19 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS | 23 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES..... | 26 |
| Referencias | 29 |
| Anexos..... | 30 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|--------|
| Tabla Nro. 1: Ventas de Grupo Palermo en los últimos 08 meses..... | Pág 23 |
| Tabla Nro. 2: Evolución de las Ventas de Grupo Palermo en los últimos 08 meses... | Pág 24 |
| Tabla Nro. 3.- Comparativo de Ventas antes pandemia, durante pandemia con los cambios propuestos..... | Pág 24 |

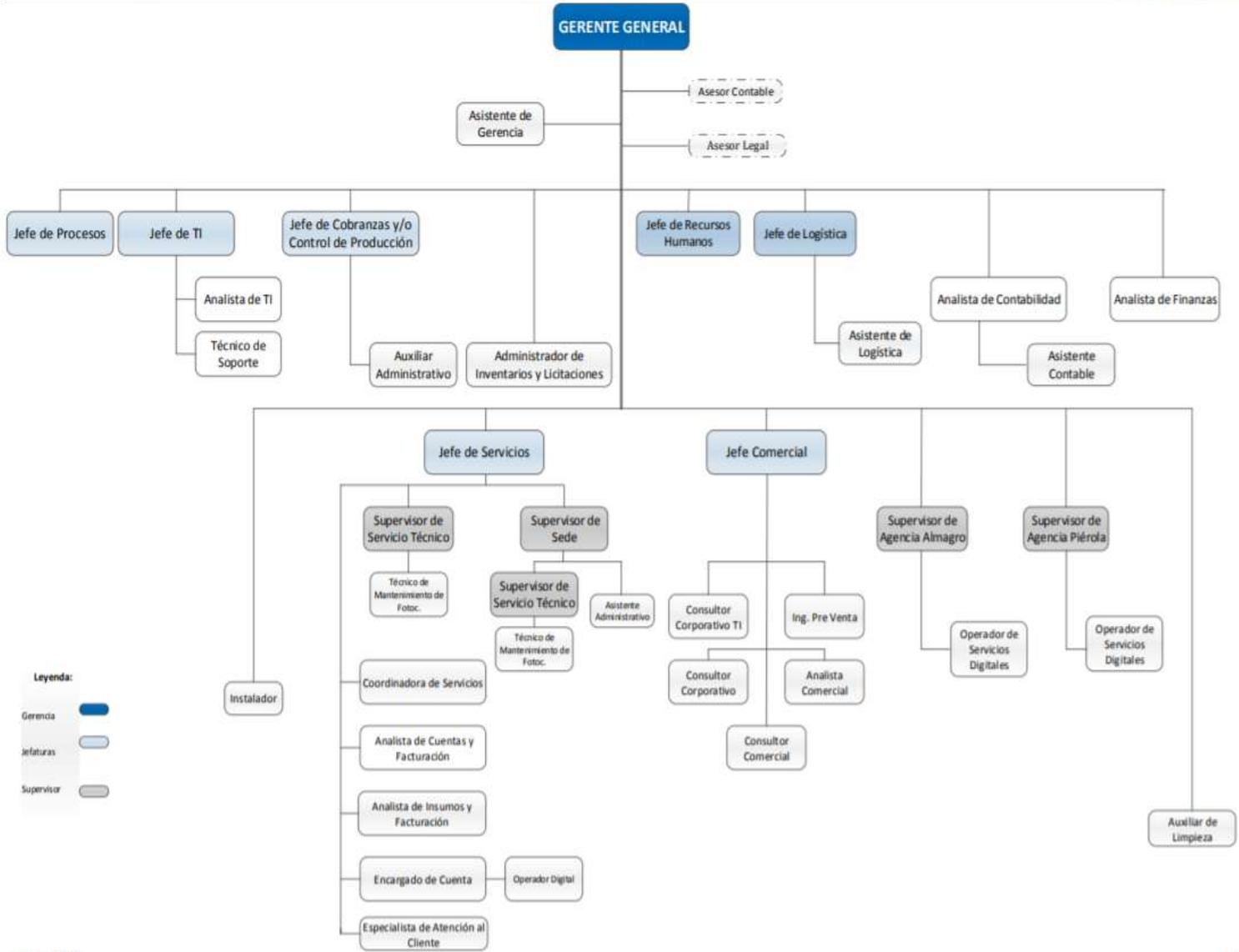
RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en tiempos de incertidumbre a nivel global, donde los niveles de inversión están siendo cautos, tanto los estados(países) como las empresas privadas reprogramarán y reorientarán sus compras planificadas de bienes y servicios de tecnología hacia lo que el mercado actual indica, la innovación, la crisis, y las tendencias serán pilares fundamentales para la toma de decisiones de éstos. Ante ello las empresas proveedoras de bienes y servicios tecnológicos e informáticos tenemos la gran posibilidad y deber de poder brindar soluciones ¿Cómo podemos aumentar los niveles de venta en estos tiempos? Dado este cuestionamiento podríamos encontrar que hoy el mundo está girando hacia una revolución tecnológica, adelanto informático, forma de vida, que influyen en cambios de las maneras y pensamientos que siempre estábamos acostumbrados, si bien es cierto la tecnología era vista como una forma de apoyo hacia nuestras actividades diarias, hoy se está cambiando a imprescindible si se desea sobresalir en estos momentos. Ante ello podemos manifestar que de acuerdo a nuestra experiencia indicamos que para recuperar, mantener y aumentar los niveles de venta, se ha propuesto un cambio de mentalidad , procesos , capacidades, para afrontar los nuevos retos del mercado tecnológico, para ello hemos utilizado e implementado nuevas herramientas de seguimiento y resultados como es el caso de un CRM de ventas, Salas de Videoconferencia, Home Office, Nuevas Líneas de Negocio de tecnología que el mundo informático hoy requiere.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Grupo Palermo es una empresa con más de 24 años de experiencia en el sector de servicios de tecnología, y más de 100 colaboradores a nivel nacional. Su experiencia, capacidad y confianza permiten brindar las mejores soluciones tecnológicas, empresariales y crear así verdaderas oportunidades que ayudan a mejorar el crecimiento de las organizaciones que requieran de un soporte tecnológico especializado, innovador, confiable, eficaz. Grupo Palermo se considera un aliado para una auténtica transformación digital de las empresas con otorgando y diseñando ideas de renovación tecnológica y optimización de procesos de negocios en las organizaciones, logrando así impactar directamente con el logro de sus objetivos estratégicos de los negocios.

ORGANIGRAMA GENERAL - GRUPO PALERMO SRL



Legenda:
Gerencia
Jefaturas
Supervisor

Servicios

WORKPLACE COLLABORATION

- Displays & Pizarras Interactivas
- Comunicaciones unificadas
- Videoconferencia y Telepresencia



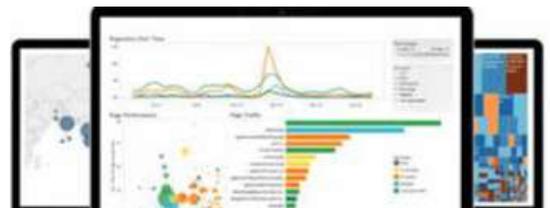
IT MANAGED SERVICES

- Networking & Seguridad IT
- Infraestructura & Data Center
- Desktops & Notebooks



CONSULTING SERVICES

- Automatización de Procesos – RPA
- Business Intelligence – BI



DOCUMENT MANAGED SERVICES

- Outsourcing de Impresoras Multifuncionales.
- Digitalización y Automatización de Documentos.
- Custodia y Almacenamiento de la Documentación.



DIGITAL PRINT SERVICES

- Impresión Industrial de Alto Volumen (Recibos Recurrentes, Data Variable).
- Impresión Comercial Corporativa (Tarjetas de Presentación, Folletos, etc).



CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

GESTION DE VENTAS

La gestión de ventas es un proceso o conjunto de acciones que una empresa debe tomar, tales como: organizarse; administrar; crear e implementar. Toda empresa necesita tomar este tipo de actitud con el fin de mejorar y sobre todo desde un punto de vista de desarrollo, actitudes como trazar las acciones que están dando resultados e identificar acciones que necesitan ser modificadas para generar mejores resultados. De esta forma, el número de productos y/o servicios vendidos generarían una tendencia a la mejora de resultados y por consiguiente su rentabilidad. Sin embargo, el error más común de las empresas es la simplificación de este proceso y basan su análisis en una gestión de experiencia y resultados poco confiables que no aseguran un futuro de oportunidades. El mercado vive sufriendo constantes cambios, en la forma de consumo de su público. Por lo tanto, es importante estudiar estos ciclos para mejorar las acciones. Caracterizando la gestión como el proceso que va desde la decisión de compra. Hasta el contacto y la retroalimentación. Es decir, podemos definir de manera resumida, que las principales funciones de esta son: Monitorear las ventas y sus procesos; Actualizar los datos de estrategias y acciones; Determinación del producto más rentable; Mejor toma de decisiones con datos confiables. Muchas empresas vienen invirtiendo en entrenamientos especializados en gestión de ventas a través de ponentes famosos y escritores como **Leila Navarro y Rodrigo Pimentel** (Navarro, 2018).

OPTIMIZACIÓN DE VENTAS

Optimizar las ventas consiste entre otras definiciones en usar los recursos de la empresa con eficacia para convertir tantas oportunidades de venta como sea posible. Ya sea si hablamos de acortar el ciclo de ventas, las principales razones para que se desarrolle un proceso claro y definido, en general, es hacer un diagnóstico de la fuerza de ventas y del uso herramientas del proceso actual de forma rápida, entrenar al equipo de ventas, ayudar al vendedor a evolucionar en sus resultados, aumentar la eficiencia comercial y escalar un equipo. De hecho, se puede obtener un valor comercial mucho más alto equipando a las personas adecuadas con las técnicas y las herramientas adecuadas para respaldar su esfuerzo. El personal o equipo de venta tiene que aprovechar la tecnología para realizar reuniones a distancia, usar herramientas de seguimiento de ventas donde se indique avances, indicadores, reduciendo así costos de ventas con desplazamientos y aumentando la productividad. La transformación u el dinamismo que será piezas claves en la nueva normalidad. (Expertos de Cash Converters, s.f.). Lineth Camejo en su libro sobre Gareth Morgan pensando en las Organizaciones indica en el punto de la comprensión de los problemas organizacionales, que cuando hay problemas complejos lo ideal es comenzar a realizar un gran cambio en todo el sistema para lo cual es necesario tomar ciertos aspectos en cuenta: **Crear Sentido de Urgencia**, donde se nos indica que identificar potenciales amenazas y examinar oportunidades. **Formar una poderosa Coalición**, donde se comenta que debemos identificar a los verdaderos líderes y pedirles compromiso emocional y trabajo en equipo. **Crear una visión para el Cambio**, ahí se debe establecer

los valores para el cambio y asegurarnos que la ejecución se lleve de manera eficiente.

(Lopez, 2017)

DEFINICION DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE GRUPO

PALERMO

WORKPLACE COLLABORATION

- Displays & Pizarras Interactivas
- Comunicaciones unificadas
- Videoconferencia y Telepresencia



Las empresas se están adaptando a nuevos estilos de trabajo, como el trabajo a distancia, la colaboración en tiempo real y el uso creciente de dispositivos móviles. Las tecnologías de comunicación visual son fórmulas que ayudan a dar continuidad a las empresas, estos tipos de soluciones permiten conectar, reducir gastos de desplazamientos, agilizar procesos de toma de decisiones, transforma los espacios de trabajo y promueve la colaboración de trabajadores. Grupo Palermo a través de sus productos y servicios colabora con las empresas ofreciendo estas soluciones tecnológicas innovadoras en la región norte del Perú.

IT MANAGED SERVICES

- Networking & Seguridad IT
- Infraestructura & Data Center
- Desktops & Notebooks



Los servicios de gestión del área de Tecnología de la Información TI de las empresas hoy en día están cambiando la forma de administrar su infraestructura hacia una gestión tercerizada de su almacenamiento de datos llámese server o servidores; seguridad de información tales como antivirus, firewall, estos son programas diseñados para bloquear accesos no autorizados a la red o la información de la empresa; equipamiento

informático: laptop, notebooks, Tablet. Las empresas buscan proveedores que ayuden a gestionar de manera eficiente, segura e integral sus servicios administrados TI buscando beneficios en operatividad y costos.

DOCUMENT MANAGED SERVICES

- Outsourcing de Impresoras Multifuncionales.
- Digitalización y Automatización de Documentos.
- Custodia y Almacenamiento de la Documentación.



Grupo Palermo ofrece a las empresas servicios integrales de gestión de documentos, desde que inicia el proceso de impresión, contando para ellos con equipos multifuncionales de última generación en BN y Color, estos permiten a través de sus funcionalidades y tecnología dar una mejor eficiencia en cuanto a control, ahorro de costos, trazabilidad de toda la documentación generada en las empresas. El proceso siguiente de la administración de documentos abarca servicios como la virtualización o digitalización de los documentos físicos, estos son procesados en los mismos equipos multifuncionales a través de los lentes ópticos que permiten reconocer textos, transformarlos en archivos editables y guardarlos en los repositorios de almacenamiento que las empresas consideren: servidores físicos, servicios en la nube virtual, o envío por correo de estos. El siguiente proceso documental incluye la custodia y gestión de ambos tipos de documentos, los físicos y los digitalizados. Hoy en día los espacios y los costos

de estos son altos para las empresas es por ello que se busca empresas que puedan ordenar, archivar, resguardar en ambientes adecuados y seguros toda la documentación física de la empresa y entregarlos cuando estos lo soliciten de manera periódica, así mismo sucede con los documentos digitalizados, estos son almacenados en espacios virtuales físicos o en la nube.

DIGITAL PRINT SERVICES

- Impresión Industrial de Alto Volumen
(Recibos Recurrentes, Data Variable).
- Impresión Comercial Corporativa
(Tarjetas de Presentación,
Folletos, etc.).



La Impresión Digital es servicio que cuenta ya con muchos años en nuestro portafolio y por el cual Grupo Palermo ha sido reconocido en el mercado digital, este también es un mercado que ha ido evolucionando y cambiando hacia procesos de impresión mucho más corto en tiraje y personalizados, hoy se necesita equipamiento digital que ayude a las empresas a tener costos competitivos y de acceso rápido sin necesidad de trasladarse a los puntos de atención al cliente, la impresión digital hoy en día es atendida mediante soluciones de web to print que hace que los clientes gestionen o soliciten desde sus ubicaciones las impresiones en BN y Color a gran escala, o de corto tiraje, así mismo Grupo Palermo ofrece servicios de impresión y fotocopiado bajo el servicio tercerizado on site de equipos de alto volumen.

DEFINICION DE PROCESO DE VENTAS

Llamamos proceso de ventas al conjunto de etapas o fases por los que una empresa identifica sus oportunidades de ventas, se trata por lo tanto en los pasos a seguir con la finalidad única de conseguir los objetivos trazados y ser más eficiente productivamente, cada empresa tendrá su propio esquema de acuerdo a las líneas de negocio, productos y servicios que maneja y brinda.



ETAPAS DEL PROCESO DE VENTAS

Paso 1 – Prospeccionar

1. Análisis y clasificación de cuentas de su sector por Consultor
 - # de prospectos –pequeños, medianos y grandes
 - # de prospectos – 20 Cuentas Importantes
2. Desarrollar Plan de Acción por Consultor
 - Establecer métricas semanales/mensuales de actividad de prospección.
 - Meta del consultor/gerente de cuenta.
3. Identificar y crear listado de clientes existentes que su contrato vence en los próximos 120(referencial) días.
4. Analizar la cartera por segmento, agrupando por soluciones según sea el caso.

Recursos

1. Cartera de clientes
 - a. Definir speech de llamada.
 - b. Manejo de objeciones para obtener cita.
2. Hacer una campaña de envíos de correos

Paso 2 – Calificar

1. Clasificar cuenta por mercado vertical
2. Buscar información sobre la empresa en el Internet
3. Desarrollar estrategia de ventas para la visita
4. Repasar presentación de ventas
5. Hacer presentación 1ra Vista

Paso 3 – Análisis de Necesidades

1. Identificar oportunidades de convergencia
2. Identificar procesos críticos y sus documentos
3. Oportunidad de mejorar el flujo de trabajo
4. Establecer estrategia de ventas
5. Hipótesis de oportunidad y obstáculos
6. Validar hallazgos y posibles soluciones con gerente de proyecto antes de preparación de propuesta

Recursos

1. Check list comercial
2. Check list Pre venta
3. Calculo de TCO y antes/después escenarios

4. Formato presentación PPT
5. Apoyo de Especialistas locales
6. Apoyo de pre venta.

Paso 4 – Propuesta

- 1 Dos tipos de propuesta.
 - a. Propuesta en PowerPoint (plantilla)
 - b. Propuesta en Word (plantilla)
2. Presentar resultados del levantamiento de información.
3. TCO (costos) antes y después.
4. Oportunidades con gráficos de mejorar de flujo de trabajo.
 - a. Procesos específicos a mejorar
 - b. Impacto en tiempos y productividad

Recursos

1. Modelo de propuesta.
2. Sala de Videoconferencia
3. Uso de Plataforma Virtual

Paso 5 – Cerrar

1. Identificar y prepararse para el manejo de objeciones
2. Ver Guía de Referencia Rápida – Sección de manejo de objeciones
3. Hacer el cierre y pedir la orden

Manejo de objeciones

1. Escuchar, replantee y preguntar
2. Crear empatía con el cliente
3. Posiciona tu respuesta con un encabezamiento poderoso
4. Posicionamiento
5. Prueba el acuerdo.

Paso 6 – Crecer

1. Correo electrónico agradeciendo el tiempo brindado
 - a. Gano: gracias por la orden
 - b. Perdió: gracias por considerarnos y ponernos a su disposición para una futura oportunidad
2. Implementación
3. Entrega, instalación y adiestramiento
4. Monitorear satisfacción
5. Solicitar referencias

LIMITACIONES

Personal Especializado. - Es difícil encontrar personal especializado y que éstos puedan entender la filosofía de trabajo de la empresa, éstos no suelen quedarse mucho y truncan procesos de aprendizaje a largo plazo tanto en el área comercial como el área de preventa que forman la parte técnica de la empresa. La rotación de personal suele ser un problema cuando es muy constante; si bien es cierto, Grupo Palermo cuenta con una política de poco cambio de personal, ésta se ve afectada cuando los profesionales no suelen quedarse a continuar el proyecto establecido.

Presupuestos. - Los presupuestos a aprobarse suelen tener cierto retraso para aprobar las capacitaciones certificadas, el uso de herramientas tecnológicas con costos de licencias, la compra del equipamiento e implementación adecuado para el uso de tecnología.

Partners. - Fue difícil encontrar a los partners adecuados que permitan garantizar el ofrecimiento de los nuevos productos y servicios. esto fue una constante búsqueda a nivel nacional e internacional. Ya que se tienen que cumplir con ciertos requerimientos de estos socios estratégicos.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

En el año 2009 es mi ingreso a la empresa, específicamente en el mes de Julio, el cargo por el cual fui requerido y contratado era de asesor comercial dada mi experiencia en ello. La empresa empezaba en ese momento a lanzar una línea nueva de producto que era la venta de vehículos pesados, camiones de carga de procedencia China, un producto totalmente diferente al giro de negocio de Grupo Palermo, pero dado el vínculo de confianza y amistad que unía al dueño de Palermo y al importador de vehículos, es que se decide apostar por ese rubro. Luego de pasado 03 años de buena labor en esa línea de negocios la empresa decide darle más foco a su línea de servicios de impresión y firma una alianza estratégica con Ricoh del Perú, líder mundial en servicios y productos de tecnología, el cual conlleva a mi desplazamiento al área comercial de dicha línea de negocio, en el transcurso de ese tiempo ya había terminado la Universidad en la carrera de Administración, detalle que me fortaleció como persona y profesional y a través de la experiencia y conocimientos es que me brinda más herramientas para poder desempeñarme de manera mucho más adecuada y eficiente. Hoy 2020 me desempeño como Gerente de Cuentas Corporativas, teniendo bajo mi supervisión cuentas mayores como Petroperú, Sunat, Hidrandina, Agroindustrial Laredo, Provias Nacional, etc. que me permiten tener contacto directo con estas empresas y entidades del Estado; para así de esta manera, bajo mis conocimientos y experiencia, poder brindarles la mejor asesoría en sus necesidades de tecnología. Para este proyecto que permitió realizar cambios sustantivos en la metodología actual de proceso de gestión y optimización de ventas, se contó con el aval de la **Gerencia General** a cargo del sr. Julio Merino Vereau quien se

encargó de aprobar y establecer las directrices de acuerdo a nuestra propuesta. Está también la **Gerencia Comercial** a cargo de Enrique Merino Castro, quien vio directamente la

ejecución y dirección de las nuevas estrategias de ventas, el Sr. Iván Chávez **Jefe de Proyecto IT** encargado como jefe de área de elaborar, diseñar los métodos y procedimientos de los proyectos presentados; la Jefatura **de Operaciones** a cargo del Sr. Junior Medina Ramírez, quien fue el responsable de la parte operativa e implementación de los proyectos, que, con su personal capacitado, fue el encargado del uso de recursos de personas, mobiliario, transporte. El área de **Recursos Humanos** fue importante ya que se hizo la selección de personal adecuando los perfiles establecidos para esta propuesta. En mi caso como **Gerente de Cuenta**, mi trabajo consistió en dar a conocer el nuevo portafolio de productos y servicios a los clientes actuales y crear una necesidad de acuerdo a la situación actual que están pasando las empresas; así mismo involucrar al nuevo personal de proyectos para el acompañamiento y relacionamiento con mi cartera de clientes.

Identificación del Problema.- La situación actual ha hecho que las empresas realicen cambios obligados en su manera de operar, la virtualización de los procesos con el uso de la tecnología ha creado una necesidad en las personas y las empresas; es ahí donde los proveedores de tecnología, como es el caso de Grupo Palermo, tienen que adaptarse tanto de manera interna; así como también, hacer un giro en la línea principal del negocio que normalmente formaba parte natural de los ingresos de la empresa. Si bien es cierto, antes de la pandemia la evolución en tecnología en el país iba de manera lenta, esto ha cambiado en estos últimos seis meses. La adaptación interna a la que hacemos referencia no sólo implica cambios en infraestructura, sino un cambio de mentalidad del personal tanto

directivo como de los colaboradores. Ahora más que nunca se debe hacer énfasis en el uso de tecnología, personal especializado, cambio en líneas de negocios y un giro en la estrategia de ventas.

Ante ello, Grupo Palermo ha logrado expandir el portafolio de productos y servicios de tecnología, acorde a la situación actual del mercado, tanto en el sector privado como público. Al negocio principal que se centraba en la solución de impresión y copiado, se integraron soluciones de tecnología de información tales como video-colaboración, impresión digital, servicios administrados IT, entre otros.

Objetivo Principal. - Recuperar e Incrementar los niveles de venta que se venían registrando en Grupo Palermo hasta antes de la pandemia Covid19.

Estrategias. - Se tomó decisiones en conjunto con la Gerencia General, que son quienes toman decisiones y establecen las directivas, y la Gerencia Comercial quienes fueron los encargados de ejecutar las acciones con las siguientes estrategias:

- Posicionar a Grupo Palermo como una empresa integradora de tecnología, a través de la campaña comunicacional estratégica: redes sociales, webinars, entre otros.
- Ser Partners de las principales marcas de tecnología en el mercado que actualmente requieren nuestros clientes: Cisco Webex; Logitech ; Poly ; Dell Thecnologies.
- Invertir en Herramientas tecnológicas para optimizar la gestión de ventas: CRM de Ventas, Salas de Videoconferencia .
- Expandir a nivel nacional nuestros productos y servicios implementando para ello un Soporte y servicio Post Venta de calidad.

Metodologías. - Las nuevas formas de proceso de ventas han cambiado y se ha incorporado la tecnología colaborativa que implica la automatización de los procesos de

venta y control, que no es otra cosa que gestionar y administrar de manera optimizada y adecuada los recursos tanto de personas como de infraestructura. Para ello se ha adquirido un CRM de ventas, que es un software para organizar la data que se obtiene de los clientes con el fin de mejorar el servicio, fidelizar e impulsar las ventas de la empresa; así mismo, se ha implementado una sala de trabajo moderno de video-colaboración con pantalla interactiva y cámaras inteligentes. Este equipamiento permitirá realizar de manera fluida y productiva reuniones con clientes que en la actual coyuntura se demanda.

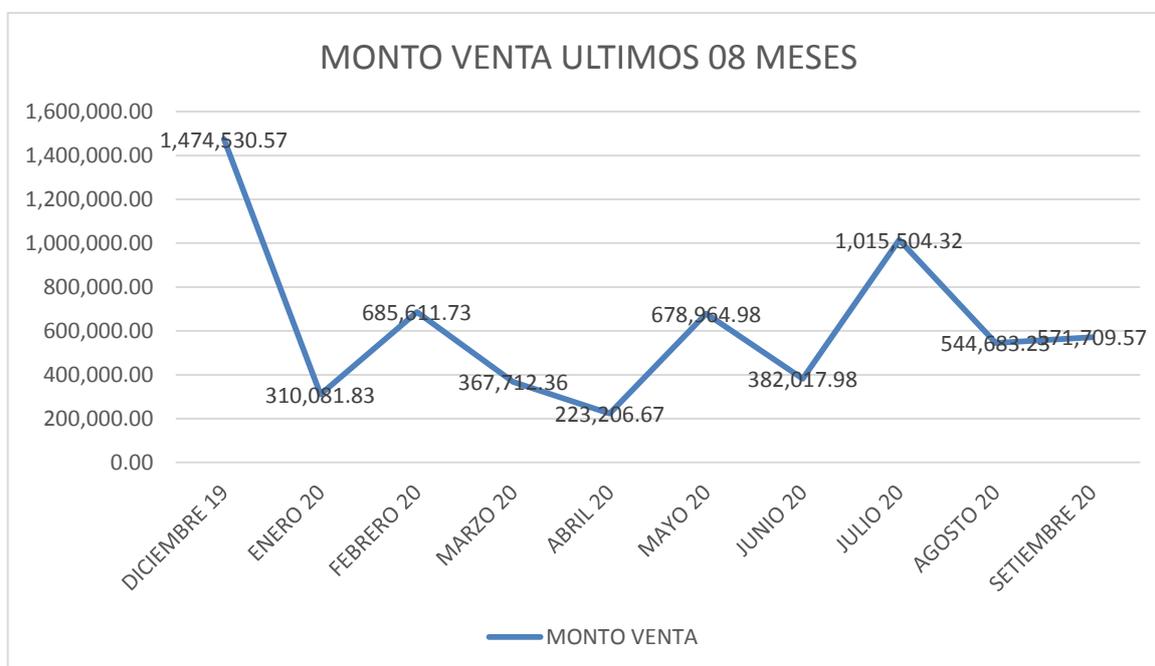
CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Tabla 1.- Ventas del Grupo Palermo en los últimos 8 meses

| MES | AÑO | MONTO VENTA | PADEMIA |
|------------|------|--------------|---------|
| DICIEMBRE | 2019 | 1,474,530.57 | NO |
| ENERO | 2020 | 310,081.83 | NO |
| FEBRERO | 2020 | 685,611.73 | NO |
| MARZO | 2020 | 367,712.36 | SI |
| ABRIL | 2020 | 223,206.67 | SI |
| MAYO | 2020 | 678,964.98 | SI |
| JUNIO | 2020 | 382,017.98 | SI |
| JULIO | 2020 | 1,015,504.32 | SI |
| AGOSTO | 2020 | 544,683.23 | SI |
| SEPTIEMBRE | 2020 | 571,709.57 | SI |

En esta Tabla se presenta el cuadro de ventas de los últimos 08 meses para ser tomados en cuenta para el análisis antes y durante la Pandemia Covid-19.

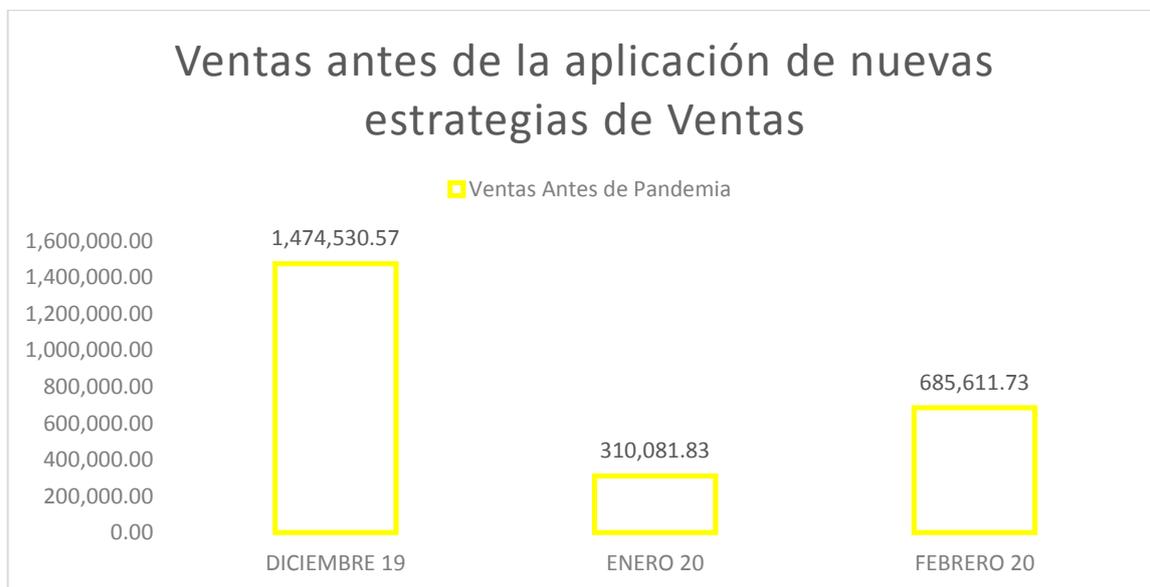
Tabla 2.- Evolución de las ventas en los últimos ocho meses



Se muestra los montos de venta y la curva general, en donde en los meses de Marzo y Abril se observa una caída consecutiva propia de la pandemia. Es aquí que se implementan las nuevas estrategias de venta que conllevan a la recuperación de las mismas desde Mayo 2020 en adelante.

Tabla 3.- Comparativo de Ventas antes pandemia, durante pandemia con los cambios propuestos

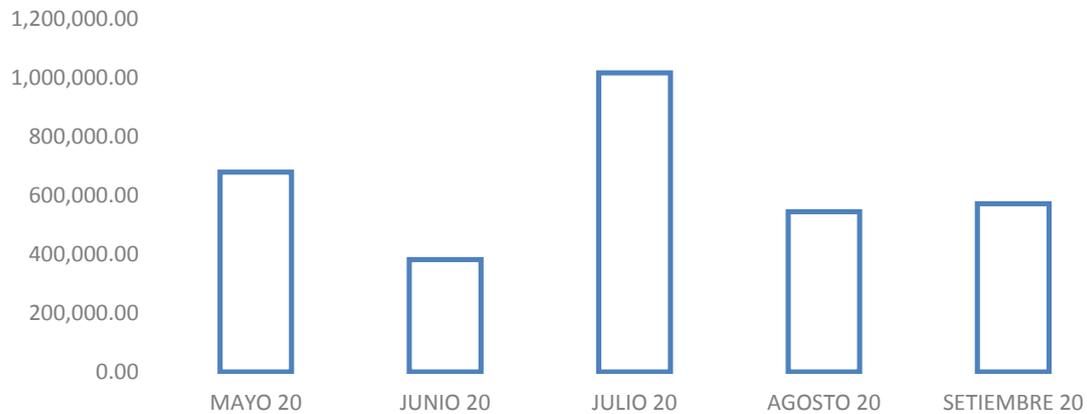
| MES | AÑO | MONTO VENTA | PANDEMIA |
|------------|------|--------------|----------|
| DICIEMBRE | 2019 | 1,474,530.57 | NO |
| ENERO | 2020 | 310,081.83 | NO |
| FEBRERO | 2020 | 685,611.73 | NO |
| MARZO | 2020 | 367,712.36 | SI |
| ABRIL | 2020 | 223,206.67 | SI |
| MAYO | 2020 | 678,964.98 | SI |
| JUNIO | 2020 | 382,017.98 | SI |
| JULIO | 2020 | 1,015,504.32 | SI |
| AGOSTO | 2020 | 544,683.23 | SI |
| SEPTIEMBRE | 2020 | 571,709.57 | SI |



Ventas durante la pandemia y antes de la aplicación de nuevas estrategias de Ventas



Ventas durante la pandemia y después de la aplicación de nuevas estrategias de Ventas



CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Se muestra en los cuadros que en los meses antes de la pandemia había una tendencia normal en los niveles de ventas, reflejando así los resultados esperados de acuerdo a la estrategia y políticas de ventas de ese entonces. En el segundo cuadro observamos que la coyuntura nos hacía reflexionar sobre qué nuevas estrategias deberíamos adoptar; es por eso que se analizó y se propuso nuevos cambios y nuevas estrategias para recuperar e incrementar los niveles de ventas y establecer nuevos lineamientos para una eficiente gestión de ventas. Así, luego de ejecutar lo planificado, es que se logra recuperar los promedios de venta que se venían registrando antes de la pandemia, encaminando para ello un nuevo horizonte de nuevos negocios en el mercado de tecnología.

El proyecto contempló que a largo plazo se consiga plasmar la idea y nuevas estrategias para así conseguir que se estabilicen las ventas e incremente lo proyectado.

Así mismo se toma con fuente de aprendizaje los siguiente:

1. Trabajar siempre en Equipo.
2. Estar preparado para contingencias.
3. Tener buenas relaciones comerciales.
4. Generar confianza en los clientes.
5. Buena disposición al cambio.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que las políticas de ventas implementadas se consoliden y se vean potenciadas con nuevas ideas de negocio que los momentos actuales demandarán. Así mismo se requiere que los nuevos proyectos como integrador de tecnología se sigan ejecutando; como es el caso de constituir a Grupo Palermo como único CAS (Centro Autorizado de Servicio) de los socios estratégicos; consolidarse con servicios y oficinas a nivel Nacional y potenciar al capital humano con especializaciones en los nuevos productos y servicios.

El presente proyecto ha sido gestionado con la colaboración y participación de todo el equipo gerencial, comercial y operativo de la empresa Grupo Palermo. La experiencia y conocimiento en ventas nos ha permitido reconocer e identificar aspectos del mercado sobre todo en esta pandemia. Desde mi espacio como gestor de cuentas mayores el aprendizaje continuo y la confianza otorgada por la plana gerencial de la empresa nos ha permitido poder transmitir nuestras ideas y de acuerdo a la experiencia adquirida poder direccionar y gestionar de la manera más óptima la gestión de ventas de la empresa. Ahora se aproximan nuevos retos y cambios en el mundo tecnológico, para ello estamos seguros de que Grupo Palermo se encuentra preparado para afrontar estos nuevos modelos de negocio.

Por lo mencionado comentamos que según lo comprendido en este proyecto debemos tomar en cuenta lo siguiente:

1. Trabajar en equipo, esta recomendación implica que toda la empresa continúe involucrada en este proceso de cambio y permita consolidarse y fortalecerse de manera óptima.
2. Estar preparado para contingencias, implica estar fortalecido financieramente, con capital humano comprometido con nuevos objetivos y cambios.

3. Tener buenas relaciones comerciales permite poder llegar al cliente con una mayor facilidad de poder mostrar el nuevo portafolio de productos y servicios.
4. Generar confianza con los clientes, pues con el paso de los años la confianza otorgada a nuestra empresa por los diversos tipos de clientes nos brinda un plus adicional al generar relaciones de largo plazo y querer invertir los mismos en nuevos proyectos.
5. La buena disposición al cambio tiene que ver que todo el personal, tanto gerencial como colaboradores estemos dispuestos a prepararnos y especializarnos para poder afrontar nuevos retos que el mercado plantea.

Mis conocimientos y competencias me permitieron aplicar el emprendimiento, que nos ayudó a plantear nuevos cambios y organizarnos de manera adecuada, implementando para la empresa un nuevo portafolio con nuevos servicios, productos y asociarse con partners de tecnología de primer nivel.

Así mismo tener conocimientos de marketing y ventas, ha complementado estudiar o reconocer las nuevas tendencias de mercado y hacia dónde va encaminado el rubro tecnológico.

El liderazgo ha sido primordial para poder influir en mis conceptos de cambio y poder guiar a personas y transmitir nuestras ideas.

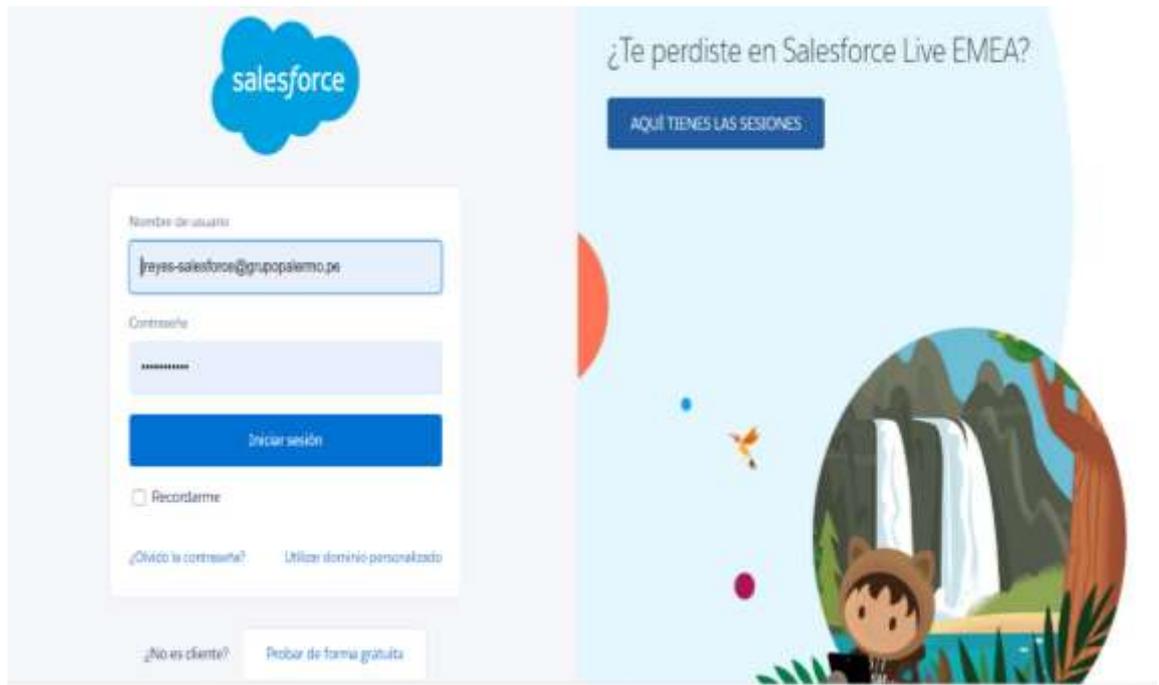
La resolución de problemas, también considero, que esta competencia me ha ayudado a resolver en ciertos momentos dificultades encontradas en el camino del proyecto.

Referencias

- Expertos de Cash Converters, C. M. (s.f.). *12 enfoques de éxito para optimizar las ventas durante la desescalada*. Obtenido de <https://www.equiposytalento.com/noticias/2020/06/11/12-enfoques-de-exito-para-optimizar-las-ventas-durante-la-desescalada>
- Lopez, L. C. (2017). Pensando en las Organizaciones bajo las Imagenes de de Gareth Morgan. En L. C. Lopez. Santa Ana-Venezuela: Ediciones Madriguera.
- LTDA, L. L. (25 de enero de 2019). <https://blog.luz.vc>. Obtenido de <https://blog.luz.vc>
- Navarro, L. (02 de Febrero de 2018). <https://blog.luz.vc>. Obtenido de <https://blog.luz.vc/es>
(Navarro, 2018)

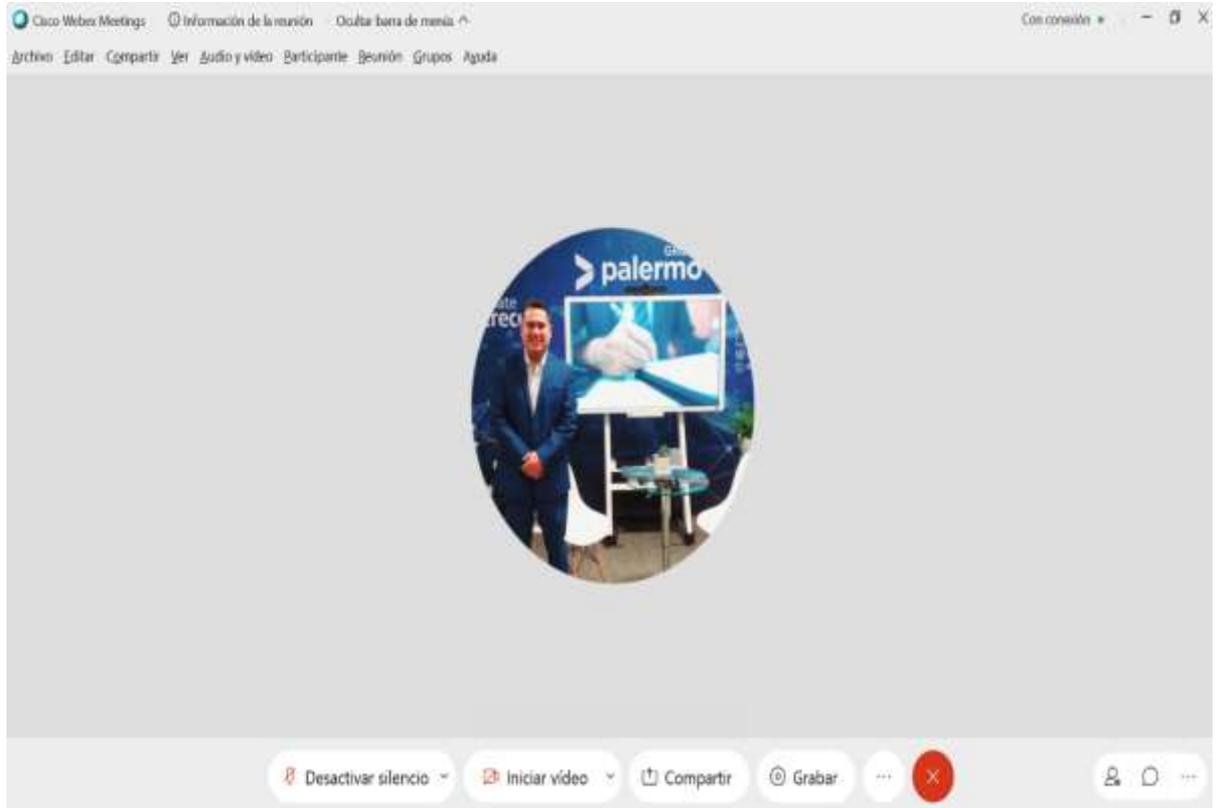
ANEXO 1

CRM Ventas SALESFORCE obtenido



ANEXO 2

Licencia Cisco Webex para Videoconferencia



ANEXO 3

Grupo Palermo como Distribuidor de Logitech



ANEXO 4

Implementación de Sala de Videocolaboración



ANEXO 5

Imagen corporativa web y redes sociales



SOCIOS ESTRATÉGICOS

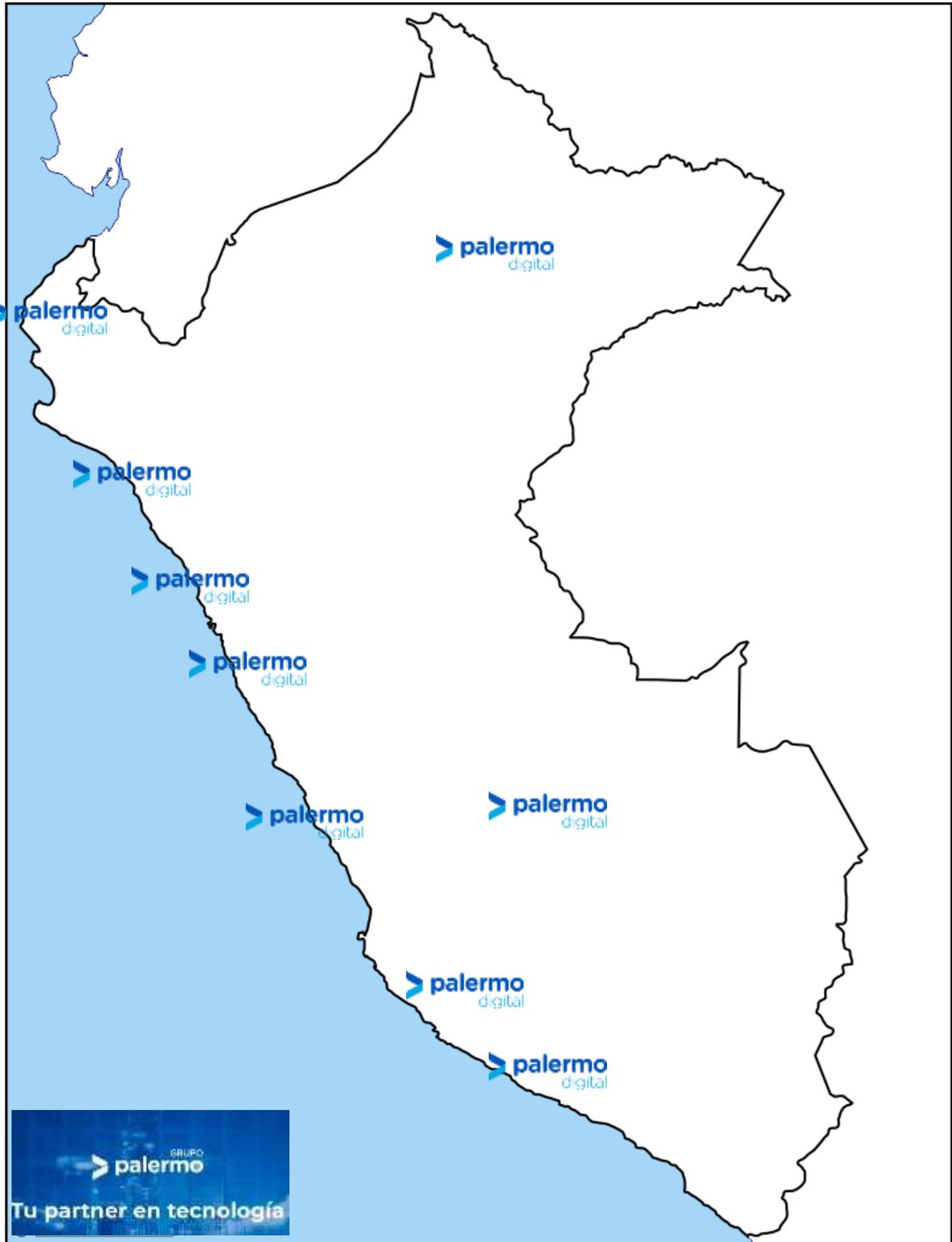


OTROS PARTNERS CLAVE



ANEXO 6

Sedes Con Servicios actuales Grupo Palermo



ANEXO 7

SOCIOS ESTRATÉGICOS





+51 44 206 020
contacto@grupopalermo.pe

NUESTRAS SEDES

| | | |
|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| Jr. Almagro 703 - Trujillo | Av. Saen Peña 745 - Chiclayo | Jr. Trujillo 321 - Huancayo |
| Jr. Pizarro 212 - Trujillo | Jr. Tacna 901 - Piura | Av. Tingo María 1360 - Lima |

¿Quiénes somos?

- Experiencia y Confianza de nuestros clientes por más de **24 años**
- Más de **100 colaboradores** enfocados en los objetivos de nuestros clientes.
- Cobertura a nivel nacional, con presencia en Trujillo, Chiclayo, Piura, Lima y Huancayo
- Proveedor integral de TI en **Servicios de Outsourcing de Impresiones, Gestión, Digitalización y Custodia de Documentos**, así como **Servicios de Tecnologías** como cómputo, colaboración, servidores & storage, redes y otros.

Representaciones directas y partners exclusivos de RICOH,
mejor proveedor en tecnología para innovar la forma de trabajo



ANEXO 8

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo JULIO ENRIQUE MERINO VEREAU, identificado con DNI 17848621, en mi calidad de GERENTE GENERAL de la empresa/GRUPO PALERMO con R.U.C. N° 20314908717, ubicada en la ciudad de TRUJILLO

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor JUAN JAVIER REYES SILVA, identificado con DNI N°05412749, egresado de la () Carrera profesional o () Programa de Postgrado de ADMINISTRACIÓN para que utilice la siguiente información de la empresa:

INFORMACIÓN COMERCIAL, GESTIÓN DE VENTAS, NIVELES DE VENTA, COMPRAS
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, (X) Tesis o () Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, () Maestro, () Doctor o () Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

(X) Ficha RUC

(x) Vigencia de Poder (Para Informes de suficiencia profesional)

(X) Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

*Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia - Covid19, se debe de adjuntar la "Vigencia de Poder" requerido para los Informes de Suficiencia Profesional

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

() Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

(x) Mencionar el nombre de la empresa.

GRUPO PALERMO S.R.L.

Julio Merino Vereau
GERENTE GENERAL

DNI:17848621

**Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado
DNI: 05412749

| | | | | | |
|---------------------|---------------------|----------------|----|--------|---------------|
| CÓDIGO DE DOCUMENTO | COR-F-REC-VAC-05.04 | NÚMERO VERSIÓN | 06 | PÁGINA | Página 1 de 1 |
| FECHA DE VIGENCIA | 25/06/2020 | | | | |