

INFORME PRÁCTICAS EMPRESARIALES

PLAN DE MEJORAMIENTO FERMAD

NOMBRE

CASTRO RENDON YULIANA

1711022619

ASESORA

LINA CLEMENCIA CASTANO OSORIO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO

IX SEMESTRE

MEDELLÍN

2021-1

ÍNDICE

1) Resumen.....	2
2) Palabras claves	2
3) Contexto del lugar	3
4) Identificación del problema	7
5) Objetivos	9
6) Diagnóstico	10
7) Elaboración de propuesta de mejoramiento	15
8) Recomendaciones	18
9) Conclusiones	19
10) Referencias bibliográficas	19

1) Resumen

El siguiente informe es una contextualización e identificación de una problemática en el fondo de empleados (FERMAD) el cual es una empresa con casi 10 años de experiencia enfocada en el bienestar de los empleados de las empresas patrocinadoras, las cuales son empresas del gremio de la madera, muebles y aglomerados, que se unen al fondo y filian a sus trabajadores en el fondo, con el fin de incentivar el ahorro y la satisfacción de estos en las organizaciones. Una de las empresas patrocinadoras más grandes del fondo es Madecentro, quien tiene 20 años de experiencia en el sector y cuenta con más de 155 puntos de venta. A partir del reconocimiento de la idea de mejora y la identificación del problema, se espera generar una propuesta de un plan de mejoramiento, y soluciones claras para mitigar la situación.

2) Palabras claves

Fondo de empleados, empresas patrocinadoras, convenios, auxilios, bienestar, asociados.

3) Contexto del lugar

Madecentro es una empresa que nace en el 2001 cuando 5 personas constituyen una empresa dedicada a la importación de tableros aglomerados y materiales en la industria de la madera. Rápidamente el mercado acoge sus productos, abriendo así varios puntos de venta a nivel nacional. Cuenta con el respaldo de compañías nacionales y extranjeras en la fabricación de tableros de madera, herrajes, y complementos, certificados bajo normas internacionales. Hoy en día es la comercializadora líder en Colombia de insumos y servicios para la industria del mueble, la madera y la construcción.

Misión

Con pasión creamos y desarrollamos muebles y ambientes innovadores.

Mega 2022

Cumplir la promesa de valor logrando que los clientes finales representan el 50% de las ventas de Madecentro y potenciando los clientes profesionales.

Para lograrlo nos comprometemos a:

- Garantizar la excelencia en la experiencia de compra.
- Consolidar la atención en puntos de venta y los canales electrónicos a través de procesos automáticos, amigables y simples.

Promesa de valor

1. Rapidez, calidad y cumplimiento del servicio
2. Variedad y disponibilidad del producto
3. Conocimiento del cliente

A continuación, se presentará el plan estratégico de Fermad, la empresa objeto de este estudio para la realización del plan de mejora.

Madecentro, se unió en 2011 con otras empresas de la industria, para patrocinar lo que es hoy en día su fondo de empleados llamado *Fermad*.

Es así, como el 25 de noviembre del 2011 se constituye el fondo de empleados FERMAD. La iniciativa surge de don Carlos Gómez uno de los dueños de las primeras empresas patrocinadoras. con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros asociados, fomentar el ahorro, contribuir al desarrollo social por medio de auxilios, ayudar a los asociados a obtener créditos formales y no tener que recurrir al pago diario y formar lazos de solidaridad y compañerismo.

Las empresas patrocinadoras iniciales fueron RTA, Madecentro, Arborit y Districondor, de ahí su nombre. El logo fue escogido entre los directivos de las empresas patrocinadoras quienes quisieron resaltar los colores que representaba a cada una de ellas y hacer alusión al producto que ellos comercializan que es la madera.

En el año 2017 nace FERMÍN la mascota del fondo, un suricato que llega para informar a nuestros asociados los beneficios y servicios que ofrece FERMAD. Su nombre y su imagen fue escogida por votación por nuestros asociados.

Año a año el fondo se viene transformando para satisfacer las necesidades de sus asociados, de acuerdo a la realidad social del momento.

Propósito general

FERMAD contribuye al desarrollo humano de sus asociados, familias y comunidad cercana, teniendo como principio la solidaridad, la cual requiere de tu participación para aportar equitativamente a la construcción del bienestar colectivo. El desarrollo está asociado al acceso a servicios que posibilita a las personas su crecimiento y bienestar.

Misión

FERMAD contribuye al desarrollo humano de los asociados, familias y la comunidad cercana, teniendo como principio la solidaridad, la cual requiere su participación para aportar equitativamente a la construcción del bienestar colectivo. El desarrollo está asociado al acceso a servicios que posibilita a las personas su crecimiento y bienestar.

Visión

Para el 2021 el 70% de los asociados a FERMAD habrán mejorado algún aspecto de las cuatro dimensiones estratégicas de promoción al desarrollo, (vivienda, educación, salud y recreación).

Valores

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Dinamismo
- Honestidad

El fondo de empleados es una empresa asociativa, de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituida por 10 trabajadores.

Estructura organizacional

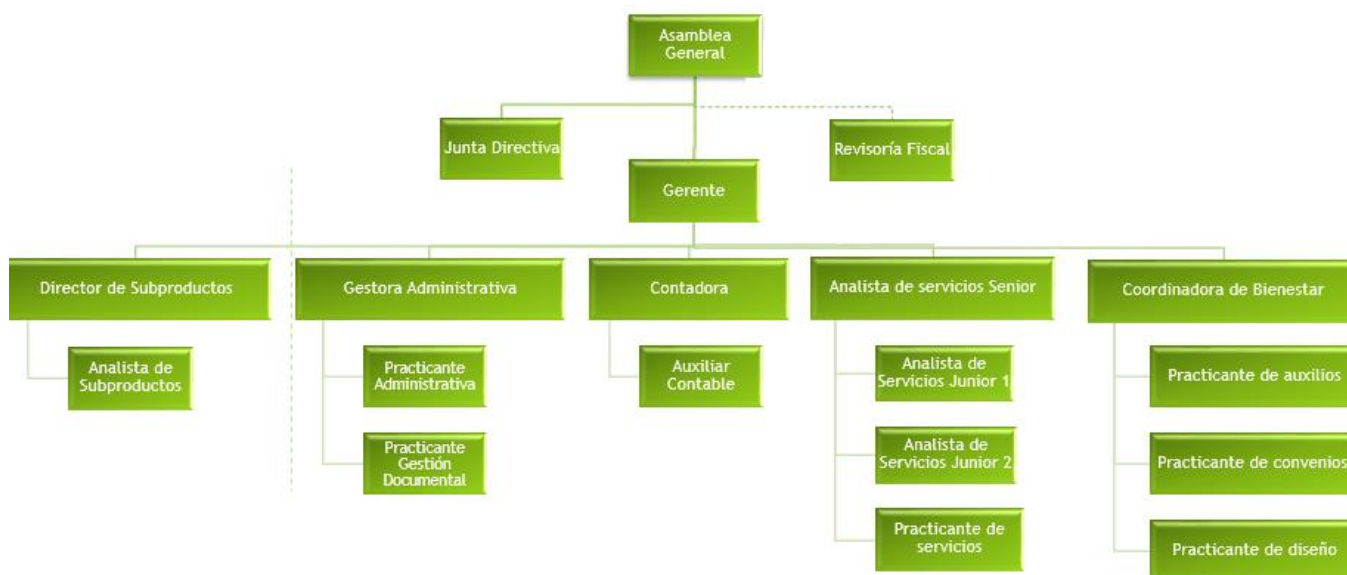


Imagen 1: Estructura organizacional Fermad

Funciones por desempeñar en la práctica

- Organizar, subir y relacionar desembolsos diarios del fondo de empleados a través de soportes bancarios y documentos contables.
- Recolectar, revisar, y verificar información de los asociados para la aprobación de auxilios por parte del fondo de empleados.
- Investigar y verificar información con las empresas aliadas para proporcionar descuentos por convenio a los asociados.
- Inscribir cuentas bancarias, subir los desembolsos diarios y verificar la aprobación de estos, con el fin de que cada asociado, empresa o empleado reciba el dinero correspondiente.

4) Identificación del problema

Fermad como fondo de empleados está conformada por un grupo de organizaciones del sector de la madera, muebles y aglomerados, que se llaman empresas patrocinadoras, que afilian sus empleados a Fermad, con el propósito de incentivar el ahorro y el acceso a otro tipo de beneficios como auxilios o convenios, para mejorar su bienestar en la organización y su círculo social.

En el fondo de empleados Fermad se identificaron oportunidades de mejora, las cuales están enfocadas hacia la cantidad de empleados contra la cantidad de asociados en cada una de las empresas patrocinadoras. Además, de la diversificación de convenios guiados

hacia la tecnología, y la mejora de los portales digitales de la organización, para facilitar la comunicación y acceso a información a los asociados y colaboradores.

Diagnóstico de necesidades de Fermad

A través de la matriz Canvas, se determinaron algunos factores principales de la organización para su reconocimiento, y así identificar los problemas y soluciones que se concretarán en el plan de mejoramiento.

<p>2. PROBLEMA (OPORTUNIDAD) El aumento de retiros del fondo de empleados, ya que la propoción de asociados frente a los empleados disminuyó. Falta de diversificación en los convenios que se pueden ofrecer en el fondo.</p>	<p>4. SOLUCIÓN Realizar encuestas a los asociados retirados para conocer sus motivos, recopilar y analizar la información. Crear un indicador que nos mida la satisfacción de los asociados a través de encuestas cada cierto tiempo. Preguntar a los asociados que otro tipo de convenios desearían tener en el fondo. Promover más los programas de ahorro a la mano que tiene el fondo. Realizar mantenimiento y actualizaciones a las plataformas digitales. Proporcionar una app a los asociados con el fondo para hacer solicitudes de auxilio, y que puedan averiguar sus saldos y totales ahorrados, situación de préstamo, y otros.</p>
	<p>8. METRICAS Nos fijamos en los informes de gestión del fondo, de la comparación del número de empleados por empresa con el número de afiliados. A través del número de afiliados por programa. Los valores de la cartera en cada uno de los ahorros que proporciona el fondo. Con el número de ingresos a los portales digitales de la organización.</p>
<p>6. ESTRUCTURA DE COSTO Los gastos en los que incurre la empresa son el talento humano, insumos de papelería y cafetería, sistemas informaticos (computadores, impresoras, tarjetas gráficas, etc..) y tecnología, a través de programas y software(OPA) , servicio técnico, aseo y mantenimiento de oficina y equipos, gastos de localización y servicios básicos, gastos en una buena red de internet.</p>	

<p>3. PROPUESTA DE VALOR La propuesta de valor del fondo de empleados es mejorar el bienestar de los empleados y su satisfacción en las organizaciones, a través de auxilios, convenios, créditos más accesibles, asesorías sobre el ahorro y las finanzas; pensando siempre en el futuro de los asociados. FERMAD contribuye al desarrollo humano de sus asociados, familias y comunidad cercana, teniendo como principio la solidaridad, la cual requiere de tu participación para aportar equitativamente a la construcción del bienestar colectivo.</p> <p>El desarrollo está asociado al acceso a servicios que posibilita a las personas su crecimiento y bienestar.</p>	<p>9. VENTAJA COMPETITIVA La ventaja competitiva es que el fondo se enfoca en organizaciones de sector de la madera, y las empresas patrocinadoras del fondo son de las mejores del sector, además de la experiencia por 10 años del fondo en el manejo de programas enfocados en el bienestar de los asociados.</p>	<p>1.SEGMENTO DE CLIENTES El fondo se dirige a empresas patrocinadoras del sector de los muebles o la madera, y por ende a los empleados de estas organizaciones que se deseen afiliarse al fondo.</p>
<p>7. FLUJO DE INGRESOS Los ingresos se generan a través de la cuota de afiliación de los asociados (ahorros) , aportes mensuales de sostenimiento del Fondo e ingresos de las operaciones de crédito.</p>	<p>5. CANALES A través de las mismas empresas patrocinadoras se da a conocer el fondo, pero también se manejan portales digitales como redes sociales, página web donde se hacen solicitudes a través de una oficina digital, y líneas de atención al cliente.</p>	

5) Objetivos

Objetivo general

Generar un plan de mejora para el fondo de empleados Fermad, con el propósito de aumentar su eficiencia en la gestión de los procesos que llevan a cabo, y por ende aumentar la satisfacción de los asociados con sus servicios.

Objetivos específicos

- Determinar las razones sobre la disminución en el porcentaje de empleados afiliados al fondo.
- Generar estrategias para afiliar nuevos asociados que hacen parte de las empresas patrocinadoras.
- Plantear convenios y alianzas que permitan la diversificación en los beneficios que proporciona el fondo.
- Consolidar una campaña que permita acercar a los potenciales asociados al fondo de empleados Fermad, a través de las plataformas digitales.

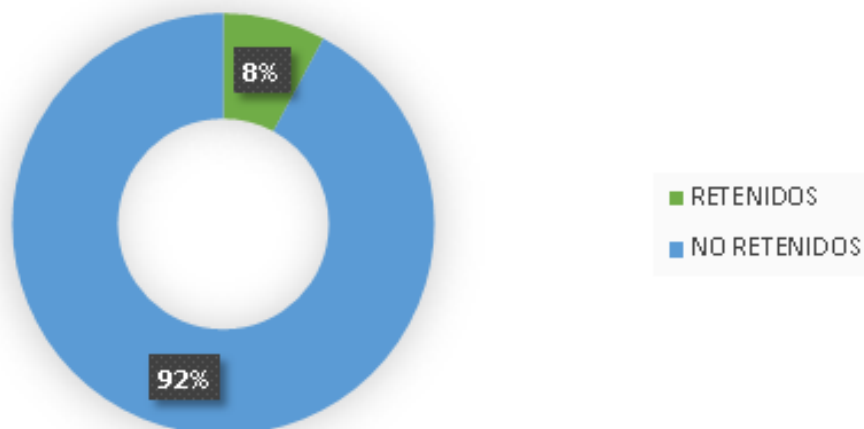
6) Diagnóstico

La metodología de este proyecto está basada en un enfoque mixto, por un lado, es cuantitativo por las cifras y cantidades que reflejaremos del área de retiros voluntarios de la empresa, y por otro lado es cualitativo porque se tendrá presente los principales motivos de los asociados retirados; todo con el fin de observar, describir y analizar la problemática planteada. Además, se va a aplicar un diseño no experimental porque la información a examinar está basada en un registro que lleva el fondo de empleados, y se va a observar un alcance descriptivo.

La técnica por desarrollar será a través de encuestas tomadas de una base de datos del año 2020 al 2021 del área de retención de la empresa.

El registro que lleva el fondo de empleados cuando un asociado se retira, es a través de un área de retención, donde el fondo se acerca al asociado para conocer los motivos de su retiro, y ver si con alguno de los beneficios que ofrece el asociado se retracta, pero la probabilidad de que un asociado sea retenido es muy baja. Veamos en la siguiente gráfica esta probabilidad:

Probabilidad de retención



Como se observa en el gráfico la probabilidad de retener un asociado que desea retirarse es del 8%, y suele ser a través del conocimiento de los beneficios y auxilios que ofrece el mismo.

Ahora, para comprender mejor el alto porcentaje de asociados no retenidos, se debe analizar los motivos por los que abandonan el fondo. El principal motivo por el que se retiran los asociados son las *Deudas personales*, que son las deudas externas al fondo, y es importante observar que este motivo se debe al poco conocimiento que tienen las personas sobre las finanzas personales; otro motivo que es muy frecuente es el de *vivienda*, que, aun ofreciendo varios auxilios de vivienda, prefieren retirar el total de sus ahorros para remodelar o comprar una casa.

Otro motivo muy común es el de *motivos personales*, que suelen ser por desempleo de alguno de su círculo familiar, enfermedad, calamidad económica y otros. Un motivo que se reflejó mucho en el último año fue el *Covid*, este virus que surgió en el 2019 en China; y terminó afectando a todos los países, y que por consecuencia generó una contingencia a nivel mundial, que afectó diversos aspectos en la vida de los seres humanos, y uno de ellos el tema económico; con el fondo se logró retener varios asociados a través de beneficios y auxilios, pero muchos otros prefieren retirar sus ahorros y suplir sus urgentes gastos.

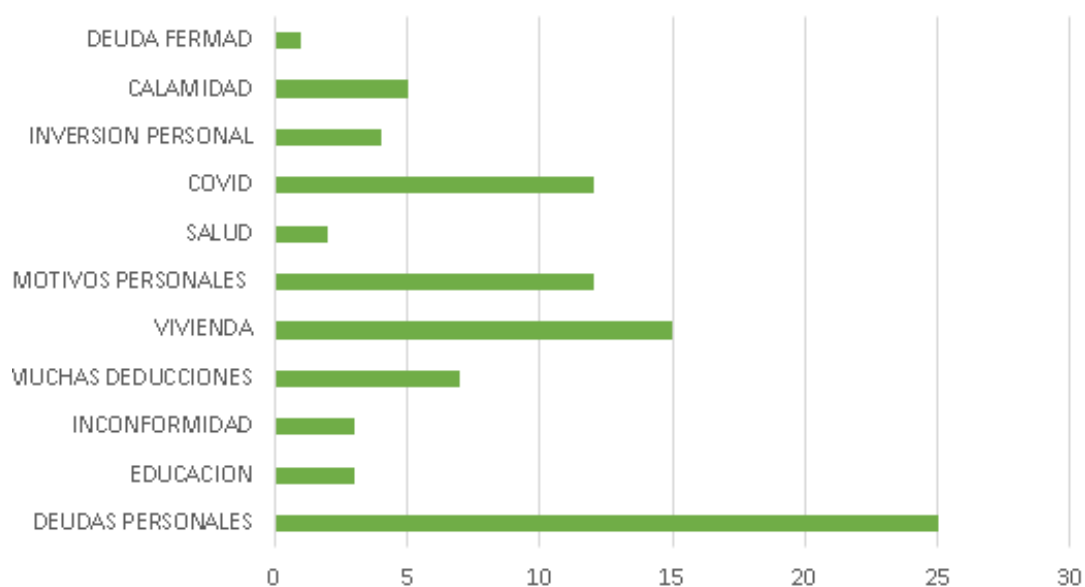
Dentro de los otros motivos que señalan los asociados son: educación, inconformidad, muchas deducciones, salud, inversión personal, calamidad y deudas con el mismo fondo.

Después de la breve descripción de los motivos por los que se retiran voluntariamente los asociados del fondo *Fermad*, se hizo un análisis con la base de datos. Los resultados fueron los siguientes:

MOTIVO	CANTIDAD
DEUDAS PERSONALES	25
EDUCACION	3
INCONFORMIDAD	3
MUCHAS DEDUCCIONES	7
VIVIENDA	15
MOTIVOS PERSONALES	12
SALUD	2
COVID	12
INVERSION PERSONAL	4
CALAMIDAD	5
DEUDA FERMAD	1
TOTAL	89

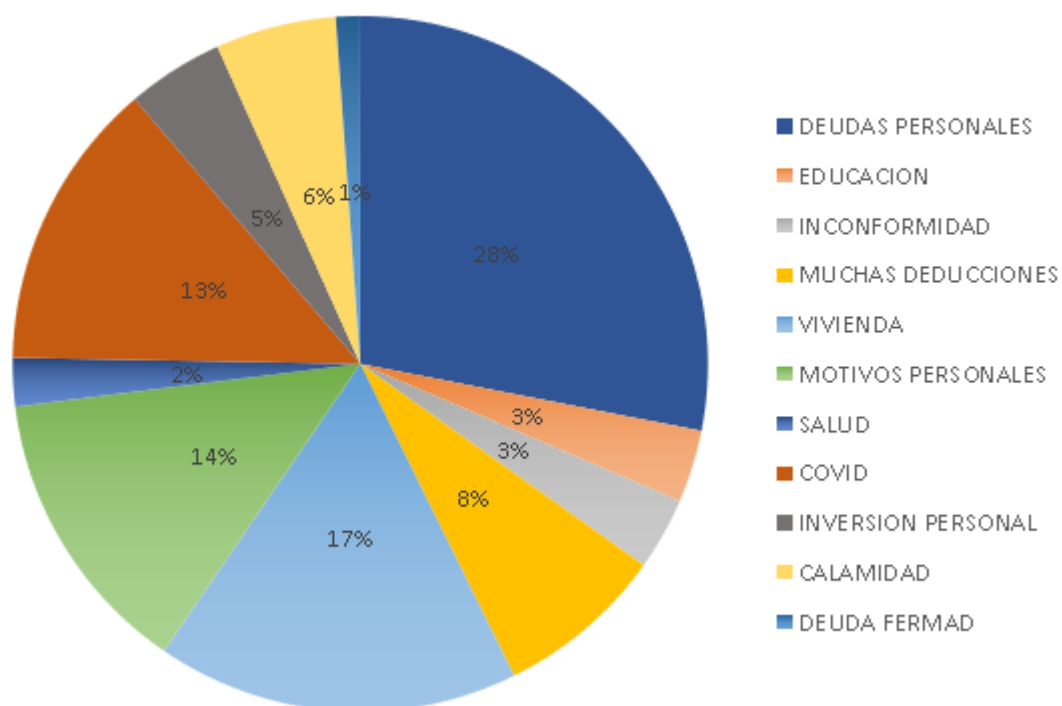
De una muestra con 89 retiros realizados en un año. Dentro de los más comunes son deudas personales, vivienda, motivos personales y covid. Las siguientes gráficas demuestra lo analizado.

Número de retiros según el motivo



La siguiente gráfica indica la probabilidad de cada tipo de motivo en un retiro.

Probabilidad de retiro según el motivo



Se analizó, además, la probabilidad de retención según el género, y los resultados son los siguientes:

GENERO	CANTIDAD
MASCULINO	75
FEMENINO	14
TOTAL	89

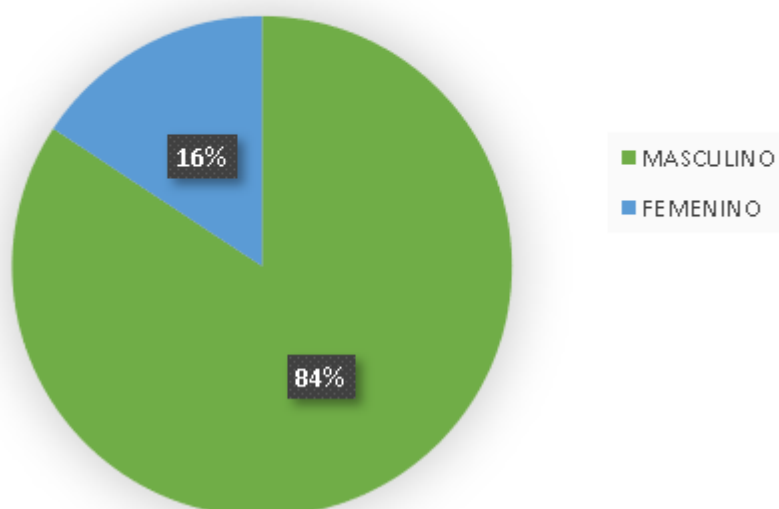
PROBABILIDAD	
MASCULINO	84,3%
FEMENINO	15,7%
TOTAL	100,0%

RETENCIÓN		PROBABILIDAD
MASCULINO	6	86%
FEMENINO	1	14%
TOTAL	7	100%

Se puede observar que la cantidad de asociados retirados de género masculino es mucho mayor, de un 84,3%, mientras que el porcentaje de género femenino es del 15,7%. Lo que influye de cierta manera en la probabilidad de retención según el género, donde se analiza que hay más probabilidad de retener un asociado del género masculino, a uno del género femenino.

El siguiente gráfico demuestra ese análisis:

Análisis de probabilidad de retención según el género



7) Elaboración de propuesta de mejoramiento

El plan de mejoramiento se hace con el objetivo de promover los procesos internos de la organización, a través de acciones que generen resultados en el número de retiros al año y la cantidad de afiliaciones nuevas que puede lograr el fondo. El desarrollo de la propuesta se va a dividir en las siguientes etapas:



Plan de acción

El plan de acción que se va a plantear es con el propósito de generar unos beneficios para el fondo de empleados, y mitigar la problemática identificada sobre el aumento de asociados retirados. Los beneficios de este plan son:

- Disminuir el número de retirados por motivos de insatisfacción.
- Mejorar e incentivar el ahorro en los asociados.
- Mejorar los canales o medios de información del fondo.
- Aumentar los índices de satisfacción en los asociados.
- Aumentar el número de asociados al fondo.

Este plan de acción y sus beneficios generan unos impactos internos y externos en la organización, y son:

Impacto interno

A nivel interno, el impacto sería un aumento en el trámite de convenios y auxilios, y más acercamiento por parte de los asociados a través de las plataformas virtuales del fondo. Además, el incremento del interés en los empleados de las empresas patrocinadoras por

afiliarse al fondo, y con ello la motivación de los asociados ya retirados, en volverse a afiliar.

Impacto externo

A nivel externo, generar un impacto positivo es lo principal, que el fondo de empleados transmita por completo que se trabaja por y para los asociados, que las empresas patrocinadoras actuales y futuras, observen que lo más importante en Fermad es el bienestar de sus asociados.

Cronograma del plan de mejoramiento

PLAN DE MEJORAMIENTO FONDO DE EMPLEADOS FERMAD YULIANA CASTRO RENDÓN																							
FASE	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA		% Comp.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ESTADO	REVISIÓN	OTRO	
					Inicio	Fin																	
DIAGNÓSTICO	Reconocer modo de la organización y sus objetivos, y cómo lograr esos objetivos.	Recolección de información para la contextualización de la empresa.	Participante		8/02/2021	19/03/2021	100%																
	Identificar la problemática.	Realización de la matriz carvas.	Participante		9/03/2021	19/03/2021	100%																
	Generar una metodología para analizar la problemática.	Generación de los objetivos del plan de mejoramiento.	Participante		9/03/2021	19/03/2021	100%																
		Recolección de información de fuentes secundarias.	Área administrativa	Encuestas de relación		20/03/2021	23/04/2021	100%															
		Definir la información obtenida.	Participante	% de productividad		20/03/2021	20/04/2021	100%															
	Analizar los resultados.	Participante	Deficiencias puntuales		20/03/2021	23/04/2021	100%																
PLANEACIÓN	Determinar el plan de mejoramiento.	Diseñar las estrategias del plan de mejoramiento.	Participante		20/04/2021	20/05/2021	100%																
		Diseñar un cronograma del plan de mejoramiento.	Participante		20/04/2021	20/05/2021	100%																
		Generar los objetivos, beneficios y recomendaciones del plan.	Participante		20/04/2021	20/05/2021	100%																
							0%																
Ejecución	Fortalecer las plataformas virtuales del fondo.	Crear publicaciones en las plataformas virtuales de manera creativa, con promociones, premios e interacción. Generar publicidad a través de las redes sociales del fondo.	Área de marketing Área de marketing	Estadísticas de interacción	1/02/2021	1/02/2022	0%																
	Promover todo el tipo de eventos y auxilios que ofrece el fondo.	Campañas en las empresas patrocinadoras.	Área de marketing		30/07/2021	30/09/2021	0%																
	Fortalecer la fidelización de los asociados.	Identificar las necesidades de los asociados y ofertar según esas necesidades. Generar más interacción con los asociados a través de los distintos medios de comunicación y campañas.	Área de marketing Área de marketing	Encuestas de satisfacción % Crecimiento del número de asociados	15/10/2021	1/02/2022	0%																
	Promover la página web del fondo.	Dar a conocer a través de las plataformas virtuales e interacciones propositas las novedades de la página web como la oficina virtual.	Área de marketing		30/07/2021	1/02/2022	0%																
	Incentivar el ahorro en los asociados.	Generar capacitaciones sobre el manejo del dinero y las opciones de ahorro que ofrece el fondo.	Área de bienestar	% Decrecimiento de retiros.	1/02/2021	1/02/2022	0%																

El propósito del desarrollo del cronograma de actividades es poder organizar, ejecutar y monitorear, los planes de acción para lograr un fortalecimiento de la satisfacción de los asociados en el fondo de empleados.

Presupuesto financiero básico

El presupuesto nos indica la cantidad de dinero que se debe invertir para lograr las actividades propuestas en el plan de mejoramiento. La siguiente tabla indica cuál es el presupuesto.

PRESUPUESTO DEL PLAN DE MEJORAMIENTO FERMAD ANUAL				
PRESUPUESTO				11.702.500
3% RIESGO				351.075
PRESUPUESTO TOTAL				12.053.575

RECURSO	TIPO DE RECURSOS	UNIDADES	COSTO X UNIDAD	COSTO TOTAL
Publicidad	Redes sociales	135	4.000	540.000
Publicidad	Imprenta	465	2.500	1.162.500
Educativo	Capacitaciones	50	200.000	10.000.000

8) Recomendaciones

Según lo observado a lo largo del informe y en la empresa, la problemática identificada sobre el aumento de retiros en el fondo es algo que se debe investigar aún más en la organización, porque los asociados son la base. En el informe se logra identificar que el mayor motivo de los retiros son las deudas personales, y esto se debe a toda la situación presente por el covid, y además por la falta de conocimiento en el manejo del dinero y ahorro por parte de los asociados. Por ende, es necesario en el plan de mejoramiento promover el buen manejo del dinero y las opciones de ahorro que ofrece el fondo, además de mejorar las plataformas digitales para mejorar la fidelización de los asociados. El plan de mejoramiento lo que busca es lograr atraer más asociados y evitar los retiros por insatisfacción, difundir por varios canales la cantidad de beneficios que ofrece la empresa.

9) Conclusiones

- El mayor motivo de la problemática identificada del aumento de retiros en el fondo, son las deudas personales las cuales nos indican el poco conocimiento sobre el manejo del dinero y el ahorro, además de la crisis generada por el covid.
- El fondo presenta pocos niveles de fidelización, debido a que no se tiene un buen acercamiento del fondo con los asociados a través de las plataformas virtuales, además de mejorar el contenido que haya en dichas plataformas, ya que hay muchos beneficios que ofrece el fondo, y los asociados no tienen conocimiento de ello.
- El plan de mejoramiento no requiere una alta inversión, ya que lo más relevante es difundir la información sobre los auxilios y convenios que ofertan, y que los asociados tengan conocimiento de esa diversificación de beneficios, y así aumentar índices de satisfacción.

6) Referencias bibliográficas

- Madecentro. Empresa. Página web. Disponible en:
<https://www.madecentro.com/empresa>
- Fermad. Fermad Fondo de Empleados. issuu. 2014. Disponible en:
https://issuu.com/fermadfermad/docs/folleto_fermad_issuu
- Gómez, D; Muñoz, W; Orduz, D. Estrategias y planes para el fondo de empleados Fenlinter. 2018. Disponible en:

<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/685/OrduzPinzon-DanielaMichell-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Anónimo. Madecentro, una historia que inspira. A la obra maestros. Disponible en:

[https://maestros.com.co/ferretero-](https://maestros.com.co/ferretero-recomendado/2879/#:~:text=Naci%C3%B3%20en%20el%20a%C3%B1o%202001,que%20hoy%20conocemos%20como%20MADECENTRO)

[recomendado/2879/#:~:text=Naci%C3%B3%20en%20el%20a%C3%B1o%202001,que%20hoy%20conocemos%20como%20MADECENTRO](https://maestros.com.co/ferretero-recomendado/2879/#:~:text=Naci%C3%B3%20en%20el%20a%C3%B1o%202001,que%20hoy%20conocemos%20como%20MADECENTRO)

- Fermad, Fondo de Empleados. Inicio. Página web. Disponible en:

<https://www.fermad.co/>

- Ayala, L; Caicedo, L; Gomez, H; Hernández, L. Fondo de Empleados para Isleros de la Organización Terpel. 2018. Disponible en:

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5981/1/2018_%20fondo_%20empleados_isleros.pdf