



## **Estrategia de permanencia de las nuevas representantes**

Elaborado por:

Michell García Patiño

Asesor: Guillermo León Vásquez Zapata

Ingeniero de finanzas y negocios

Tecnología en Gestión Comercial

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2023

## **Estrategia de permanencia de las nuevas representantes**

### **Resumen**

En Avon S.A.S se pretende buscar estrategias que permitan la permanencia de las Nuevas Representantes, mediante los incentivos ofrecidos campaña a campaña, por medio de una investigación mixta analizando datos cualitativos y cuantitativos de los históricos de la compañía, según los resultados es de suma importancia plantear el plan de mejora que se acomode a la necesidad que tiene la compañía para crecer en ventas y motivar a sus vendedoras, animándolas a pasar pedido y atraer a nuevas personas al negocio de ventas por catálogo.

*Palabras clave:* Nuevas Representantes, incentivos, ventas por catálogo, nombramientos, permanencia.

### **Abstract**

In Avon S.A.S. it is intended to seek strategies that allow the permanence of the New Representatives, through the incentives offered campaign to campaign, through a mixed research analyzing qualitative and quantitative data of the company's history, according to the results it is of utmost importance to raise the improvement plan that fits the need that the company has to grow in sales and motivate their saleswomen, encouraging them to pass order and attract new people to the catalog sales business.

*Keywords:* New representatives, incentives, catalog sales, appointments, tenure.

## Estrategia de permanencia de las nuevas representantes

### Bibliografía

- Angelica María Alzate Gomez, Natalia Duque Parra. (2018). *ESTUDIO SOBRE LAS CAUSAS DE LA ALTA ROTACIÓN DE LAS CONSULTORAS*. Tuluá: Universidad del Valle. Recuperado el 4 de 5 de 2023, de Biblioteca Digital Univalle: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19346/0602396.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Corte constitucional. (31 de Diciembre de 2008). Ley 1266. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34488#:~:text=por%20la%20cual%20se%20dictan,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.>
- Ivanka Visnjic, A. N. (2018). *The path to outcome delivery: Interplay of service market strategy and open business models*. ELSEVIER. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166497216303406>
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2012). Ley 1581 de 2012. pág. 2. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/arquiturati/630/articles-9011\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/arquiturati/630/articles-9011_documento.pdf)
- Ortega, A. O. (2014). Enfoques de investigación. *Enfoque Mixto de la Investigación*, pág. 21. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Revista Ceipa. (Marzo de 2017). Sistema de proyección de la demanda. Caso práctico de predicción automatizada en empresas de venta por catálogo. (A. J. Boada, Ed.) *Perspectiva Empresarial.*, págs. 23 - 41. Obtenido de <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/122/55>
- Revista Lasallista de Investigación. (Julio - Diciembre de 2011). Planificación de demanda, en empresas con estilo de venta por catálogo. (B. A. José, & M. Rómulo, Edits.) págs. 124 - 135. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69522607014.pdf>

## **Estrategia de permanencia de las nuevas representantes**

Universidad Buenos Aires. (Junio de 2014). Estrategias de trade marketing para Millanel  
cosmética. (C. P. Yepes, Ed.) pág. 5. Obtenido de  
[http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0770\\_PinerosYepesCS.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0770_PinerosYepesCS.pdf)