



**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE COMPRA Y DISTRIBUCION DE
ELEMENTOS DE ASEO PARA LA EMPRESA COMPRAVENTA Y DISTRIBUCION
A&D S.A.S.**

JHEISSON ENRIQUE RAMIREZ FERNANDEZ

RAFAEL MUÑOZ

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**



AGRADECIMIENTOS

Primero que todo agradecer a Dios por guiarme y estar siempre conmigo en este camino que no ha sido fácil pero siempre ha estado hay para iluminarme, además por poner a las personas indicadas a nivel emocional y académico para el desarrollo y cumplimiento de este proceso.

A todos los profesores, tutores, y demás personas que me brindaron el camino y el conocimiento para ser la persona que hoy en día soy, y me permitió desarrollar este trabajo.

Para finalizar agradecer a las personas que me han ayudado a llegar hasta acá y más importantes en mi vida las cuales son: LUIS ENRIQUE RAMIREZ, YOLANDA FERNANDEZ, STEVEN RAMIREZ. SANTIAGO RAMIREZ.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
2. JUSTIFICACIÓN	10
3. ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN	11
3.1 Antecedentes Y Estado Actual De La Empresa	11
3.1.1 Reseña Histórica	11
3.1.2 Misión	12
3.1.3 <i>Visión</i>	12
4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	13
4.1 Objetivo General.....	13
4.2 Objetivos Específicos.....	13
4.3 MARCO TEÓRICO	14
4.4 Análisis del estado del proceso interno de selección, seguimiento y distribución a puntos de venta nacionales	18
5. LOGROS DE LA PASANTÍA	23
5.2 Comunicación entre transportadores y puntos de venta	24
5.3 Implementación de seguimientos y control a través de los sistemas de información.	24
5.4 Implementación de envío de información del estado real de la mercancía a través de mensajes celular a los clientes, programado automáticamente desde los sistemas de la empresa.	25
5.5 Desarrollo del software con dispositivos handheld (radios) o computadoras de manos celulares etc. para soporte en cuanto a pruebas de entregas, novedades y así mismo para alimentar el sistema de información de la empresa.	26
6. PLAN OPERATIVO	28
6.1 CRONOGRAMA.....	30
6.2 FUNCIONES PASANTES	30
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
7.1 RECOMENDACIONES.....	34
8. BIBLIOGRAFÍA CITADA	36
ANEXOS.....	37



LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Entidades que regulan y vigilan la compra y venta de productos de aseo en Colombia	15
Tabla 2 Matriz DOFA.....	15
Tabla 3. Incidencias encontradas desde febrero 1 de 2020 a junio 1 de 2020. ...	21
Tabla 4. Funciones, actividades y responsabilidades desarrolladas durante la pasantía.	28
Tabla 6 Cronograma desarrollo del informe de la pasantía.....	30



LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Herramientas tecnológicas internas que maneja compra y distribución A&D	20
Ilustración 2 Dispositivo handled.....	26
Ilustración 4 Ciclo de compra y venta, almacenamiento y transporte.	33



LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1 Tipos de mercancías más demandadas por los clientes entre febrero y junio.....	18
Grafica 3. Medios utilizados para el seguimiento y control de la mercancía	20
Grafica 4.Gestión de mercancía hacia puntos de venta.....	21
Grafica 6.Incidencias encontradas desde febrero de 2020 a junio de 2020	22



ANEXOS

<i>Anexo 1 Guía Electrónica compraventa y distribución A&D.....</i>	<i>37</i>
<i>Anexo 2 Guía Electrónica compra Internacional</i>	<i>37</i>
<i>Anexo 3 Empresa compraventa y distribución A&D</i>	<i>38</i>
<i>Anexo 4 Caso De Retiro Cliente Por Novedades De Saqueo.....</i>	<i>38</i>
<i>Anexo 5 Rastreo De Envió Nacional.....</i>	<i>39</i>
<i>Anexo 6 Incumplimientos En Entregas</i>	<i>39</i>
<i>Anexo 7 Manifiesto De Carga.....</i>	<i>40</i>
<i>Anexo 8 Mercancía averiada en tránsito a destino CTG.</i>	<i>41</i>
<i>Anexo 9 Guía vía Logística Con Destino A Cartagena</i>	<i>41</i>



INTRODUCCIÓN

En este trabajo se tiene como primer punto poner en práctica todo el conocimiento teórico recolectado durante 5 años de carrera profesional realizada en la universidad Antonio Nariño, con el cual se llevara a cabo la mejora a la empresa **COMPRA VENTA Y DISTRIBUCION A&D** en cuanto a la compra y distribución, se tomara los 6 meses pertinentes y continuos, explicando uno a uno los pasos asignados por el representante inmediato, para cumplir con los deberes prometidos tanto en la universidad como en la empresa.

La pasantía tiene como objetivo centralizar o seleccionar minuciosamente uno o dos proveedores fijos, que sean más beneficiosos para la empresa tanto precio, calidad, y ubicación geográficamente para su fácil acceso y transporte, esto se va a realizar mediante una persona idónea que se encargara de esta labor.

Para llevar a cabo con esta finalidad se desarrollará un informe en el cual se diagnosticará el proceso anteriormente nombrado y sus fallas o el momento en que se pierde su debido proceso, además hacer un estudio profundo y revelador de todos los proveedores que se tienen actualmente.

Esto anteriormente nombrado conlleva a presentar un detallado análisis **DOFA** por el cual nos revelara o nos ayudara a identificar las debilidades, oportunidades,



fortalezas, y amenazas en el proceso de compras, transporte, análisis de proveedores, y distribución en puntos de venta



2. JUSTIFICACIÓN

Nuestra empresa COMPRA VENTA Y DISTRIBUCIONES A&D es más que importante el proceso logístico haciendo énfasis en selección de proveedores y transporte de la mercancía, ya que dará mejores y más facilidades para nuestros clientes, si se genera una buena calidad de productos y servicios, con el tiempo se verá reflejado en la ganancia de más clientes y estabilidad de los antiguos, este es el propósito principal de este trabajo crear un plan de mejoramiento que beneficie en el campo económico como logístico de la empresa.

Por otro lado, se da análisis a todos los errores o fallas detectados en este proceso logístico, esto nos dará la suficiente información para tener las bases y solucionar el problema, que en este caso será hallando una persona capacitada para que realice la selección de proveedores, esto como se realizara, se tendrá en cuenta ubicación geográfica, relación precio calidad, las necesidades de nuestros clientes entre otras.

Lo siguiente para tener en cuenta es el transporte a nuestros puntos de venta, anteriormente se retrasaban, y eran bastantes costosos, ahora se dará una trazabilidad tanto en cargue, movilización y descargue, además con los nuevos y mejor escogidos proveedores, en cuanto a ubicación geográfica se agilizará todo el proceso.



3. ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN

3.1 Antecedentes Y Estado Actual De La Empresa

3.1.1 Reseña Histórica.

A&D distribuidora de elementos de aseo es una empresa que cuenta con más de 5 años de experiencia en la industria de la compra transporte y venta de elementos varios de aseo nacional e internacional, todas las personas o empleados de esta misma están plenamente capacitados en cada uno de los procesos de la empresa y así mismo sus áreas, a esto se le suma la experiencia en su propia metodología y amplio conocimiento, esto genera un cumplimiento en sus bienes y servicios, esto se hace siempre pensando en el éxito y crecimiento de nuestros clientes posicionándonos en una muy buena alternativa en el mercado.

Además de esto contamos con la mejor alianza ante nuestros competidores, esto nos permite llegar al más del 50% de los municipios del territorio nacional. Tenemos a disposición de nuestra distinguida clientela personal muy bien capacitado garantizando que los canales de comunicación funcionen de forma ágil y efectiva **(COMPRA VENTA Y DISTRIBUCION A&D)**.



3.1.2 Misión.

Dar incentivo a la creación, innovación, y buenas relaciones interpersonales internas y así mismo entre trabajadores y clientes, buscar constantemente las maneras de mejorar nuestro servicio para tener contentos a nuestros clientes.

Aumentar nuestra eficiencia operacional y de logística mediante negocios innovativos, añadirse a la parte integral como socio comercial del negocio de nuestros clientes, más que ser solo un proveedor de bienes y servicios (COMPRA VENTA Y DISTRIBUCION A&D)

3.1.3 Visión.

Ofrecer el mejor servicio posible además de una atención personalizada, eficiente, y profesional a nuestros clientes, brindando soluciones logísticas, comerciales de acuerdo con cada parámetro. (COMPRA VENTA Y DISTRIBUCION A&D)



4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

4.1 Objetivo General.

- Diseñar propuesta de mejoramiento de compra y distribución de elementos de aseo para la empresa compraventa y distribución A&D S.A.S.

4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar las fases del proceso desde la compra de la mercancía hasta la entrega en los puntos de venta, con el fin de verificar donde se generan los retrasos y el déficit en la entrega y precio de la mercancía.
- Describir el proceso y selección interno de la compra y transporte de la mercancía además su trazabilidad y seguimiento en cada uno de los procesos para analizar posibles errores que se estén cometiendo en el mismo.
- Diseñar un plan de mejoramiento para optimizar los procesos internos con énfasis en la compra y transporte, con el fin de optimizar el precio de compra de la mercancía y su llegada a tiempo a los puntos de venta



4.3 MARCO TEÓRICO

El desarrollo de los servicios personales de estética facial, corporal y ornamental está relacionado con el uso de productos para aseo, higiene, limpieza, desinfección o esterilización”.

Estos productos se encuentran reglamentados para sus regímenes sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en relación con la producción, procesamiento, envasado, expendio, importación, almacenamiento y comercialización.

Para entender cuál es la normatividad aplicable para cada uno de los productos de aseo, higiene, limpieza, desinfección o esterilización se requiere diferenciar aquellos de uso doméstico de los de uso industrial:

1. Producto de aseo, higiene y limpieza de uso industrial:

“Es aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad y propender por el cuidado de la maquinaria industrial e instalaciones, centros educativos, hospitalarios, etc., que cumple los siguientes requisitos:

2. Mercado: No está dirigido a productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.

3. Sistema de distribución y comercialización: Esta dirigido única y exclusivamente al sector industrial.

4. Composición: La cantidad de ingrediente activo es diferente en cuanto a concentración, con respecto a los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.

5. Uso del producto: Se realiza única y exclusivamente a través de máquinas, equipos o personal especializados.

Tomado de: Circular Externa DG-0100-284 del 23/10/2002 – Dirección General INVIM



Tabla 1 Entidades que regulan y vigilan la compra y venta de productos de aseo en Colombia

ENTIDADES QUE REGULAN Y/O VIGILAN PRODUCTOS DE ASEO EN COLOMBIA
instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos
superintendencia de industria y comercio
ministerio de transporte
direccion de impuestos y aduanas
superintendencia de puertos y transportes

Fuente: instituciones oficiales (Grupo Aliados)

4.4 ANALISIS DOFA

Tabla 2 Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
EMPRESA: COMRAVENTA Y DISTRIBUCION A&D		
DEPARTAMENTO: LOGISTICA EN COMRAVENTA Y TRANSPORTE (VENTADE MERCANCIA A NIVEL NACIONAL)		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
1	Experiencia en logística del transporte nacional.	Uso inadecuado de los sistemas de la información.
2	Se presta atención personalizada al cliente.	Carencia en el ámbito de rentabilidad respecto a gastos innecesarios.
3	Facilidades logísticas en los principales puntos de venta.	Incumplimiento en las entregas de los puntos de venta
4	La empresa cuenta con aliados estratégicos en el ámbito de la compraventa de mercancías.	Falta de gestión y seguimiento de la mercancía en Tiempo real.
5	Precios de mercancía muy económicos ante la competencia.	Procesos Logísticos y Comerciales no soportados con Tecnología, en pro de los clientes promovedores y de la empresa.
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN
	ESTRATEGIAS OFENSIVAS	ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN



1	Crecimiento potencial, con nuevos clientes y más satisfechos los existentes.	Con la experiencia adquirida en el mercado de la compraventa de productos de aseo a nivel nacional se logra tener la oportunidad de crecer y abarcar más porcentaje en el mercado y puntos de venta.	Teniendo mayor peso en el mercado, se verá más crecimiento tanto económico como logísticamente y esto generará que se pueda invertir más en bases de datos y sistemas de información, para tener mayor control de todos los aspectos.
2	Adquisición de tecnología para optimizar procesos seguimiento de la mercancía.	Con una logística más personalizada y guiada con los sistemas de información se podrá optimizar todos los procesos	Ya una vez teniendo de forma continua los sistemas de información o base de datos, se podrá llevar a cabo con bastante efectividad el control de mercancía , gastos etc.
3	Flota de Vehículos alquilados, para una labor en específico, para dar cumplimiento a la distribución en los puntos de venta.	Con las bases que cuenta la empresa en algunos puntos de venta, y la flota alquilada podemos mejorar el servicio, y a su vez ofrecer otro servicio el cual es el de almacenamiento.	Con flota alquilada de vehículos podemos extender el servicio de entrega en temporadas con el fin de mejorar el nivel de servicio en un 90% y fidelizar a los clientes.
4	Servicio al cliente y gestores de quejas y reclamos.	Con los aliados que cuenta la empresa, podemos darle solución a todos los errores o quejas y reclamos que se puedan presentar en el seguimiento y ejecución de la logística mejorada que se está empleando	Con la finalidad de no enviar la información directamente a los clientes, podemos emplear el servicio al cliente que se implementara en la empresa con los colaboradores externos, para dar respuesta a todos los reclamos de los clientes
5	Afianzar relaciones comerciales con los clientes y proveedores.	Dando precios cómodos para los clientes y consiguiendo el proveedor más apropiado se puede tener relaciones comerciales con empatía y efectividad.	Darle mejora y soporte todos los procesos tanto como comerciales, administrativos, y logísticos mediante el sistema de información que faciliten la toma de decisiones, de negocios y seguimiento.
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA
1	Perdidas de clientes insatisfechos por novedades en tiempo de entrega y precios.	Seguimiento y control permanente a los clientes, que se encuentran en estado crítico, por errores persistentes o retrasos en las entregas.	Buscar Alternativas que lleven a la mitigación de resolver todas las novedades que se presentan.
2	Aumento de retrasos y perdida de mercancía en los diferentes puntos de venta.	Mediante los controles de seguimiento y control que se implementaran, se logra llevar un informe a diario de las entregas y compra y ventas del día.	Realizar seguimientos a las novedades que se presentan con regularidad, para realizarle su debido proceso y así mismo su solución pertinente.
3	Obsolescencia en redes de distribución a nivel local y nacional.	Rediseñar nuevos métodos de distribución de mercancías, generando publicidad no solo tradicional si no mediante redes y todas las alternativas digitales.	Poner en marcha las estrategias defensivas, para mejorar tiempos de entrega, precios y demás aspectos que nos haga menos competitivos.



Una terminada la matriz DOFA, se da un conocimiento más detallado de todo el proceso interno de la empresa, el cual fue realizado por el área logística de la empresa, en cuanto a la mejora de proveedores y transporte además de esto corrección de todos errores o reportes tanto de clientes como proveedores, se puede evidenciar de forma fácil y clara las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades, que nos ayudan y también que nos afectan en todo el proceso logístico en la compraventa de productos de aseo , todo lo anteriormente nombrado nos lleva a tener que generar estrategias y a su vez planes de mejoramiento que le permita a compraventa y distribución A&D disminuir y si es posible desaparecer los impactos negativos para cumplir con las metas y aumentar rentabilidad.

Lo que se logró tener en cuenta respecto a las debilidades es que hay una visualización más clara de lo que tenemos que mejorar y las herramientas, recursos y demás que podemos usar para generar un mejor rendimiento tanto hacia los proveedores como a los clientes y puntos de venta.

Ahora las oportunidades identificadas en nuestra matriz DOFA como anteriormente nombrábamos, son las posibilidades y herramientas que nos da y tiene la empresa para aprovechar desde el área comercial y logística, y esto nos puede llevar a mejores precios de compra y una mayor cantidad de clientes.

Las fortalezas que se han detectado en nuestra matriz DOFA nos permite involucrar todas las herramientas que sean necesarias, para hacer un efectivo control, y seguimiento de la mercancía, así mismo tener un fuerte sistema de información, que lleve todo desde el punto recogida hasta el punto de entrega.

Para finalizar las amenazas identificadas en la matriz DOFA permite que se pueda implementar todas esas estrategias que se han venido creando en la empresa

para poder disminuir el impacto negativo y a su vez ir mejorando cada día, y así pasar de ser debilidades a fortalezas.

4.4 Análisis del estado del proceso interno de selección, seguimiento y distribución a puntos de venta nacionales

Una vez que se realiza y se completa el diagnóstico DOFA se puede ver de forma completa donde la empresa está dando buenos resultados y también donde se tienen novedades y falencias, ya sea de logística o de información.

Para realizar la matriz DOFA se tuvo en cuenta un patrón de varios meses como referencia, y lo que se tuvo en cuenta fueron áreas como transporte, compra, venta, sistemas de información todos realizados solo por la empresa compraventa y distribución A&D el periodo que se tomó en cuenta fue desde el 01/02/2020 hasta el 01/06/2020 en donde se evidencia cada uno de los puntos anteriormente nombrados.

Grafica 1 Tipos de mercancías más demandadas por los clientes entre febrero y junio.



Fuente: compraventa y distribución A&D., datos obtenidos del sistema de la empresa, meses febrero a junio.



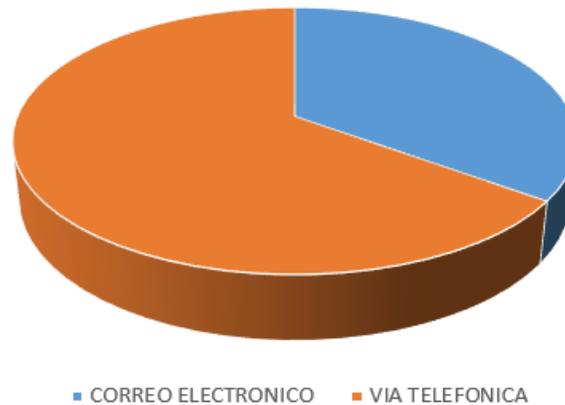
La información que se obtiene del sistema de datos de COMPRAVENTA Y DISTRIBUCION A&D, nos deja con una evidencia muy obvia que los productos que más se venden o son demandados por nuestros clientes en particular es el papel higiénico, servilletas, blanqueador, por lo cual tenemos como prioridad optimizar la compra, transporte y distribución de los mismos para la mayor satisfacción de nuestro cliente.

Después del análisis que se realizó a los productos más demandados por nuestra empresa se da el punto más importante por el cual se afecta el proceso logístico del mismo

- ✓ El canal usado anteriormente y actualmente por la empresa COMPRAVENTA Y DISTRIBUCION A&D para realizar el seguimiento, control y reportes de la mercancía, es vía correo electrónico y llamadas telefónicas, esto ha funcionado durante varios años, pero se han generado errores de veracidad y efectividad en los mismos, por ejemplo, en muchas ocasiones al personal se le olvida llamar a un cliente o en su defecto dejarle un mensaje por correo electrónico del estado y rapidez con que se mueve su producto.

Grafica 2. Medios utilizados para el seguimiento y control de la mercancía

MEDIOS QUE SE UTILIZABAN PARA EL SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA MERCANCIA



Fuente: sistema de información (compraventa y distribución A&D)

El ultimo inconveniente que tiene la empresa respecto a este punto es que, aun así, teniendo sistemas de información, no lo usan de manera totalmente efectiva, si su sistema ya existente se aliara con otros sistemas externos especializados en esto se optimizarían procesos como los internos, información comercial, logístico etc. Esto generara una forma de presentación e información más creíble para nuestros clientes.

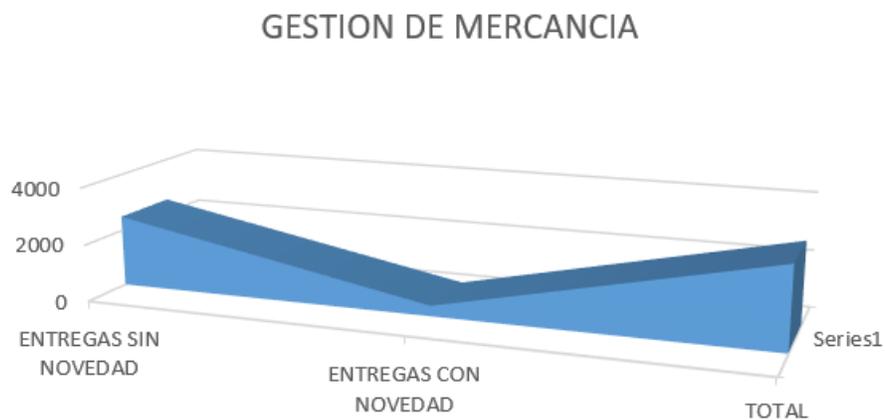
Ilustración 1. Herramientas tecnológicas internas que maneja compraventa y distribución A&D



Fuente: Aplicativos compraventa y distribución A&D para optimización de los procesos internos de trazabilidad.

Lo que nos muestra las aplicaciones que se usa la empresa, es que cuenta con buenas herramientas pero que se pueden utilizar o acondicionar a nuevos aspectos de la gestión logística además a procesos comerciales, con el fin de mejorar nuestros tiempos y así mismo nuestra rentabilidad.

Grafica 3. Gestión de mercancía hacia puntos de venta.



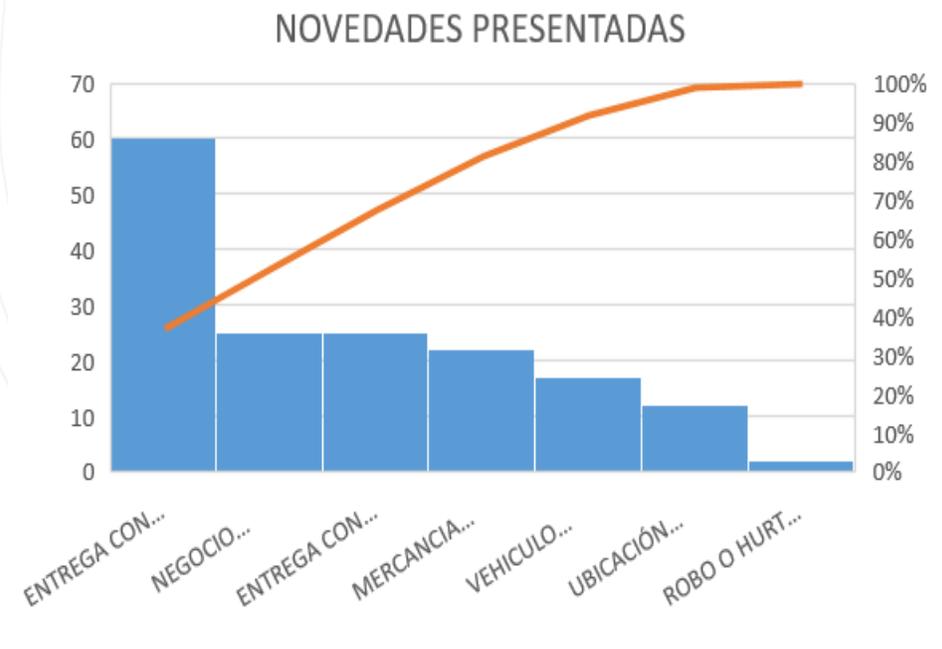
Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Incidencias encontradas desde febrero 1 de 2020 a junio 1 de 2020.

NOVEDADES PRESENTADAS	CANTIDAD
ENTREGA CON CONDICIONES ESPECIALES	60
NEGOCIO CERRADO	25
UBICACIÓN CONFUSA	12
ENTREGA CON RETRASO	25
VEHICULO ACCIDENTADO	17
ROBO O HURTO PARCIAL	2
MERCANCIA AVERIADA	22

Fuente: compraventa y distribución A&D., datos obtenidos del sistema de la empresa, meses de febrero a junio.

Grafica 4. Incidencias encontradas desde febrero de 2020 a junio de 2020



Fuente: compraventa y distribución A&D., datos obtenidos del sistema de la empresa, meses de febrero a junio.

- ✓ Se puede ver de forma ágil y practica en la gráfica número 3 que las entregas con novedad se dan debido a los escasos de gestión con las bases nacionales o en cada punto de venta, pero hay que tener en cuenta que el porcentaje es mucho más bajo que el de las entregas sin novedades, sin embargo, el porcentaje de novedades se tiene que mejorar notoriamente ya que son bastantes puntos de venta afectados por esto.



- ✓ Estudiando a fondo las novedades encontramos en el periodo establecido podemos ver que la empresa requiere de forma urgente una mejora en el control y seguimiento de la carga en este sentido o mercancía, ya los hemos expuesto y daremos las posibles soluciones o procesos que se pondrán en práctica, dicho esto los errores más comunes son, retrasos en el transporte, problemas con proveedores, mercancía averiada etc. Este tema ya se tiene que tomar con seriedad e implementarlo de inmediato, ya que cada día que pase se va empeorar la situación y los gastos innecesarios.

5. LOGROS DE LA PASANTÍA

5.1 Propuesta de mejoramiento para la optimización del proceso de control y seguimiento de la mercancía.

Ya realizado todo el estudio y analizando el proceso interno con énfasis en control y seguimiento de la mercancía, se logró tener claro los errores más comunes o recurrentes, a los cuales se le propone un elaborado plan de mejoramiento en base a los siguientes temas a solucionar.

- ✓ Comunicaciones constantes entre transportadores y puntos de venta.
- ✓ Implementación de seguimientos y control mediante los sistemas de información.
- ✓ Implementación de envío de información del estado real y ubicación mediante herramientas como radios o celulares. Los cuales se llevará directamente a los sistemas de la empresa
- ✓ Tener una persona bien capacitada que sea capaz de tener en cuenta a todos los proveedores que tenemos activos y otros posibles socios y seleccione el más idóneo en cuanto a precio calidad y así mismo la rentabilidad que más le convenga a la empresa.



5.2 Comunicación entre transportadores y puntos de venta

Se evidencia claramente el conocimiento que se debe adquirir para este proceso es el de por qué y que se debe hacer cuando se retrasa el desplazamiento de la mercancía, ya una vez se tenga este dato debemos proceder como pasante y encargado de esta tarea a informar por medio de las herramientas que ya hemos nombrado a comunicarse rápidamente tanto con los transportadores como con los puntos de venta, una vez informada la novedad se debe dar solución que sea pertinente a cada caso, para empezar a detener este problema se brinda la facilidad de contacto directo entre las dos partes y los clientes, ya que nos brindara una espera o comprensión por parte de los clientes al saber que ya su mercancía está en camino en buen estado y llegara entre unas horas estimadas.

5.3 Implementación de seguimientos y control a través de los sistemas de información.

En el último periodo analizado y de seguimiento y control podemos ver que todo se basa en correos, llamadas y mensajes por medio de correo electrónico de los clientes en su mayoría quejándose por los retrasos o falta de mercancías ya facturadas, ahora esto debe agilizar por medio de los mismo sistemas de comunicación de la empresa solo que se le dará más prioridad y comunicación directa entre todas las partes, esto generara que el cliente final tenga tota conocimiento de cómo y dónde va su mercancía en tiempo real, una vez ya establecido este método las novedades respecto a este problema disminuirán y así mismo nos hará ser más efectivos y llamativos para nuevos clientes, para finalizar y a modo de mejorar aún más se puede crear una página o una aplicación mediante nuestros clientes ingresen y tenga más cercanía con su mercancía.



De tal manera se sugiere a la empresa y al departamento de logística en transporte implementar lo siguiente:

- Crear una nueva herramienta la cual se basaría directamente a dispositivos tecnológico los cuales podrían ser celulares, computadores, panel etc. Esta aplicación sería por ejemplo así, un sitio en el cual describa todo el proceso por el cual su mercancía pasará (carga, despacho, transporte, y llegada a puntos de venta) así mismo se le dará la información exacta en tiempo real de su llegada y su satisfactoria venta o por el caso contrario el retraso que se generó y una hora estimada de llegada, esta se tendrá que estar actualizando permanentemente mediante el área y personal asignado.
- Otra facilidad que se le pueda dar a nuestros compradores es una pestaña o espacio donde ellos puedan interactuar y sus reclamos y peticiones serán respondidas casi en tiempo real con el fin de darles una pronta solución y así mismo según el tipo de vedad llegar a un mutuo acuerdo en el cual tanto a empresa como el cliente queden satisfechos

5.4 Implementación de envío de información del estado real de la mercancía a través de mensajes celular a los clientes, programado automáticamente desde los sistemas de la empresa.

Como nuestra labor principal es siempre agilizar nuestros procesos respecto a tiempo, rentabilidad etc. Como otra propuesta más asequible e inmediata es crear sistemas automáticos previamente programados con respuestas a las novedades más comunes, esto se haría para ganar un poco de tiempo mientras la empresa se pone al tanto y se procede a dar rápida solución.

Esta información solicitada por los clientes se tomará se consultará, lo cual permitirá tener las siguientes ventajas.

- ✦ Cliente actualizado en tiempo real del manejo de su mercancía y transporte.
- ✦ Internamente dentro de la empresa los procesos se simplifican y agilizan, ahorrando tiempo, que se puede utilizar en gestión de novedades.

- ✦ Ante cualquier inconsistencia que se presente con la mercancía, el cliente va a estar más atento y reaccionara de inmediato, ayudando a la empresa transportadora los recursos que necesite para agilizar las entregas a puntos de venta.

5.5 Desarrollo del software con dispositivos handheld (radios) o computadoras de manos celulares etc. para soporte en cuanto a pruebas de entregas, novedades y así mismo para alimentar el sistema de información de la empresa.

Ilustración 2 Dispositivo handhled



Esta implementación nos brindara rápido cumplimiento con todo el plan de mejoramiento propuesto, ya que nos brindara varias de las soluciones que queremos poner en práctica como la efectiva alimentación a nuestros sistemas de datos, tener la información en tiempo real de cada uno de los procesos y así mismo tener bien informados a nuestros clientes y sus peticiones.



Actualizar todas las entregas efectivas en tiempo real por parte de los transportadores

Visualización del proceso y los que presentan novedades al momento de la entrega, los cuales deben ser solucionados para que vuelvan a salir a ruta.

Tanto el cliente como la empresa pueden ver el seguimiento y control que se le da la mercancía mientras el proceso se está realizando.

Mejorar la visión de cada cliente hacia nuestra empresa y así mismo llamar la atención de nuevos clientes.

Mayor seguimiento y control de cada uno de los productos ya sea en su transporte como en el estado que se encuentra y cantidades que fueron solicitadas.



6. PLAN OPERATIVO

Actividades/responsabilidades Compra/entrega de mercancía

Funciones y responsabilidades del pasante del área logística de selección, compra y transporte de mercancía.

Tabla 4. Funciones, actividades y responsabilidades desarrolladas durante la pasantía.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABILIDAD
Selección de proveedores	Realizar una lista de los proveedores con mayor factibilidad teniendo en cuenta ubicación, precio, calidad.	Organizar los proveedores por ciudades, facilidades de transporte, precios en los diferentes productos teniendo en cuenta los más demandados y su margen de rentabilidad.
Servicio al cliente	Atender a clientes ya sean al por mayor y al detal.	Atender todas las solicitudes de nuestro cliente y realizar cada uno de los pedidos.
Contratación de transporte	Seleccionar cada una de las empresas exógenas a la nuestra que se puede encargar de esta parte de la logística	Generar una lista de en la cual se especifique de manera clara cuál es el más beneficioso para la empresa, teniendo en cuenta calidad precio



Envío de reportes diario a los puntos de venta	A través de comunicación telefónica y envío de informes vía e-mail, con el fin de generar conocimiento de entregas y novedades de la mercancía en los diferentes puntos de venta	Asegurar el seguimiento de la información enviada al punto de venta. Según los reportes que se pactaron en la negociación con nuestro proveedor elegido, y así mismo el transporte.
Gestión de entregas y seguimiento de mercancías	Una vez enviado los reportes, se procede a la gestión logística y comercial de los puntos de venta.	Generar contacto con los puntos de venta a nivel nacional, para gestionar entregas, citas de clientes especiales en grandes superficies y lograr entregas efectivas al 100% disminuyendo gastos innecesarios, retrasos en los mismos.
Gestión Comercial	Consecución de clientes vía telefónica, y e-mail, logrando citas para ser efectivas por medio de asesores comerciales.	Cumplimiento de metas en ventas y rentabilidades propuestas antes de realización de la pasantía.
Coordinación y asignación de vehículos para recoger la mercancía a los clientes	Coordinar los vehículos, en los puntos de recogida de cada punto de venta.	Cumplir con los tiempos de recogida y coordinar la recepción de la mercancía, para su respectiva logística de despacho hacia los puntos de ventas.

Fuente: Elaboración propia

6.1 CRONOGRAMA

Tabla 5 Cronograma desarrollo del informe de la pasantía.

ACTIVIDADES	Meses	JUNIO					JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE		
	Semanas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Introducción																					
1. ANALISIS PRELIMINAR																					
1.1 Antecedentes y estado actual de la empresa	4/06/2020																				
1.2 Objetivos de la pasantía																					
1.2.1 Objetivo general																					
1.2.2 Objetivos específicos																					
1.3 Justificación					30/06/2020																
1.4 Marco teórico																					
2. PLAN DE TRABAJO																					
2.1 Actividades/Responsabilidades.							11/07/2020														
2.2 Cronograma								30/07/2020													
2.3 Reportes Mensuales																					
estructura interna de la empresa; base de los resultados y las recomendaciones).								30/07/2020			15/08/2020										
4. RESULTADOS/PROPUESTA DE MEJORAMIENTO														1/09/2020							
*Desarrollo del informe de la pasantía															14/09/2020						
*CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																	28/09/2020				
*ANEXOS																				7/10/2020	
*BIBLIOGRAFIA																					
*AJUSTES, PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN																					

Fuente: Elaboración propia

6.2 FUNCIONES PASANTES

La persona indicada para pasante se encargará de realizar un estudio y selección de proveedores, una vez se haya elegido minuciosamente tendrá que realizar un análisis de la mercancía según su tipo ya sea frágil, dimensión, rentabilidad, precio de compra y así mismo de venta (especialmente papel higiénico y servilletas, etc.) ya que son los productos más demandados y su transporte se llevara a cabo de forma diferente.

También tendrá que descargar todos los reportes de los puntos de venta realizados el día anterior, ya con esto deberá alimentar la base de datos, para llevar el seguimiento y trazabilidad de la mercancía desde cada punto.

1. Recepción de la mercancía

El proceso para la recepción y seguimiento de la mercancía comienza en el punto de descarga de parte de los proveedores, ya previamente se ha generado el contrato con los transportadores, los cuales también se encargaran de la carga y distribución.



2. Organización y colocación de guías según ciudad de destino.

En segunda instancia se debe revisar que la mercancía se encuentre en buen estado, con el embalaje adecuado, y se clasifica según su destino a cada punto de venta.



3. Verificación y seguimiento de errores o averías

Luego de organizar y cargar la mercancía se debe hacer una revisión exhaustiva de la condición de cada uno de los productos, así mismo se reportará a la base de datos para realizar su seguimiento



4. Despacho de la mercancía

En este proceso se despacha la mercancía, vía terrestre a todos los puntos de venta, y las ciudades del territorio nacional.



5. Envío de reportes y seguimientos ocasional a la carga y mensajería.

Este proceso se basa en enviar diariamente a todos los puntos de venta, los reportes de la mercancía que se despachó, con sus respectivas cantidades y de ahí en adelante se empieza a controlar la carga, con el fin de reaccionar ante cualquier novedad



6. Entrega final al cliente

Finalmente, el servicio como operador termina, con la entrega a conformidad del cliente, siempre y cuando esta llegue en su totalidad, perfecto estado etc. Si llega a presentarse cualquier novedad se le dará solución y se llevara a la base de datos para su debido proceso de mejora.



Deberá gestionar la selección del transporte adecuado de cada tipo de mercancía, teniendo en cuenta la ubicación geográfica y las facilidades que brinda cada una de las empresas especializadas en este rubro, ahora después debe seguir un detallado seguimiento del paso a paso desde que recogen la mercancía hasta cuando la despachan en cada uno de los puntos de venta.

Finalmente se enviará los reportes de todos los resultados que se vieron reflejados después de cierto periodo de tiempo, en el cual se examinara, rentabilidad, mejora en tiempos de entrega, eliminación de cuellos de botella, manejo de la base de datos y corrección de las novedades presentadas en el ejercicio.

5.1.4 Proceso interno de selección, transporte y despacho de la mercancía

Ilustración 3 Ciclo de compra y venta, almacenamiento y transporte.



Fuente: compraventa y distribución A&D



7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Teniendo en cuenta todo el diagnóstico realizado en la empresa compraventa y distribución A&D y más aún en los puntos logísticos que se estudiaron los cuales fueron transporte, control y seguimiento de la mercancía, y los datos recolectados gracias los sistemas de información apoyado de DOFA se detectaron los siguientes errores en los procesos anteriormente nombrados.

- Escasa o retardada comunicación tanto con los transportadores como con los clientes y puntos de venta
- Problemas con los canales de comunicación que se venían utilizando para el control y seguimiento de la mercancía.
- Desconocimiento de las herramientas que se pueden utilizar para subsanar estas novedades además su desaprovechamiento de las herramientas con las que ya contaba la empresa

En este plan de mejoramiento tenemos que tener en cuenta cuidadosamente las ventajas y desventajas que nos ofrece nuestro rubro de trabajo en este caso logístico podemos usar estas herramientas a nivel nacional e internacional en pro del mejoramiento general y así generar oportunidades que nos hagan fuertes ante cualquier amanezca competitiva, por otro lado hay que tener muy claro que la logística compone 3 de los más grandes pilares de la cadena de suministros los cuales son aprovisionamiento, transporte y distribución.

7.1 RECOMENDACIONES

Respecto a las recomendaciones tenemos que tener en cuenta aspectos importantes como lo son:



- ✓ Poner en práctica nuestro plan de mejoramiento no solo con los municipios que manejamos si no los que se están próximos a apertura, además también se pueden implementar de cierta forma en otras áreas de la empresa
- ✓ Implementar de forma rápida, eficiente y eficaz nuestro plan de mejoramiento con el fin de corregir todas aquellas novedades que se estén presentando en este momento en áreas como la de transporte, proveedores, control y seguimiento.
- ✓ Dar un nuevo aire o utilizar herramientas accesibles y más modernas lo cual actualizaran y desarrollaran sus procesos logísticos con el fin de brindar un mejor servicio de la empresa.



8. BIBLIOGRAFÍA CITADA

Mintic ley 1369. (30 de 12 de 2009). *EL ABEDUL*. Obtenido de
https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-621_doc_norma.pdf

sistemas de información de las bases de datos de la empresa COMPRAVENTA Y
DISTRIBUCION A/D

Obtenido de
<https://www.distribuidorA&D.com/login.seam>



ANEXOS

Anexo 1 Guía Electrónica compraventa y distribución A&D

Cod	C.P.	Población	Nombre	Dirección	NIT	Tel
3607026	050024	MEDELLIN	ABELINO HOYOS	CARRERA 69B 24 37 CARVAJAL	1	3226465155
2622707	050024	MEDELLIN	ABRASIVOS COLOMBIA	AUTOPISTA NORTE KM 20 GIRARDOTA	1	3700477
1941751	050024	MEDELLIN	ACCESORIOS Y HERRAMIENTAS	CLL 41 N. 48-22	1	2327985
2589792	050024	MEDELLIN	ACTUAL MODA	CLL 12 # 52 A-73	1	3610146

País		COLOMBIA - 057	
C.P./Población	050024 MEDELLIN ANTIOQUIA	Destino	MDE MEDELLIN
Cliente/Dest	99999999 99 / 3653615	Nombre	PLUFF MODA
Dirección	C. CONEXION L 3330 C.C. OVIEDO Selección PV	Teléfono	3104597588
CC	1	Contacto	MARIA TERESA
Tipo Flete	Pagados	Valor Declarado (\$)	9000000 <input checked="" type="checkbox"/> Asegurar envío
Piezas	24	Peso (Kg)	98
Largo (cm)		Ancho (cm)	
Alto (cm)		Volumen (m3)	

Referencia	RY-87789387/ROPA DE MARC
Descripción General	ROPA TEJIDO DE ALGION
Declaración de Contenido	ROPA MARCA PLUFF MODA

Fuente: compraventa y distribución A&D

Anexo 2 Guía Electrónica compra Internacional

--	--	--	--

País		ECUADOR - 218		Tipo de Mercadería	<input checked="" type="radio"/> Mercadería <input type="radio"/> Documento
C.P./Población	QUITO	Destino	900 LOGISTICA INTERNACIONAL	Nombre	REPMAJUSA
Cliente/Dest	99999999 99	Teléfono	22482002	Contacto	SEBASTIAN CASTILLO
Dirección	AVENIDA GALO PLAZA LASSO NO 63 -	Valor Declarado (USD)		<input type="checkbox"/> Asegurar envío	
NIT	11111111	Piezas	140	Peso (Kg)	3500
Tipo Flete	Pagados	Largo (cm)		Ancho (cm)	
Alto (cm)		Volumen (m3)			

Incoitem	DAP - ENTREGADO EN UN LUGAR	Embalaje	EMBALAJE CLIENTE	Razón a exportar	VENTA	<input type="checkbox"/> Solo documentos
						<input type="checkbox"/> No crear factura

Referencia	RY-789100229
Descripción General	ROPA INTERIOR MARCA REYMON
Declaración de Contenido	ROPA INTERIOR

Fuente: compraventa y distribución A&D

Anexo 3 Empresa compraventa y distribución A&D



Fuente: Vía logística

Anexo 4 Caso De Retiro Cliente Por Novedades De Saqueo

SAQUEO DE MERCANCIA EN BARRANQUILLA Y CARTAGENA GUIAS 56433856- 56433857 -55804475 



JOHN VIALOGISTICA

para Flor, yaneth.orjuela, Francy, Relaciones, mí

jue., 13 feb. 11:42   

Buenos Días

Me permito informarle que tenemos novedad con el cliente DYG DOTACIONES (calzado), llevamos con el 2 años trabajando y nunca se presento novedad de saqueo, este cliente esta bastante molesto por las 3 novedades de las guías en mención. El cliente envía a nivel nacional y los saqueos solo se le han presentado en estas dos ciudades, El cliente nos informa que su cliente es muy importante para el y es una empresa bastante organizada y confiable ya que tiene cámaras en el momento de la recepción y bodegaje de la mercancía y nunca evidencio saqueo por parte de su compañía, solicitamos que tengan en cuenta estas anomalías ya que es un cliente importante para nosotros.

Sabemos que los saqueos del mes de Diciembre y enero ya no los podemos indemnizar ya que ha pasado mucho tiempo, pero solicitamos que estén pendientes del caso ya que el cliente reactivo servicios con nosotros desde el día de ayer.

Cordialmente

PBX: 4859809-6954718
KR 69B No 24.37 SUR
BARRIO CARVAJAL

Fuente: Correo institucional compraventa y distribución A&D



Anexo 5 Rastreo De Envió Nacional

NOVEDAD DIRECCION GUIA 999040611118 BOGOTA > Recibidos x



JOHN VIALOGISTICA <comercialvialogistica@gmail.com>

para Ramon, mí, Servicio, Gustavo ▾

Buenos Dias

Me ayudas con la pronta entrega ya que llamamos al cliente destinatario y el nos informa que la direccion esta bien

TELEFONICO 2855849

Quedo atenta.

DERLY CORREA G

Coord. Logistica y Cartera

PBX: 4859809-6954718

MOVIL: 3164309250

KR 69B No 24.37 SUR

BARRIO CARVAJAL

Fuente: Correo institucional compraventa y distribución A&D

Anexo 6 Incumplimientos En Entregas

NOVEDADES VIA LOGISTICA - NOVEDAD GUIA N.55504212 CARTAGENA > Recibidos x



JOHN VIALOGISTICA

mar., 28 ene. 13:16 ☆

Buenos Días : ESTO FUE LO QUE LE ENVIE A LUISA Dr. Luisa Fernanda. Me permito dirigirme a usted nuevamente con este otro caso similar se solicito en Cartag...



Ramón E. Gómez F. <ramongogar@gmail.com>

mar., 28 ene. 19:02 ☆

para yaneth.orjuela, yaneth.orjuela, servicioalcliente, JOHN, mí ▾

Cordial saludo,

Estimada Yaneth solicitamos amablemente nos ayude a gestionar este caso, amparado bajo Guía # 000055504212, radicado con caso No 20011108112, el mismo es una recolección que se solicitó desde cartagena hacia Bogotá, con 55 piezas, en primera instancia se solicitó un servicio de prisa mercancías, y la despacharon como servicio 12 am, recolección efectuada el 03/12/2019, si era un servicio premium debió ser entregado al día siguiente antes de las 12 am, cosa que no se cumplió ya que fue entregado el 20/12/2019 17 días después, y si están cobrando por el servicio 8.835.853 pesos, es un valor muy alto que no contamos en el momento para cancelar, y en vez de darnos una solución, la respuesta es que si no pagamos, nos quitan el servicio, es ilógico, agradezco nos ayuden con este caso generando nota crédito, pero necesitamos una solución pronta,

Cordialmente,

Ramón Gómez
Servicio al cliente
Vía logística integral.

Fuente: Correo institucional compraventa y distribución A&D



Anexo 7 Manifiesto De Carga

NIT	900643412	POBLACIÓN IMPOSICIÓN:	BOGOTÁ	N°MANIFIESTO	8720169
CUENTA	00009170-01	FECHA DE CREACIÓN:	21/02/2020	USUARIO:	NACIONAL
RAZÓN SOCIAL:	VIA LOGISTICA INTEGRAL SAS (NACIO DIR)				

N°	PROD	GUÍA	BULTOS	N°	PROD	GUÍA	BULTOS	N°	PROD	GUÍA	BULTOS
1	DMC	999056926024	3	28	DMC	999056931830	1				
2	DMC	999056930418	1	29	DPN	999056931832	1				
3	DMC	999056930903	1	30	DMC	999056931833	2				
4	DMC	999056930904	1	31	DPN	999056931834	1				
5	DMC	999056930905	1	32	DMC	999056931835	1				
6	DMC	999056930906	1	33	DMC	999056931836	1				
7	DMC	999056930907	1	34	DMC	999056931837	1				
8	DMC	999056930908	2	35	DMC	999056931838	22				
9	DPN	999056930909	1	36	DPN	999056931839	1				
10	DMC	999056930910	3	37	DPN	999056931840	1				
11	DMC	999056930911	1	38	DPN	999056931841	1				
12	DMC	999056930912	1	39	DPN	999056931842	1				
13	DMC	999056930913	3	40	DPN	999056931843	1				
14	DPN	999056930914	1	41	DMC	999056931844	1				
15	DMC	999056930915	1	42	DMC	999056931845	1				
16	DMC	999056930916	3	43	DMC	999056931846	1				
17	DPN	999056931085	1	44	DMC	999056931847	1				
18	360	999056931202	1	45	DMC	999056931848	1				
19	DMP	999056931203	18	46	DMC	999056931849	1				
20	DMP	999056931204	4	47	DMC	999056931850	1				
21	DMP	999056931205	6	48	DMC	999056931851	1				
22	DMC	999056931206	13	49	DPN	999056932069	1				
23	DMP	999056931207	16	50	DMC	999056932089	1				
24	DMC	999056931826	1								
25	DMC	999056931827	1								
26	DMC	999056931828	1								
27	DMC	999056931829	1								

CLIENTE	TRANSPORTE	ESTACIÓN
NOMBRE, NIT, FIRMA y FECHA	NOMBRE, NIT, FIRMA y FECHA	NOMBRE, NIT, FIRMA y FECHA

TOTAL ENVÍOS 50

TOTAL BULTOS 133

Fuente: compraventa y distribución A&D

Anexo 8 Mercancía averiada en tránsito a destino CTG.



Fuente: compraventa y distribución A&D

Anexo 9 Guía vía Logística Con Destino A Cartagena



Fuente: compraventa y distribución A