

**INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNION DE DROGUISTAS (UNIDROGAS S.A.)**

**EDUARDO ERNESTO JAIMES VILLAMIZAR
CODIGO: 1.094.273.792**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
PAMPLONA
2017**

**INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNION DE DROGUISTAS (UNIDROGAS S.A.)**

**EDUARDO ERNESTO JAIMES VILLAMIZAR
CODIGO: 1.094.273.792**

**Informe presentado como requisito final para optar al título de Contador
Público.**

Director.

PAOLA ANDREA ARTEAGA

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
PAMPLONA
2017**

DEDICATORIA

“A DIOS”

Por regalarme la bendición de poder prepararme como profesional, por ser siempre mi compañía, mi fortaleza y mi luz, a ÉL a quien todo le debo y por quien me levanto cada día con el único propósito de servir a los demás a través de esta bonita carrera.

“A MI FAMILIA”

A mi mamá María del Rosario Villamizar y a mi papa Luis Ernesto Jaimes quienes día a día lucharon incansablemente para que la realización de mi sueño de ser profesional fuera posible y quienes me han formado con los mejores valores, a mis hermanos quienes me apoyaron en todo momento a ellos que han sido y seguirán siendo el motor de mi vida y por quienes luchare día a día.

“A LOS DOCENTES”

A quienes les agradezco infinitamente no solo por haberme aportados los conocimientos y las herramientas necesarias para ejercer la carrera sino por formarme también como persona para ser un profesional integral a ellos mil y mil gracias mi Dios me los bendiga.

“A MIS AMIGOS”

Gracias a mis amigos y colegas con los cuales pasábamos horas compartiendo no solo trabajos sino también risas, anécdotas y vivencias que hicieron de este camino algo más ameno y alegre siempre las llevare en mi corazón, igualmente a todas aquellas personas que de una u otra forma hicieron que este sueño fuera posible. Muchas gracias.

ABSTRACT.

The professional practice represent very important space for the development of our professional skills, because it is across this one that we achieve to place to test the knowledge acquired in the academy and likewise to start working more closely the processes and procedures that are carried out in a context out in a context of putting in march of the organizations,

The present paints a context of globalization and competitiveness Unidrogas SA has few weaknesses to improve and many opportunities to take advantage of, it must gradually improve they are attentive to the opportunities presented and the problems.

INTRODUCCION.

El haber pasado por la Universidad de Pamplona representa un hecho importante para la formación profesional, debido a que es el tiempo en el cual se adquiere la formación y los conocimientos que servirán de herramienta para el ejercicio de la profesión, sin embargo en la práctica es donde hay un enfrentamiento con la realidad y donde se ponen a prueba los conocimientos adquiridos.

El presente pinta un contexto de globalización y competitividad, a través de las prácticas profesionales se logra afianzar conocimientos y mejorar habilidades para ser altamente competitivos en un mercado laboral exigente y complejo; Una empresa tan bien organizada como es Unidrogas S.A. tiene pocas debilidades por mejorar y muchas oportunidades por aprovechar, se debe ir mejorando poco a poco para poder estar atento a las oportunidades que se presentan y también a los problemas.

El área encargada de auditoria con más de 500 droguerías a su cargo adicionando bodegas y otras funciones dentro de la empresa, debe hacer inventario dos veces al año a cada droguería, en promedio estimado se deberían hacer tres inventarios por un día sin embargo hay días en los que solo alcanza para hacer uno; Esta variable depende del tamaño de la droguería y el personal que labora porque así se estima una determinación del tiempo máximo en el que se puede hacer.

La demora o el retraso en la ejecución de una auditoria de inventario le cuesta a la empresa, la perdida en ventas que se genera en un día normal porque tiene las puertas cerradas, una nómina poco eficiente con el tiempo y una pérdida de oportunidad.

Implementar un sistema que funcione como mecanismo de control que reduzca tiempo en la ejecución de inventario es una alternativa de mejora en cuanto a esta debilidad, se requiere de experiencia para optar por tomar las mejores decisiones y esta se va adquiriendo con el pasar del tiempo introduciéndose en empresas con la intención de apoyar y ayudar.

JUSTIFICACION

Unidrogas S.A. es una empresa muy bien organizada y dividida en departamentos o áreas como lo dicen sus estatutos, sin embargo tiene pequeñas debilidades por mejorar; para ser específico al departamento de auditoria encargado de hacer inventario a las droguerías entre otras funciones, con el ánimo de agilizar el proceso y que con el largo plazo se denote más eficiente e proceso se le propone implementar un procedimiento para controlar las diferencias presentadas entre las cantidades de los inventarios físicos y los contenidos en el sistema específicamente a los productos que son de alta rotación.

Este procedimiento consiste en el diseño de un kardex específico que identifique los productos de alta rotación y falencia contra el sistema para ejercer control sobre ellos con más periodicidad. Siendo este también una iniciativa en la ejecución de los kardex que se deben hacer a diario pero se dejan acumular, así se estaría aprovechando el tiempo al máximo y la empresa responde con más eficiencia.

Se justifica su importancia porque es una herramienta que sirve para disminuirle el tiempo de un inventario a el área de auditoria interna en el proceso de verificación libro-existencia el cual se maneja actualmente con el software propio MAIA POS que filtra en el sistema los productos de acuerdo a las especificaciones que le ordene el comando.

TABLA DE CONTENIDO.

1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL UNIDROGAS S.A.....	9
1.1. RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.....	9
1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS.....	9
1.2.1. Objeto social.....	9
1.2.2. Misión.....	9
1.2.3. Visión.....	10
1.2.4. Valores corporativos.....	10
1.2.5. Principios.....	10
1.2.6. Logo.....	11
1.3. DIAGNOSTIO.....	11
1.3.1. Producción y Operaciones.....	11
1.3.1.1. Instalaciones.....	11
1.3.1.2. Procesos.....	12
1.3.1.3. Control de calidad.....	13
1.3.1.4. Innovación.....	13
1.3.2. Mercadeo y Marketing.....	14
1.3.2.1. Política del producto.....	14
1.3.2.2. El cliente.....	15
1.3.3. Finanzas y control de gestión.....	17
1.3.4. Recursos Humanos y Organización.....	18
1.3.4.1. Equipo de dirección.....	18
1.3.4.2. Personal.....	18
1.3.5. Estrategia de crecimiento.....	19
1.3.5.1. Evolución Histórica.....	19

1.3.5.2.	Estrategia.....	19
1.3.5.3.	Gestión de crecimiento.....	19
1.3.6.	Matriz de Evaluación de los Factores Internos.....	20
1.3.7.	Análisis de la matriz MEFI.....	24
1.3.8.	Matriz de intervención de los factores externos.....	24
1.3.9.	Análisis de la matriz MIFE.....	28
1.3.10.	MATRIZ DOFA.....	28
1.4.	DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.....	45
1.4.1.	Infraestructura del área de trabajo.....	45
1.4.2.	Equipo de trabajo.....	45
1.5.	PRINCIPALES FUNCIONES DEL AREA DE AUDITORIA.....	45
1.5.1.	Realización de auditoría por medio de inventario.....	45
1.5.2.	Realización de kardex	46
1.5.3.	Recolección de productos por averías o vencimiento.....	46
1.5.4.	Facturación de los productos no encontrados.....	47
1.5.5.	Funciones asignadas al estudiante en práctica.....	47
1.5.6.	Clima laboral.....	48
1.6.	ETRUCTURA DE LA PROPUESTA.....	48
1.6.1.	Título.....	48
1.6.2.	Objetivo general.....	48
1.6.3.	Objetivos específicos.....	48
1.6.4.	Justificación.....	49
1.6.5.	Cronograma.....	54
2.	DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	55
2.1.	TITULO.....	55

2.2. Implementar procedimiento que permita controlar las diferencias entre los inventarios físicos y los que arroja el sistema.....	55
2.3. Identificar productos de alta rotación que generan margen de error.....	56
2.4. Determinar donde se genera mayor falencia al respecto.....	57
2.5. Diseñar un kardex específico con los productos identificados.....	58
2.6. Implementar kardex en las droguerías elegidas.....	60
2.7. Hacer seguimiento semanal.....	60
2.8. Evaluar la eficiencia del nuevo procedimiento.....	60
2.9. Analizar el impacto positivo que se haya generado.....	61
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES.....	63
ALCANCES DE LA PRÁCTICA.....	63
BIBLIORAFIA.....	64
ANEXOS.....	64

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura Nº 1 Logotipo de Unidrogas S.A.....	11
Figura Nº 2 Instalaciones de Unidrogas S.A.....	12
Figura Nº 3 Bodega de Unidrogas S.A.....	15
Figura Nº 4 Oficinas de Unidrogas S.A.....	17
Figura Nº 5 Organigrama de Unidrogas S.A.....	16
Figura Nº 6 Factura de cobro de Unidrogas S.A.....	56

1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL UNIDROGAS S.A DE BUCARAMANGA.

1.1. RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.

Unidrogas S.A. es una sociedad anónima constituida en el año de 1982, compañía privada (familiar), creada el 16 de abril de 1982 en la ciudad de Bucaramanga-Santander, por el señor Juan Francisco Suarez Solano quien es el dueño y Representante Legal.

Con domicilio principal en la ciudad de Bucaramanga calle 56 N° 22-54, cuenta con una red de servicios en diferentes ciudades en el territorio Colombiano, la razón social fue modificada según escritura pública 1072 de fecha 12 de junio de 1996 de la notaria novena del circulo notarial de la capital santandereana, donde consta que la sociedad Unidrogas S.A, reformo sus estatutos y en adelante se denominara "UNION DE DROGUISTAS DE LOS SANTANDERES S.A, UNIDROGAS S.A".

Es una historia de lucha y sacrificio donde la fuerza y el coraje para realizar un sueño son el estandarte para lograr una imagen sólida, moderna y comprometida; Unidrogas S.A. es creada por un grupo de visionarios que creyeron en su tierra y en sí mismos para conformar una empresa donde el tiempo y la evolución ha acumulado una sabia experiencia cargada de esfuerzos que han fortalecido su accionar. Procurando construir compromiso, dirección y seriedad, son años de una cultura organizacional con identidad propia.

1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS.

1.2.1. Objeto social.

Comercializar productos farmacéuticos y demás afines del sector de la salud al por mayor y al detal; toda clase de productos farmacéuticos para consumo humano o animal, cosméticos, perfumería en general y demás productos químicos son las líneas de venta en Unidrogas SA.

1.2.2. Misión.

Provee medicamentos para el consumo humano a través de un excelente servicio a los mejores precios del mercado, con los mejores estándares de adquisición y garantizando las buenas prácticas de almacenamiento; la eficacia de sus productos, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en general y al desarrollo de la región. Logrando un crecimiento permanente de

nuestros colaboradores y un rendimiento justo a sus accionistas.

1.2.3. Visión.

Para el 2022 mantendrá y afianzará el posicionamiento geográfico-comercial del nororiente del país, brindando la más alta calidad en comercialización y distribución de medicamentos para el consumo humano desarrollándose estratégicamente en la conquista del mercado suroriental del territorio nacional.

1.2.4. Valores corporativos.

- **Enfoque al cliente:** Es la concentración de esfuerzos y recursos de la empresa para comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfaciendo sus requisitos y expectativas.
- **Orientación al Logro:** Es la generación de valor económico para proyectarse al futuro y brindar bienestar a los inversionistas, asegurando el cumplimiento de las metas trazadas y la operación en procura del alcance de los objetivos propuestos.
- **Desarrollo Integral:** Es el bienestar integral proporcionado al talento humano con que se cuenta, mediante la proyección e impulso de habilidades, capacidades y recursos.
- **Gestión Responsable:** Es la preocupación continua por el entorno y la materialización del compromiso que tiene la organización con el desarrollo de la sociedad circundante y el cuidado e impulso de la población y del medio ambiente.
- **Aliados Estratégicos:** Es la generación de valor y crecimiento, en forma mancomunada, con sus proveedores.

1.2.5. Principios.

- ✓ Idoneidad en el área de trabajo
- ✓ Responsabilidad social
- ✓ Sentido de pertenencia
- ✓ Apoyo al mejoramiento continuo
- ✓ Excelencia profesional

- ✓ Solides empresarial
- ✓ Talento humano
- ✓ Creatividad grupal e individual
- ✓ Excelente desempeño
- ✓ Respeto por la moral
- ✓ Respeto por la integridad personal

1.2.6. Logo.



Figura Nº 1 Logotipo de Unidrogas S.A

1.3. DIAGNOSTICO.

1.3.1. Producción y Operaciones.

1.3.1.1. Instalaciones.

Las sedes están diseñadas estratégicamente para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercancía en espacios adecuados y con personal calificado para el óptimo rendimiento.

Unidrogas S.A. ha adquirido un carácter de posicionamiento progresivo aumentando participación en el mercado, su cobertura nacional en el oriente, la costa, el eje cafetero, el centro del país y Leticia cuenta con cerca de 500 puntos

de venta representados en cadenas de droguería propia y aliada; entre las propias se pueden mencionar los dispensarios Unidrogas y la cadena de droguerías Alemana.

Cuenta con sedes administrativas en Barranquilla, Bogotá, Cúcuta y Bucaramanga, dotadas con sistemas informáticos y tecnológicos que brindan agilidad y seguridad en los procesos administrativos y de distribución; así como bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos, de acuerdo con las especificaciones hechas por los respectivos laboratorios fabricantes.



Figura N° 2 Instalaciones de Unidrogas S.A

1.3.1.2. Procesos.

Unidrogas es proveedor líder de los droguistas a nivel nacional gracias a su experiencia y compromiso con la calidad, cuentan con el respaldo de toda la industria farmacéutica nacional y multinacional distinguida por el manejo ético de sus relaciones comerciales, cuenta con el respaldo del sector financiero colombiano permitiendo construir un mejor futuro.

Se preocupa de manera especial por el cumplimiento de las disposiciones legales observando de forma estricta las diferentes resoluciones gubernamentales y acatando con atención los compromisos tributarios.

1.3.1.3. Control de calidad.

Unidrogas S.A. ha cumplido a plenitud las etapas de diseño, implantación, revisión y mejora necesarias para la implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad conforme a los requisitos de la NTC-ISO 9001 de 2008, el cual le brinda a la compañía un estilo de vida competitivo en la comercialización y distribución de medicamentos para el consumo humano, optimizando procesos y buscando siempre la mejora continua.

Resultado de la auditoria de otorgamiento realizada por el ICONTEC, obtuvo un concepto favorable por parte del equipo auditor, indicando que la certificación del proceso de comercialización y distribución de medicamentos para el consumo humano a través de licitaciones y ventas directas, es todo un hecho desde 2013.

La certificación ISO 9.001 confirma la excelencia resaltándola como una líder con mayor crecimiento en el mercado farmacéutico nacional; La política de calidad es satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a través del cumplimiento de sus requisitos, garantizando siempre un adecuado stock de medicamentos, lo cual influye en su beneficio y fidelización, apoyados en el talento humano de los colaboradores, en sistemas tecnológicos adecuados y el mejoramiento continuo de los procesos.

1.3.1.4. Innovación.

La firma santandereana que gracias a la compra de negocios pequeños ya cuenta con cerca de 500 puntos que operan bajo diferentes marcas, entre ellas: Droguería Inglesa y Droguería Alemana, compro Dromayor de Medellín.

Dispone de un amplio surtido de productos, presente siempre como la primera opción de compra, establece una cultura de servicio al interior de la organización, Suministra productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo, brindando el respaldo que requieren.

Están muy comprometidos con el alcanzar el mejoramiento continuo y diversificando y desarrolla rentablemente productos y servicios innovadores de calidad global que cautivan cada día a más hogares en Colombia, la tecnología es de punta con soportes especializados de avanzada.

Enfocar a toda la organización hacia los clientes, busca siempre satisfacer sus necesidades y expectativas, aprovechando la experiencia y conocimiento del negocio, Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permitan orientar sus acciones hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas. Establece y mantiene la infraestructura

necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa, generando oportunidades para la concentración de esfuerzos en la razón de ser del negocio.

1.3.2. Mercadeo y Marketing.

1.3.2.1. Política del producto.

Unidrogas ofrece a sus clientes aproximadamente 14.500 productos entre medicamentos éticos, genéricos, hospitalarios, de alto costo, de venta libre, cosméticos, y artículos de aseo personal; el personal atiende en toda la región geográfica que hace parte del cubrimiento y la disponibilidad de los productos en stock es inmediata.

Los vendedores tienen alternativas de productos para ofrecer de las cuales algunos productos reconocen más bonificación que otros, estos se podrían clasificar así dentro de cualquier droguería de la cadena empresarial.

- Productos Gimed y Julienne: estos dos laboratorios son aliados estratégicos de Unidrogas y sus proveedores más importantes, ellos determinan el tipo de bonificación en la venta de sus productos y generalmente son los preferidos por los vendedores, se exhiben en estantes de primera fila y vitrinas
- Productos del bonificado: son productos de laboratorios que ofrecen descuentos a Unidrogas por la compra de algunos productos, la compañía aprovecha el descuento y para agilizar la comercialización ofrece bonificados a los vendedores ya que los precios al cliente se mantienen constantes.
- Promociones: son los productos ofertados en la revista mensual y tiene promociones de 5%, 10% y hasta el 50% en el valor del producto.
- Laboratorios: hay gran variedad de laboratorios y entre los más destacados a nivel nacional y multinacional están Genfar, Lafranco, Familia, Bayer, Tecno-químicas y más.
- Próximos a vencer: son los productos que tienen un próximo vencimiento inferior o igual a 6 meses



Figura Nº 3 Bodega de Unidrogas S.A

Incluye el servicio del punto saludable el cual equivale a uno por cada 100 COP en compras y es redimible para compras en la droguería, adicionalmente ofrece el servicio de domicilio a cualquier barrio del casco urbano de Bucaramanga por 1.000 COP

El beneficio principal es que el medicamento es 0% adulterado y altamente confiable, el vendedor brinda buena asesoría al cliente acerca de los medicamentos que mejor trataran las diferentes enfermedades pasajeras, crónicas, los virus y las infecciones.

Constantemente se prevé introducir productos nuevos para mejorar y actualizar el stock de productos disponibles y de estos los más rentables son los genéricos, son de bajo costo y contribuyen a mejorar el estado de salud.

Los precios son fijados por la alta gerencia y el departamento de contabilidad y una vez realizado el debido proceso se actualiza el sistema informático con periodicidad de uno a tres meses; la mercancía es transportada en camiones privados de la empresa desde los laboratorios a las bodegas y de las bodegas a los puntos de distribución.

Invierte en la producción de la revista mensual de ofertas y en la llamativa publicidad de los puntos de venta, los productos tienen su propia publicidad y esta es muy tenida en cuenta por los clientes a la hora de realizar la compra.

1.3.2.2. El cliente.

Los clientes se describen de acuerdo a los diferentes grupos de usuarios los cuales reciben diferentes nombres según los vendedores de las droguerías como

lo afirmo Camilo Barreto administrador de la droguería alemana 74 ubicada en el centro de Bucaramanga:

- El compulsivo: Es el cliente que busca que los medicamentos le mejoren rápido el malestar, en ocasiones no atienden bien a las instrucciones de los médicos ni los vendedores
- El chirretero: Es aquel que pregunta el mismo producto en todas las presentaciones posibles con el ánimo de disminuir el valor de la factura final.
- El ponche: Es el cliente muy indeciso que demora mucho tiempo en decidir cuál producto llevar y por ende hace perder tiempo al vendedor.
- El preguntón: Generalmente es aquel que no lleva la intención de comprar, a menos que el producto que está preguntando este más económico que en donde usualmente lo compra.
- El tímido: Es el cliente que va a comprar por primer vez el producto en cuestión, habla en voz baja, pregunta otras opciones y rápidamente se decide por cual para salir.
- El afanado: Es el cliente que desea ser atendido a prisa sin importar que hallan más clientes en la droguería obstaculizando el buen servicio del vendedor e impidiendo que el producto que desea sea bien buscado.

Normalmente el proceso para tomar una decisión de compra es saludar al cliente y presentarse, escuchar la patología, buscar los diferentes productos disponibles, hablarle sobre los beneficios y los precios y esperar a que se le despache; el proceso tarda aproximadamente 2 minutos, algunos clientes se demoran entre 5 y 10 minutos.

Para determinar el grado de lealtad hacia las diferentes marcas se escucharon varios clientes que frecuentemente compran en droguerías determinando que las marcas que tienen más lealtad son Tecno-Químicas, grupo Familia y Genfar; debido a la reputación y eficacia y marketing de los medicamentos.

La publicidad es indispensable en la venta de los productos esta atrae a los clientes en masa que en ocasiones compran por curiosidad y no por habito, son más vendidos los medicamentos que salen en televisión que los que no tienen este servicio de marketing.

El cliente tiene diversas alternativas en laboratorios y en precios y sustitutos posibles al producto que esté buscando, todos los laboratorios ofrecen medicamentos genéricos eficientes y de variabilidad de costo.

La empresa no ha perdido clientes importantes últimamente debido a su estricto reglamento de buen trato al cliente, se afirma que las quejas más frecuentes tienen que ver con los precios porque nunca bajan y estas se atienden verbalmente ya que no cuentan con buzón de sugerencias en las droguerías donde se venden los medicamentos

1.3.3. Finanzas y Control de Gestión.

Sirve como distribuidor a laboratorios y casas farmacéuticas nacionales e internacionales y prestigiosas marcas con aprobación del instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos INVIMA y supervisión de registros sanitarios vigentes en donde sus especificaciones coinciden textualmente con lo impreso en etiquetas y empaques de cada producto ofrecido; garantizando así, la producción de medicamentos efectivos seguros y confiables

Las sedes administrativas están, dotadas con sistemas informáticos y tecnológicos que brindan agilidad y seguridad en los procesos administrativos y de distribución.



Figura N° 4 oficinas de Unidrogas S.A

Los trabajadores son dotados con uniformes de la empresa para desempeñar sus labores, varían sus colores y estos son repartidos cada 6 a 10 meses dependiendo las necesidades de los trabajadores.

El personal de auditoria pertenece a un área independiente en la empresa cuya líder es Yaneris Prada, y su función principal es la verificación y confrontación de las mercancías reales con las existencias en el sistema por medio de la ejecución de inventario.

1.3.5. Estrategia de Crecimiento.

1.3.5.1. Evolución histórica.

Con su trabajo, esfuerzo y responsabilidad Unidrogas cada día se proyecta más a un futuro prometedor llegando a ser rápidamente la empresa líder de mayoristas de productos farmacéuticos del oriente colombiano y se mantiene en constante movimiento productivo, seguro y con evolución.

1.3.5.2. Estrategia.

- Provee medicamentos para el consumo humano a través de un excelente servicio.
- Cuenta con los mejores estándares de adquisición.
- Garantiza buenas prácticas de almacenamiento.
- Los productos son eficientes.
- Contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en general y al desarrollo de la región.

1.3.5.3. Gestión de crecimiento.

Unidrogas S.A. atiende un promedio de 60 clientes diarios por cada punto de venta, cada punto de venta tiene un administrador y entre 2 y 5 vendedores a los cuales se les asigna la meta de cumplir cada mes un stop mínimo de ventas establecido por la entidad el cual depende el tamaño de la droguería o la rotación de sus inventarios y puede variar entre \$70.000.000 y \$150.000.000 COP la cual varia tomando como referencia el IPC y otros aspectos económicos, la cuota es dividida entre el administrador y los vendedores y así cada trabajador tiene una meta por cumplir.

La ciudad de Bucaramanga actualmente cuenta con 32 droguerías alemanas, 3 Coofarma, 3 Medicatel y una Monserrate. Distribuidas alrededor del casco urbano,

con supervisión dividida en tres zonas con cuotas estratégicas por cumplir a los reportes periódicos.

Cuenta con alianzas estratégicas, entre las más importantes con Global International Medical GIMED y Julienne Cosmetics, son los proveedores que más alimentan con productos de rotación en el mercado los puntos de venta y las bodegas de Unidrogas brindando soporte y apoyo a las necesidades de la demanda.

1.3.6. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Este instrumento servirá para generar estrategias, resumir y evaluar las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales y además ofrecerá una base para identificar, analizar y evaluar las relaciones entre las distintas áreas de la empresa como gerencia, mercadeo, finanzas y recursos humanos.

FACTORES	PESO	CALIFICACION	P.PONDERADO
Fortalezas.			
1. Las sedes están diseñadas estratégicamente para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercancía, dotadas con sistemas informáticos y tecnológicos que brindan agilidad y seguridad en los procesos	0,037	4	0,148
2. Su cobertura nacional en el oriente, la costa, el eje cafetero, el centro del país y Leticia cuenta con cerca de 500 puntos de venta.	0,034	3	0,102
3. Existe una buena comunicación entre los diferentes departamentos que operan en la entidad, los empleados trabajan bajo buenos incentivos para el mejoramiento en general.	0,034	3	0,102
4. Cuenta con bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos, de acuerdo con las especificaciones hechas por los respectivos laboratorios fabricantes.	0,033	3	0,099

5. Constantemente se prevé introducir productos nuevos para mejorar y actualizar el stock de productos disponibles	0,032	3	0,096
6. La mercancía es transportada en camiones privados de la empresa desde los laboratorios a las bodegas y de las bodegas a los puntos de distribución.	0,009	2	0,018
7. Invierte en la producción de la revista mensual de ofertas y en la llamativa publicidad de los puntos de venta.	0,021	3	0,063
8. Cumple las disposiciones legales de forma estricta, las diferentes resoluciones gubernamentales y acata con atención los compromisos tributarios.	0,022	3	0,066
9. La certificación ISO 9.001 confirma la excelencia e implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad conforme a los requisitos.	0,035	4	0,14
10. Cuenta con cerca de 500 puntos que operan bajo diferentes marcas.	0,020	4	0,08
11. Dispone de un amplio surtido de productos, suministra productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo.	0,018	4	0,072
12. Están muy comprometidos con el alcanzar el mejoramiento continuo y diversificado, desarrollando rentablemente productos y servicios innovadores.	0,034	4	0,136
13. Enfoca toda la organización hacia los clientes, busca siempre satisfacer sus necesidades y expectativas.	0,016	3	0,048
14. Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permiten orientar sus acciones. (auditoria)	0,036	3	0,108
15. Establece y mantiene la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa.	0,013	3	0,039
16. Todos sus procesos se ejecutan en el software contable propio MAIA	0,032	3	0,096

17. El servicio del punto saludable el cual equivale a uno por cada 100 COP en compras y es redimible para compras en la droguería.	0,036	4	0,144
18. Los precios son establecidos por la alta gerencia y una vez realizado el debido proceso se actualiza el sistema informático con periodicidad de uno a tres meses.	0,018	3	0,054
19. El medicamento es 0% adulterado y altamente confiable.	0,035	4	0,14
20. El grupo de auditoria está economizando el 20% del tiempo destinado a la realización de inventarios.	0,037	4	0,148
Debilidades.			
1. El incendio que arrasó una bodega de Unidrogas S.A. en Bucaramanga genero una descapitalización que dejó un saldo parcial de 16 mil millones de pesos.	0,019	3	0,057
2. Tiene pocos puntos de venta en comparación de los grandes como Drogas la Rebaja y Farmacenter.	0,008	3	0,024
3. A pesar de manejar precios bajos en ocasiones están por encima de los de la competencia.	0,011	3	0,033
4 El negocio de las droguerías es cada vez más complicado y competente, los consumidores acceden en su orden a las EPS, las cajas de compensación y grandes superficies.	0,011	2	0,022
5. El musculo financiero no es tan fuerte como el de compañías multinacionales de la competencia.	0,036	3	0,108
6. La mala organización en las droguerías demora la ejecución de un inventario esta se debe a que el administrador no lleva control diario de los productos que están ingresando y saliendo.	0,015	2	0,03
7. Los costos provenientes por materia prima y mano de obra aumentan constantemente.	0,029	3	0,087
8. Las demoras en la ejecución de inventario deja a la	0,032	4	0,128

droguería sin la posibilidad de vender a sus clientes			
9. No dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio Kardex genera pérdidas a los administradores cuando llega el departamento encargado de auditoria.	0,026	2	0,052
10. el paquete contable MAIA no permite dar de baja a los productos por mal estado que superen el saldo a favor con el que cuenta la droguería al final de la auditoria.	0,039	3	0,117
11. Las droguerías situadas en climas muy calientes deben proteger sus productos de los rayos del sol disminuyendo su visibilidad en lapsos del transcurso del día.	0,025	3	0,075
12 La auditoría de inventario realizada a puerta cerrada deja a la droguería sin la posibilidad de vender durante el día.	0,036	1	0,036
13 Algunas herramientas del equipo de auditoria son obsoletas o no están en las mejores condiciones en retraso de la ejecución de inventario.	0,013	3	0,039
14. Los vendedores que no están pendientes de los vencimientos deben pagar los productos vencidos por no devolverlos en el tiempo indicado.	0,022	2	0,044
15. Los puntos de venta ubicados en la cadena de supermercados consumo de Medellín son muy pequeños y no tienen áreas de inyectología, administrativa o sanitaria.	0,019	1	0,019
16. No todos los puntos de venta tienen inyectología por ende este servicio no se puede prestar en algunos lugares dejándose de recoger muchas rentas.	0,016	2	0,032
17. Algunos puntos de venta no tienen tarjetas de presentación para regalar a los nuevos clientes	0,014	2	0,028
18. Los costos de auditoria son elevados en los puntos de venta que se encuentran en ciudades diferentes a Bucaramanga.	0,018	3	0,054
19. Algunas droguerías no tienen buzón de sugerencias	0,023	3	0,069

visible para los usuarios			
20. Algunas droguerías no llevan registro claro y detallado de los productos que se prestan o se piden prestados a otras droguerías de la misma cadena	0,037	2	0,074
TOTAL	1,000		3,024

1.3.7. Análisis de la matriz MEFI.

La matriz de evaluación de los factores internos en Unidrogas S.A. presenta un peso promedio de 3.024 lo que determina que tiene una posición interna favorable; es posible potenciar fortalezas y superar debilidades, lo cual significa que están utilizando las estrategias adecuadas para aprovechar las ventajas competitivas de la empresa, minimizando los posibles efectos negativos que se podrían presentar como consecuencia de sus debilidades.

1.3.8. Matriz de Intervención de los Factores Externos (MIFE)

La matriz de intervención de los factores externos permitirá resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental y jurídica de acuerdo a un análisis externo, aquí se puede encontrar que la empresa cuenta con las siguientes oportunidades y amenazas.

MIFE

FACTORES	PESO	CALIFICACION	P.PONDERADO
Oportunidades.			
1. Los medicamentos más rentables son los genéricos, son de bajo costo y contribuyen a mejorar el estado de salud.	0,035	3	0,105
2. Los productos tienen su propia publicidad y esta es muy tenida en cuenta por los clientes a la hora de realizar la compra.	0,033	2	0,066
3. Son más vendidos los medicamentos que salen en televisión que los que no tienen este servicio de marketing.	0,029	2	0,058

4. Cuenta con el respaldo de toda la industria farmacéutica nacional y multinacional distinguida.	0,035	4	0,14
5. Cuenta con el respaldo del sector financiero colombiano.	0,025	2	0,05
6. Es proveedor líder de los droguistas a nivel nacional	0,023	3	0,069
7. Las alianzas estratégicas aumentan las ganancias, el número de asociados, los márgenes de rentabilidad aumentan, se genera crecimiento.	0,024	3	0,072
8. La empresa no ha perdido clientes importantes últimamente debido a su estricto reglamento de buen trato al cliente	0,026	4	0,104
9. Expandir el área de operación abriendo puntos de venta en los lugares donde se presenta la necesidad y aún no ha llegado la competencia.	0,024	4	0,096
10. la ampliación de la cobertura en salud y los vacíos en nichos hacen atractivo aún el mercado.	0,031	4	0,124
11. Los cambios de regulación y la creciente competencia han transformado el negocio de las droguerías.	0,035	3	0,105
12. El sector vende al año unos \$5,7 billones en Colombia y cuenta con más de 25.000 establecimientos que operan a lo largo y ancho del país.	0,031	3	0,093
13. Las estrategias encaminan a generar volumen e incluir nuevas categorías de productos.	0,026	4	0,104
14. Muchas farmacias se han concentrado en los productos OTC o de venta libre, así como de medicamentos genéricos.	0,024	3	0,072
15. La directora de la Asociación Colombiana de Droguistas Detallistas (Asocoldro), Alba Rocío Rueda, asegura que factores adversos como el contrabando, la falsificación y la competencia desleal de medicamentos se han convertido en los nuevos desafíos.	0,019	3	0,057
16. Los altos costos, en establecimientos que no tienen la	0,026	4	0,104

facilidad de comprar grandes volúmenes para lograr economías de escala.			
17. Aumentar las ventas por medio de alianzas estratégicas entre los médicos de hospitales y los regentes de farmacia a donde los consumidores salen a comprar.	0,023	3	0,069
18. Unidrogas S.A. ofrece acumular puntos saludables a sus clientes por la compra de medicamentos en la realización de la factura.	0,031	3	0,093
19. El aumento de los puntos de distribución crece en la medida que pequeños distribuidores pequeños deciden vender por su baja financiación en comparación con los grandes.	0,02	3	0,06
20. la calidad del producto, la diversificación y el precio juegan un importante papel en la fidelización de los clientes.	0,024	3	0,072
Amenazas.			
1. Que a los puntos más rentables de las droguerías les pongan puntos de la competencia.	0,028	3	0,084
2. Con un punto de venta por cada 2.395 habitantes, Colombia es uno de los países de Latinoamérica con mayor penetración de farmacias.	0,036	3	0,108
3. la Ley 100, que estableció dentro del plan de beneficios a los pacientes la entrega de medicamentos, tanto intrahospitalarios como ambulatorios. Estos últimos eran una de las líneas de negocio más importantes de las droguerías, pero la normatividad llevó a que los consumidores se dirigieran a los dispensarios de las EPS para obtenerlos.	0,024	2	0,048
4. La llegada de cadenas internacionales como Farmatodo, Locatel y Cruz Verde transforman el mercado.	0,022	2	0,044
5. Incremento del contrabando de los productos farmacéuticos	0,011	2	0,022

6. La malla vial del departamento no está en las condiciones más óptimas.	0,016	3	0,048
7. Ha aumentado los precios del sector transportista del país.	0,018	2	0,036
8. Copidrogas, que lidera el negocio de la distribución con 4.181 droguistas independientes en todo el territorio nacional y que tienen más de 5.900 farmacias, inició el año pasado un proceso de cambio de imagen de sus establecimientos afiliados que hoy operan bajo la marca Farmacenter.	0,017	2	0,034
9. En un negocio creciente como el de las droguerías el equipo de supervisión y revisión debe estar muy pendiente de lo que hace para evitar la falsificación y el adulterio de medicamentos.	0,023	2	0,046
10. El polvo excesivo en los estantes y los medicamentos podría provocar enfermedades a largo o a corto plazo en los trabajadores que los manipulan.	0,022	3	0,066
11. Los cambios generados en esta actividad comercial han incentivado la llegada de inversionistas extranjeros y un proceso de fusiones y adquisiciones entre cadenas locales.	0,021	3	0,063
12. Aunque el sector registra crecimientos entre 5% y 8% anuales, las droguerías también han debido enfrentar el control de precios aplicado por el Gobierno.	0,029	3	0,087
13. La desaceleración disminuye los márgenes de ganancia y ante los incrementos en los precios los clientes consumidores se ven cada vez más ahogados económicamente.	0,009	3	0,027
14. La presión inflacionaria, el costo del dólar y el alza en las tasas de interés terminan impactando el precio de los medicamentos.	0,023	3	0,069
15. Los disturbios y protestas en el centro de la ciudad pueden ocasionar pérdidas a las droguerías	0,024	2	0,048

16. Vender productos sin facturar y generar descuadres al departamento de auditoria el cual gestiona dicho cobro en la realización de inventarios.	0,008	3	0,024
17. Robos por parte de la inseguridad creciente del país	0,024	2	0,048
18. Estancamiento de las ventas por los bajos niveles de ingreso del país.	0,026	3	0,078
19. El cliente tiene diversas alternativas en laboratorios y en precios y sustitutivos posibles al producto que esté buscando.	0,017	1	0,017
20. El laboratorio GIMED y Julienne compite en sus droguerías con laboratorios como Genfar Tecno-Químicas grupo familia, la Francol, Nailen y otros.	0,024	3	0,072
TOTAL	1		2,85

1.3.9. Análisis de la matriz MIFE

La matriz de intervención de factores externos aplicada a Unidrogas S.A. muestra un resultados promedio de 2.85 lo cual es una respuesta positiva a las oportunidades existentes que se presentan en el ambiente externo, disminuyendo el impacto desfavorable a las amenazas de los sectores donde la compañía vende sus productos y presta sus servicios.

1.3.10. MATRIZ DOFA

La matriz DOFA se crea con la finalidad de generar estrategias para la empresa que le permitan potenciar sus fortalezas, minimizar sus debilidades, aprovechar las oportunidades del mercado y lograr mitigar las amenazas del entorno en el que se desarrolla todo ello con el objetivo de ser una empresa mucho más competitiva y sustentable en el tiempo.

✓ **ESTRATEGIA FO Y DO.**

	Fuerzas	Debilidades.
	1. Las sedes están diseñadas estratégicamente para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercancía,	1. El incendio que arrasó una bodega de Unidrogas en Bucaramanga, dejó un saldo parcial de 16 mil millones de

	dotadas con sistemas informáticos y tecnológicos que brindan agilidad y seguridad en los procesos	pesos.
	2. Su cobertura nacional en el oriente, la costa, el eje cafetero, el centro del país y Leticia cuenta con cerca de 500 puntos de venta.	2. Tiene pocos puntos de venta en comparación de los grandes como drogas la rebaja y Farmacenter.
	3. Existe una buena comunicación entre los diferentes departamentos que operan en la entidad, los empleados trabajan bajo buenos incentivos para el mejoramiento en general.	3. A pesar de manejar precios bajos en ocasiones están por encima de los de la competencia.
	4. Cuenta con bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos, de acuerdo con las especificaciones hechas por los respectivos laboratorios fabricantes.	4 El negocio de las droguerías es cada vez más apretado y los consumidores acceden, en su orden, a las EPS, las cajas de compensación y grandes superficies.
	5. Constantemente se prevé introducir productos nuevos para mejorar y actualizar el stock de productos disponibles	5. El musculo financiero no es tan fuerte como el de compañías multinacionales de la competencia.
	6. La mercancía es transportada en camiones privados de la empresa desde los laboratorios a las bodegas y de las bodegas a los puntos de distribución.	6. La mala organización en las droguerías demora la ejecución de un inventario esta se debe a que el administrador no lleva control diario de los productos que están ingresando y saliendo.
	7. Invierte en la producción de la revista mensual de ofertas y en la llamativa publicidad de los puntos	7. Los costos provenientes por materia prima y mano de obra aumentan constantemente.

	de venta.	
	8. Cumple las disposiciones legales de forma estricta, las diferentes resoluciones gubernamentales y acata con atención los compromisos tributarios.	8. Las demoras en la ejecución de inventario deja a la droguería sin la posibilidad de vender a sus clientes.
	9. La certificación ISO 9.001 confirma la excelencia e implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad conforme a los requisitos.	9. No dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio Kardex genera pérdidas a los administradores cuando llega el departamento encargado de auditoria.
	10. Cuenta con cerca de 500 puntos que operan bajo diferentes marcas.	10. el paquete contable MAIA no permite dar de baja a los productos por mal estado que superen el saldo a favor con el que cuenta la droguería al final de la auditoria.
	11. Dispone de un amplio surtido de productos, suministra productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo.	11. Las droguerías situadas en climas muy calientes deben proteger sus productos de los rayos del sol disminuyendo su visibilidad en lapsos del transcurso del día.
	12. Estar muy comprometidos con el alcanzar el mejoramiento continuo y diversificado, desarrollando rentablemente productos y servicios innovadores.	12 La auditoría de inventario realizada a puerta cerrada deja a la droguería sin la posibilidad de vender durante el día.
	13. Enfoca toda la organización hacia los clientes, busca siempre satisfacer sus	13 Algunas herramientas del equipo de auditoria son obsoletas o no están en las mejores condiciones en retraso

	necesidades y expectativas.	de la ejecución de inventario.
	14. Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permiten orientar sus acciones. (auditoria)	14. Los vendedores que no están pendientes de los vencimientos deben pagar los productos vencidos por no devolverlos en el tiempo indicado.
	15. Establece y mantiene la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa.	15. Los puntos de venta ubicados en la cadena de supermercados consumo de Medellín son muy pequeños y no tienen áreas de inyectología, administrativa o sanitaria.
	16. Todos sus procesos se ejecutan en el software contable propio MAIA el cual es de alta confiabilidad.	16. No todos los puntos de venta tienen inyectología por ende este servicio no se puede prestar en algunos lugares dejándose de recoger muchas rentas.
	17. El servicio del punto saludable el cual equivale a uno por cada 100 COP en compras y es redimible para compras en la droguería.	17. Algunos puntos de venta no tienen tarjetas de presentación para regalar a los nuevos clientes
	18. Los precios son fijados por la alta gerencia y una vez realizado el debido proceso se actualiza el sistema informático con periodicidad de uno a tres meses.	18. Los costos de auditoria son elevados en los puntos de venta que se encuentran en ciudades diferentes a Bucaramanga.
	19. El medicamento es 0% adulterado y altamente confiable.	19. Algunas droguerías no tienen buzón de sugerencias visible para los usuarios
	20. El grupo de auditoria está economizando el 20% del tiempo destinado a la realización de	20. Algunas droguerías no llevan registro claro y detallado de los productos que se prestan o se piden prestados a otras

	inventarios.	droguerías de la misma cadena.
Oportunidades.	Estrategia FO	Estrategia DO
1. Los medicamentos más rentables son los genéricos, son de bajo costo y contribuyen a mejorar el estado de salud.	F10; O1: Aprovechar los 500 puntos que operan bajo diferentes marcas, para vender productos genéricos de calidad y bajo costo que incrementan la rentabilidad.	D3; O3: A pesar de manejar precios bajos en ocasiones están por encima de los de la competencia, sin embargo hay productos que se venden solos gracias a su marketing excesivo.
2. Los productos tienen su propia publicidad y esta es muy tenida en cuenta por los clientes a la hora de realizar la compra.	F1; O4: Seguir manteniendo el respaldo de toda la industria farmacéutica nacional y multinacional para suministrarle mercancías a las sedes diseñadas para la recepción, almacenamiento y despacho	D2; O2: Los puntos de venta siempre venden los productos tradicionales y entre esos los de ofertas, nuevos desarrollos y productos de difícil rotación.
3. Son más vendidos los medicamentos que salen en televisión que los que no tienen este servicio de marketing.	F7; O2: Seguir invirtiendo en la producción de la revista mensual de ofertas y en la llamativa publicidad de los puntos de venta ya que esta es muy tenida en cuenta por los clientes a la hora de hacer sus compras.	D7; O4: Debido a que los costos provenientes por materia prima y mano de obra aumentan constantemente es muy conveniente contar con el respaldo del toda la industria farmacéutica.
4. Cuenta con el respaldo de toda la industria farmacéutica nacional y multinacional distinguida.	F4; O6: Para ser proveedor líder de los droguistas es muy conveniente mantener las bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos, de acuerdo con las especificaciones.	D17; O12: Algunos puntos de venta no tienen tarjetas de presentación para regalar a los nuevos clientes, influye negativamente el musculo financiero que no es tan fuerte como el de compañías multinacionales.
5. Cuenta con el respaldo del sector financiero colombiano.	F5; O7: Constantemente se prevé introducir productos nuevos, para ello la gerencia actualiza mensualmente el stock de precios y de productos	D5; O11: Los cambios de regulación y la transformación del negocio de las droguerías, influye el sector que vende al año unos \$5,7 billones en

	aprovechando las alianzas estratégicas.	Colombia.
6. Es proveedor líder de los droguistas a nivel nacional	F16; O3: Todos los procesos se ejecutan en el software contable propio MAIA, así se controla la venta diaria de todos los productos especialmente los más comerciales que se menudean para el fácil acceso de los clientes.	D4; O1: El negocio de las droguerías es cada vez más apretado y los consumidores acceden, en su orden, a las EPS Los vendedores aprovechan para ofrecer productos genéricos que son más rentables.
7. Las alianzas estratégicas aumentan las ganancias, el número de asociados, los márgenes de rentabilidad aumentan, se genera crecimiento.	F3; O9: Mejorar cada día en los departamentos que conforma la organización con una buena comunicación para la solución de conflictos y expansión del área de operación abriendo nuevos puntos de venta.	D12; O13: La auditoría de inventario realizada a puerta cerrada deja a la droguería sin la posibilidad de vender durante el día, las estrategias encaminan a generar volumen e incluir nuevas categorías de productos.
8. La empresa no ha perdido clientes importantes últimamente debido a su estricto reglamento de buen trato al cliente	F9; O10: Mantener la certificación ISO 9.001 de implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad para la ampliación de la cobertura en salud.	D1; O5: Tras el incendio que arrasó una bodega en Bucaramanga, se hizo necesario al apoyo del sector financiero y asegurador de Colombia.
9. Expandir el área de operación abriendo puntos de venta en los lugares donde se presenta la necesidad y aún no ha llegado la competencia.	F2; O8: Su cobertura nacional cuenta con cerca de 500 puntos de venta, y no se ha perdido clientes importantes últimamente.	D9; O19: No dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio Kardex genera pérdidas a los administradores cuando llega el departamento encargado de auditoria y los puntos de distribución aumentan.
10. la ampliación de la cobertura en salud y los vacíos en nichos hacen atractivo aún el mercado.	F8; O11: Cumplir las disposiciones legales de forma estricta para estar atentos los cambios de regulación y a la	D6; O6: La mala organización en las droguerías demora la ejecución de un inventario esta se debe a que el administrador no lleva control diario de los

	creciente competencia	productos que están ingresando y saliendo y la empresa es proveedor líder de los droguistas a nivel nacional.
11. Los cambios de regulación y la creciente competencia han transformado el negocio de las droguerías.	F11; O20: Disponer de un amplio surtido de productos, es saber que la calidad del producto, la diversificación y el precio juegan un importante papel en la fidelización de los clientes.	D8; O7: Las demoras en la ejecución de inventario deja a la droguería sin la posibilidad de vender a sus clientes sin embargo contar con alianzas estratégicas mitiga pérdidas y genera nuevas ganancias.
12. El sector vende al año unos \$5,7 billones en Colombia y cuenta con más de 25.000 establecimientos que operan a lo largo y ancho del país.	F14; O15: Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos para combatir factores adversos como el contrabando, la falsificación y la competencia desleal de medicamentos	D14; O8: Los vendedores que no están pendientes de los vencimientos deben pagar los productos vencidos, así la empresa no ha perdido clientes importantes últimamente.
13. Las estrategias encaminan a generar volumen e incluir nuevas categorías de productos.	F12; O17: Estar comprometido con alcanzar el mejoramiento continuo y diversificado es aumentar las ventas por medio de alianzas estratégicas entre los médicos de hospitales y los regentes de farmacia a donde los consumidores salen a comprar.	D10; O20: el paquete contable MAIA no permite dar de baja a los productos por mal estado que superen el saldo a favor; la calidad del producto, el contrabando, la falsificación y la competencia desleal de medicamentos son los nuevos desafíos.
14. Muchas farmacias se han concentrado en los productos OTC o de venta libre, así como de medicamentos genéricos.	F20; O14: El grupo de auditoría está economizando el 20% del tiempo destinado a la realización de inventarios. Así evitan que la droguería aumente el tiempo necesario en abrir sus puertas, sin embargo Muchas farmacias se han concentrado en los medicamentos genéricos, las droguerías de la cadena son más	D13; O9: Algunas herramientas del equipo de auditoría no están en las mejores condiciones en retraso de la ejecución de inventario, cuando se logre expandir el área de operación abriendo puntos de venta nuevos.

	completas	
15. La directora de la Asociación Colombiana de Droguistas Detallistas (Asocoldro), Alba Rocío Rueda, asegura que factores adversos como el contrabando, la falsificación y la competencia desleal de medicamentos se han convertido en los nuevos desafíos.	F18; O13: Los precios son fijados por la alta gerencia, se actualiza el sistema informático con periodicidad de uno a tres meses y la empresa no se preocupa por quedarse sin proveedores por que mantiene acuerdos comerciales con proveedores.	D15; O10: Los puntos de venta ubicados en la cadena de supermercados consumo de Medellín son muy pequeños pero combaten la ampliación de cobertura en salud y los vacíos en nichos que hacen atractivo el mercado.
16. Los altos costos, en establecimientos que no tienen la facilidad de comprar grandes volúmenes para lograr economías de escala.	F13; O12: Enfocar toda la organización hacia los clientes para generar volumen de ventas e incluir nuevas categorías de productos y ganar más participación en los 5,7 billones de pesos que vende Colombia en este sector.	D11; O14: proteger los productos de los rayos del sol disminuye su visibilidad en el transcurso del día; sin embargo muchas farmacias se han concentrado en los productos OTC o de venta libre y también lo hacen.
17. Aumentar las ventas por medio de alianzas estratégicas entre los médicos de hospitales y los regentes de farmacia a donde los consumidores salen a comprar.	F17; O18: El servicio del punto saludable el cual equivale a uno por cada 100 COP en compras, Unidrogas lo ofrece a sus clientes por la compra de los productos.	D16; O16: No todos los puntos de venta tienen inyectología, estos aprovechan su fuerte que es vender productos de la alianza con calidad y bajo costo y productos bonificados.
18. Unidrogas ofrece acumular puntos saludables a sus clientes por la compra de medicamentos en la realización de la factura.	F6; O5: Seguir transportando la mercancía en camiones privados de la empresa para protegerlos de que sean adulterados así esto conlleva a la financiación bancaria.	D20; O18: Algunas droguerías no llevan registro claro y detallado de los productos que se prestan o se piden prestados a otras droguerías de la misma cadena, la diversificación y el precio juegan un importante papel en la fidelización de los clientes.
19. El aumento de los	F19; O19: seguir sembrando	D18; O17: Los costos de

puntos de distribución crece en la medida que pequeños distribuidores pequeños deciden vender por su baja financiación en comparación con los grandes.	confianza en la gente de que los medicamentos son 0% adulterados para que los nuevos puntos de distribución vendan con facilidad.	auditoria son elevados en los puntos de venta que se encuentran en ciudades diferentes a Bucaramanga son necesarios para dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio de auditoria en la realización de inventarios.
20. la calidad del producto, la diversificación y el precio juegan un importante papel en la fidelización de los clientes.	F15; O16: Establecer y mantener la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa y compras de grandes volúmenes para lograr economías de escala.	D19; O15: Las droguerías no tienen buzón de sugerencias se dice que estas son bien recibidas verbalmente por los clientes, Unidrogas ofrece acumular puntos saludables a sus clientes por la compra.

✓ **ESTRATEGIA FA Y DA.**

	Fuerzas	Debilidades.
	1. Las sedes están diseñadas estratégicamente para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercancía, dotadas con sistemas informáticos y tecnológicos que brindan agilidad y seguridad en los procesos	1. El incendio que arrasó una bodega de Unidrogas en Bucaramanga, dejó un saldo parcial de 16 mil millones de pesos.
	2. Su cobertura nacional en el oriente, la costa, el eje cafetero, el centro del país y Leticia cuenta con cerca de 500 puntos de venta.	2. Tiene pocos puntos de venta en comparación de los grandes como drogas la rebaja y Farmacenter.
	3. Existe una buena comunicación entre los diferentes departamentos que operan en la entidad, los empleados trabajan	3. A pesar de manejar precios bajos en ocasiones están por encima de los de la

	bajo buenos incentivos para el mejoramiento en general.	competencia.
	4. Cuenta con bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos, de acuerdo con las especificaciones hechas por los respectivos laboratorios fabricantes.	4 El negocio de las droguerías es cada vez más apretado y los consumidores acceden, en su orden, a las EPS, las cajas de compensación y grandes superficies.
	5. Constantemente se prevé introducir productos nuevos para mejorar y actualizar el stock de productos disponibles	5. El musculo financiero no es tan fuerte como el de compañías multinacionales de la competencia.
	6. La mercancía es transportada en camiones privados de la empresa desde los laboratorios a las bodegas y de las bodegas a los puntos de distribución.	6. La mala organización en las droguerías demora la ejecución de un inventario esta se debe a que el administrador no lleva control diario de los productos que están ingresando y saliendo
	7. Invierte en la producción de la revista mensual de ofertas y en la llamativa publicidad de los puntos de venta.	7. Los costos provenientes por materia prima y mano de obra aumentan constantemente.
	8. Cumple las disposiciones legales de forma estricta, las diferentes resoluciones gubernamentales y acata con atención los compromisos tributarios.	8. Las demoras en la ejecución de inventario deja a la droguería sin la posibilidad de vender a sus clientes.
	9. La certificación ISO 9.001 confirma la excelencia e implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad conforme a los requisitos.	9. No dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio Kardex genera pérdidas a los administradores cuando llega el departamento encargado de auditoria.

	10. Cuenta con cerca de 500 puntos que operan bajo diferentes marcas.	10. El paquete contable MAIA no permite dar de baja a los productos por mal estado que superen el saldo a favor con el que cuenta la droguería al final de la auditoría.
	11. Dispone de un amplio surtido de productos, suministra productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo.	11. Las droguerías situadas en climas muy calientes deben proteger sus productos de los rayos del sol disminuyendo su visibilidad en lapsos del transcurso del día.
	12. Estar muy comprometidos con el alcanzar el mejoramiento continuo y diversificado, desarrollando rentablemente productos y servicios innovadores.	12 La auditoría de inventario realizada a puerta cerrada deja a la droguería sin la posibilidad de vender durante el día.
	13. Enfoca toda la organización hacia los clientes, busca siempre satisfacer sus necesidades y expectativas.	13 Algunas herramientas del equipo de auditoría son obsoletas o no están en las mejores condiciones en retraso de la ejecución de inventario.
	14. Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permiten orientar sus acciones. (auditoría)	14. Los vendedores que no están pendientes de los vencimientos deben pagar los productos vencidos por no devolverlos en el tiempo indicado.
	15. Establece y mantiene la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa.	15. Los puntos de venta ubicados en la cadena de supermercados consumo de Medellín son muy pequeños y no tienen áreas de inyectología, administrativa o sanitaria.

	16. Todos sus procesos se ejecutan en el software contable propio MAIA el cual es de alta confiabilidad.	16. No todos los puntos de venta tienen inyección por ende este servicio no se puede prestar en algunos lugares dejándose de recoger muchas rentas.
	17. El servicio del punto saludable el cual equivale a uno por cada 100 COP en compras y es redimible para compras en la droguería.	17. Algunos puntos de venta no tienen tarjetas de presentación para regalar a los nuevos clientes
	18. Los precios son fijados por la alta gerencia y una vez realizado el debido proceso se actualiza el sistema informático con periodicidad de uno a tres meses.	18. Los costos de auditoria son elevados en los puntos de venta que se encuentran en ciudades diferentes a Bucaramanga.
	19. El medicamento es 0% adulterado y altamente confiable.	19. Algunas droguerías no tienen buzón de sugerencias visible para los usuarios
	20. El grupo de auditoria está economizando el 20% del tiempo destinado a la realización de inventarios.	20. Algunas droguerías no llevan registro claro y detallado de los productos que se prestan o se piden prestados a otras droguerías de la misma cadena
Amenazas.	Estrategia FA	Estrategia DA.
1. Que a los puntos más rentables de las droguerías les pongan puntos de la competencia.	F20; A1: El grupo de auditoria está economizando el 20% del tiempo destinado a la realización de inventarios para reabrir las droguerías porque se sabe que los puntos más rentables tienen puntos de la competencia.	D14; A3: Los vendedores que no están pendientes de los vencimientos deben pagar los productos vencidos y los clientes ha sido favorecidos por la Ley 100, que estableció dentro del plan de beneficios a los pacientes la entrega de medicamentos líneas de negocio más importantes de las droguerías.

<p>2. Con un punto de venta por cada 2.395 habitantes, Colombia es uno de los países de Latinoamérica con mayor penetración de farmacias.</p>	<p>F19; A2: La compañía se caracteriza por vender medicamentos 0% adulterado y altamente confiable debido a que Colombia es uno de los países de Latinoamérica con mayor penetración de farmacias.</p>	<p>D6; A9: La mala organización en las droguerías demora la ejecución de un inventario, en un negocio creciente como el de las droguerías el equipo de supervisión y revisión debe estar muy pendiente de lo que se hace para evitar la falsificación y el adulterio.</p>
<p>3. la Ley 100, que estableció dentro del plan de beneficios a los pacientes la entrega de medicamentos, tanto intrahospitalarios como ambulatorios. Estos últimos eran una de las líneas de negocio más importantes de las droguerías, pero la normatividad llevó a que los consumidores se dirigieran a los dispensarios de las EPS para obtenerlos.</p>	<p>F18; A4: Las alianzas estratégicas aumentan las ganancias, el número de asociados, los márgenes de rentabilidad, se genera crecimiento y es la forma de competir ante la llegada de cadenas internacionales como Farmatodo, Locatel y Cruz Verde que transforman el mercado.</p>	<p>D1; A11: Con el incendio que arrasó una bodega de Unidrogas se ha gestionado acciones de cambios generados en esta actividad comercial incentivando la llegada de inversionistas extranjeros y un proceso de fusiones y adquisiciones entre cadenas locales.</p>
<p>4. La llegada de cadenas internacionales como Farmatodo, Locatel y Cruz Verde transforman el mercado.</p>	<p>F2; A6: Su cobertura nacional en el oriente, la costa, el eje cafetero, el centro del país y Leticia cuenta con cerca de 500 puntos de venta, dejando de un lado el temor de la malla vial del departamento que no está en las condiciones más óptimas.</p>	<p>D11; A2: Colombia es uno de los países de Latinoamérica con mayor penetración de farmacias, en climas calientes proteger los productos de los rayos del sol disminuye su visibilidad en lapsos del transcurso del día.</p>
<p>5. Incremento del contrabando de los productos farmacéuticos</p>	<p>F11; A5: La compañía dispone de un amplio surtido de productos, suministra farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo, lucha contra el contrabando de los productos farmacéuticos,</p>	<p>D2; A13: Tiene pocos puntos de venta en comparación de los grandes como drogas la rebaja y Farmacenter sin embargo la desaceleración disminuye los márgenes de ganancia a nivel general.</p>

<p>6. La malla vial del departamento no está en las condiciones más óptimas.</p>	<p>F10; A9: Unidrogas cuenta con cerca de 500 puntos que operan bajo diferentes marcas y crecen con el pasar del tiempo, en un negocio creciente como el de las droguerías el equipo de supervisión y revisión debe evitar la falsificación y el adulterio de medicamentos.</p>	<p>D12; A16: La auditoría de inventario realizada a puerta cerrada deja a la droguería sin la posibilidad de vender durante el día así se controla la venta de productos sin facturar o prestamos entre droguerías sin llevar seguimiento y generando descuadres</p>
<p>7. Ha aumentado los precios del sector transportista del país.</p>	<p>F16; A13: Que todos sus procesos se ejecuten en el software contable propio MAIA disminuye costos, en la desaceleración que aprieta los márgenes de ganancia sin descartar un incremento en los precios.</p>	<p>D7; A7: Los costos provenientes por materia prima y mano de obra aumentan constantemente y esto se debe a que los precios del sector transportista como otros del país han aumentado.</p>
<p>8. Copidrogas, que lidera el negocio de la distribución con 4.181 droguistas independientes en todo el territorio nacional y que tienen más de 5.900 farmacias, inició el año pasado un proceso de cambio de imagen de sus establecimientos afiliados que hoy operan bajo la marca Farmacenter.</p>	<p>F1; A11: Las sedes están diseñadas estratégicamente para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercancía, dotadas con sistemas informáticos para responder a los cambios generados en esta actividad comercial, incentivado la llegada de inversionistas extranjeros y un proceso de fusiones y adquisiciones entre cadenas locales.</p>	<p>D18; A5: Los costos de auditoria son elevados en los puntos de venta que se encuentran en ciudades diferentes a Bucaramanga sin embargo disminuye que dentro de la cadena se realicen malas manipulaciones así como el contrabando de los productos farmacéuticos.</p>
<p>9. En un negocio creciente como el de las droguerías el equipo de supervisión y revisión debe estar muy pendiente de lo que hace para evitar la falsificación y el adulterio de medicamentos.</p>	<p>F3; A16: La buena comunicación entre los diferentes departamentos que operan en la entidad y el trabajo en equipo es indispensable para mitigar las pérdidas por ventas de productos sin facturar o préstamos y generar descuadres al departamento de auditoria.</p>	<p>D3; A12: A pesar de manejar precios bajos en ocasiones están por encima de los de la competencia sin embargo se cuenta para bien o para mal con el control de precios aplicado por el Gobierno.</p>

<p>10. La competencia cada vez se equipa de nuevos servicios y bienes para la satisfacción de los clientes.</p>	<p>F6; A7: La mercancía es transportada en camiones privados de la empresa, mitigando el riesgo en los cambios de los precios del sector transportista del país.</p>	<p>D10; A18: El paquete contable MAIA no permite dar de baja a los productos por mal estado que superen el saldo a favor con el que cuenta la droguería al final de la auditoría mitigando el impacto para la empresa de estancamiento en las ventas por los bajos niveles de ingreso del país.</p>
<p>11. Los cambios generados en esta actividad comercial han incentivado la llegada de inversionistas extranjeros y un proceso de fusiones y adquisiciones entre cadenas locales.</p>	<p>F15; A19: Establece y mantiene la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa y disminuye riesgos en cuanto al manejo de los productos porque el cliente tiene diversas alternativas en laboratorios y en precios y sustitutos posibles al producto que esté buscando.</p>	<p>D17; A8: Se requiere apalancamiento operativo para producir más, vender más y estar a la altura de las grandes cadenas; y apalancamiento financiero para ampliar la red de distribución y almacenamiento; Copidrogas, lidera el negocio de la distribución con más de 5.900 farmacias.</p>
<p>12. Aunque el sector registra crecimientos entre 5% y 8% anuales, las droguerías también han debido enfrentar el control de precios aplicado por el Gobierno.</p>	<p>F5; A10: Constantemente se prevé introducir productos nuevos para mejorar y actualizar el stock de productos disponibles así se contrarresta la desaceleración en términos de ventas.</p>	<p>D5; A1: El músculo financiero no es tan fuerte como el de compañías multinacionales de la competencia, el negocio es cada vez más apretado y los consumidores acceden, en su orden, a las EPS, las cajas de compensación y grandes superficies.</p>
<p>13. La desaceleración disminuye los márgenes de ganancia y ante los incrementos en los precios los clientes consumidores se ven cada vez más ahogados económicamente.</p>	<p>F7; A12: Seguir invirtiendo en la producción de la revista mensual de ofertas para enfrentar el control de precios aplicado por el Gobierno.</p>	<p>D4; A14: El negocio de las droguerías es cada vez más apretado y los consumidores acceden, en su orden, a las EPS, el personal debe enfrentar la presión inflacionaria, el costo del dólar y el alza en las tasas de interés que terminan impactando el precio de los</p>

		medicamentos.
14. La presión inflacionaria, el costo del dólar y el alza en las tasas de interés terminan impactando el precio de los medicamentos.	F17; A18: Incentivar al cliente con el servicio del punto saludable en compras, redimible en la droguería contrarresta al estancamiento de las ventas por los bajos niveles de ingreso del país y los cambios introducidos por la reforma tributaria.	D9; A6: No dejar cuadrados los balances de las droguerías por medio de Kardex genera pérdidas a los administradores cuando llega el departamento encargado de auditoria sin importar el lugar , la distancia o la malla vial del departamento que no está en las condiciones más óptimas.
15. Otras droguerías ejecutan el proceso de inventario con más eficacia y eficiencia porque utilizan equipos más sofisticados y más personal en la ejecución.	F13; A14: Enfocar toda la organización hacia los clientes buscando satisfacer sus necesidades y expectativas es meterse en el cuento de la presión inflacionaria, el costo del dólar y el alza en las tasas de interés que impactan el precio de los medicamentos.	D15; A4: Los puntos de venta ubicados en la cadena de supermercados consumo de Medellín son muy pequeños y no tienen áreas de inyectología, administrativa o sanitaria pero venden aquellos clientes a los que aún no ha llegado cadenas internacionales como Farmatodo, Locatel y Cruz Verde transformando el mercado.
16. Vender productos sin facturar o prestarlos a otras droguerías sin llevarle seguimiento y generar descuadres al departamento de auditoria.	F9; A8: Mantener la certificación ISO 9.001 en la implementación efectiva de su sistema de gestión de calidad conforme a los requisitos le hace muy competente, Copidrogas, que lidera el negocio de la distribución con más de 5.900 farmacias, inició el año pasado un proceso de cambio de imagen de sus establecimientos.	D8; A17: Las demoras en la ejecución de inventario deja a la droguería sin la posibilidad de vender a sus clientes adicionalmente se suman robos o protestas y disturbios e inseguridad creciente en el país.
17. Robos o protestas y disturbios por parte de la	F12; A3: Están muy comprometidos con el alcanzar el	D16; A10: No todos los puntos de venta tienen inyectología por

<p>inseguridad creciente del país.</p>	<p>mejoramiento continuo y diversificado, teniendo en cuenta la Ley 100, que estableció dentro del plan de beneficios a los pacientes la entrega de medicamentos, tanto intrahospitalarios como ambulatorios.</p>	<p>ende este servicio no se puede prestar en algunos lugares dejándose de recoger las rentas de este concepto y la competencia cada vez se equipa de nuevos servicios y bienes para la satisfacción de los clientes.</p>
<p>18. Estancamiento de las ventas por los bajos niveles de ingreso del país y los cambios introducidos por la reforma tributaria.</p>	<p>F8; A15: Cumple las disposiciones legales de forma estricta, provocando en sus zonas el acompañamiento policial ante los disturbios y protestas que pueden ocasionar pérdidas a las droguerías.</p>	<p>D20; A20: Algunas droguerías no llevan registro claro y detallado de los productos que se prestan o se piden prestados a otras droguerías de la misma cadena GIMED y Julienne compite en sus droguerías con laboratorios como Genfar Tecno-Químicas grupo familia, la Francol, Nailen y otros.</p>
<p>19. El cliente tiene diversas alternativas en laboratorios y en precios y sustitutos posibles al producto que esté buscando.</p>	<p>F4; A17: Cuenta con bodegas equipadas con herramientas para la conservación del óptimo estado de los productos y la seguridad necesaria para arrear los robos por parte de la inseguridad creciente del país</p>	<p>D13; A15: Algunas herramientas del equipo de auditoria no están en las mejores condiciones en retraso de la ejecución de inventario, poniéndose en desventaja con otras droguerías que ejecutan este proceso con más eficacia y eficiencia</p>
<p>20. El laboratorio GIMED y Julienne compite en sus droguerías con laboratorios como Genfar Tecno-Químicas grupo familia, la Francol, Nailen y otros.</p>	<p>F14; A20: Unidrogas hace seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permiten orientar sus acciones como la sana competencia que vive El laboratorio GIMED y Julienne en sus droguerías con laboratorios como Genfar Tecno-Químicas grupo familia, la Francol, Nailen y otros.</p>	<p>D19; A19; Algunas droguerías no tienen buzón de sugerencias visible para los usuarios estos tienen diversas alternativas en laboratorios y en precios y sustitutos posibles al producto que esté buscando.</p>

1.4. DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO

1.4.1. Infraestructura del área de trabajo del equipo de auditoria.

El equipo de auditoria se encarga de visitar todos los puntos de venta y hacer informes de la auditoría realizada en los mismos. Son más de 500 puntos de venta y varían en cuanto a tamaño espacial, tamaño en mercancía, ubicación demográfica, clima de la ciudad y otros aspectos, también cuenta con una amplia oficina donde labora la líder Yaneris Prada y los auxiliares Wilmer Cárdenas y Paula Rivera.

1.4.2. Equipo de trabajo.

El personal de auditoria cuenta con una oficina dentro de las instalaciones de Unidrogas donde labora la auditora jefe Yaneris Prada y sus dos auxiliares; los demás auditores hacemos trabajo de campo visitando todos los puntos de venta con periodicidad de 6 meses. En este último grupo lo conforma, German Forero jefe directo, Eduardo Rueda contador público de la Unipamplona, Carlos Naranjo y Luis García practicantes de administración de empresas y mi persona Eduardo Jaimes practicante de contaduría pública.

1.5. PRINCIPALES FUNCIONES DEL AREA DE AUDITORIA

1.5.1. Realización de auditoría por medio de inventario.

Para realizar un inventario se requieren mínimo 4 personas y se organizan en 2 equipos de trabajo. Una persona escanea los productos que va observando en los estantes y vitrinas llevando un orden de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo y se los dicta al compañero que está escribiendo en el computador, el cual debe estar pendiente al sumar los productos que se van escaneando.

Teniendo clara cuál es la mercancía que va a formar parte del inventario se ingresa al paquete contable MAIA desde el computador principal de la droguería el cual está instalado en todos los computadores de la empresa, por el modulo llamado “revisión de inventario”.

Seguidamente se agregan las rondas de conteo que en este caso son 3, la fecha de finalización 2 días después y se agregan los códigos de los trabajadores para que ingresen en sus computadores a realizar el primer conteo, luego se da click en verificar y en comenzar primera ronda.

Se reparten los equipos alrededor de la droguería y se ingresa por el modulo llamado “revisión personal”, se ingresa el código de la empresa y se comienza a contar, todos los computadores alimentan al computador principal de tal manera que al final se puede hacer la revisión de errores.

El segundo conteo consiste en revisar los errores, el auditor jefe es quien revisa y verifica que se esté modificando y cobrando, desde el modulo “revisión de inventario”, este módulo enseña las cantidades contadas, y las confronta con las que deberían haber, si fue un error de conteo se modifica, si el producto falta y no aparece se cobra y si esta cruzado con otro se ajusta al terminar el inventario y la revisión se hace desde la A hasta la Z.

Cuando se termina el segundo proceso se le da click en ajustar inventario para que el balance quede cuadrado y en finalizar inventario, el administrador de la droguería revisa la factura y si está de acuerdo esta es imprimida a nombre de la jefe de auditoría Yaneris Prada.

De esta manera se realizan las sugerencias y correctivos, para hacer más exitosa la auditoría siguiente que se hace a los 6 meses, la factura de cobro oscila entre \$0 pesos y hasta \$900.000 pesos esta depende del control que se genere internamente en la droguería, de esta manera la droguería queda bien cuadrada y disponible para reabrir sus puertas al público.

1.5.2. Realización de kardex.

Esta consiste en imprimir todos los kardex de los laboratorios que oferta la droguería para verificar en los laboratorios uno por uno en la existencia de sus productos así como su vencimiento, de esta manera se le da la vuelta a toda la droguería para confirmar que esta cuadrado el balance como lo dejo la auditoría realizada por inventario.

Esta es una forma efectiva de llevar control de inventario y se debe realizar todos los días, los faltantes se cobran y así se ajusta el sistema, disminuyendo el cobro de auditoria en la realización de inventario.

Esta tarea debe ser ejecutada por las personas que laboran todos los días en la misma droguería mientras no entran clientes y también la desempeña el equipo de auditoría cuando en su defecto no tenga inventarios disponibles por hacer.

1.5.3. Recolección de productos.

Cuando un producto ya no se puede vender y la razón es su vencimiento el departamento de auditoria toma la decisión de darlo de baja y no contarlos en el inventario, el valor de estos productos no puede ser superior al saldo a favor que posea el balance al final de los ajustes del segundo conteo de lo contrario se deben facturar a nombre de otro cliente como productos vencidos y dependiendo del tipo de producto es cobrado al administrador de la droguería.

Se recolectan también aquellas devoluciones de los clientes por averías en los productos con debida justificación, estos si generan pérdidas para la empresa pero

son tenidos en cuenta en las utilidades.

1.5.4. Facturación de los productos no encontrados.

Si en la ejecución del segundo conteo no se encuentra el producto que se está buscando, se debe modificar en el sistema y cobrar el faltante, en ocasiones nadie sabe por qué faltan productos y es una violación a los estatutos de la empresa como droguista el no cumplir con la ejecución de kardex a diario, por ende mejorar en esta debilidad es indispensable para estar atento a las oportunidades.

1.5.5. Funciones asignadas al estudiante en práctica.

El estudiante en práctica se debe desempeñar excelentemente en las dos actividades principales de un inventario en una auditoría de campo, estas son escanear los productos o escribir en el computador; de su eficiencia depende la salida del trabajo, no se puede salir de la droguería hasta dar por terminada la auditoría, las principales actividades son.

- Escanear con agilidad y rapidez la mercancía disponible en la droguería.
- Alimentar el computador de la información recibida por el compañero de trabajo.
- Tener en cuenta que algunos productos de la misma característica están en el estante que le corresponde y en el de las promociones así que se deben sumar las cantidades para poder hacer el conteo bien.
- Hacer los kardex con agilidad y rapidez acorde al conocimiento que se va adquiriendo de las droguerías.
- Realizar los ajustes o el cobro del segundo conteo en la realización de inventario.
- Dar apertura al inventario y comenzar el primer conteo bajo su responsabilidad.
- Contar el menudeo de las cajas que comercialmente venden pastillas para hacer más eficaz el primer conteo en una auditoría de inventario.
- Prestar asistencia y colaboración al auditor jefe en la realización del segundo conteo de inventario.
- Responsabilizarse de un computador de la empresa el cual tiene fines de conteo en inventarios.

- Asistir puntualmente a los puntos que se van auditar para no hacer esperar al equipo de auditoría.
- Presentarse en el área de trabajo cómodamente pero bien presentado.
- Manejar el estrés y ponerse en la posición de los compañeros de trabajo para hacer empatía y un ambiente laboral sano.

1.5.6. Clima laboral.

En el clima laboral se maneja mucho estrés y este se debe controlar de la mejor manera para evitar entorpecer la labor encargada; no quiere decir que se trabaje en un ambiente rígido y estricto, se trabaja en un ambiente pacífico, en el cual se toman momentos de descanso, de refrigerio, charla, pero a la hora de trabajar se realizan esfuerzos con dedicación y mucha concentración.

1.6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

1.6.1. Título.

Implementación de un procedimiento para controlar las diferencias presentadas entre las cantidades de los inventarios físicos y los contenidos en el sistema específicamente a los productos que son de alta rotación.

1.6.2. Objetivo general.

Implementación de un procedimiento que permita controlar las diferencias presentadas entre los inventarios físicos y los que arroja el sistema teniendo en cuenta los productos que son altamente vulnerables a presentar inconsistencias.

1.6.3. Objetivos específicos.

- Identificar cuáles son los productos de alta rotación en las droguerías que generan pérdidas en auditoría de inventario.
- Determinar la zona geográfica donde se genera mayor falencia al respecto.
- Diseñar un kardex específico con los productos identificados el cual servirá como mecanismo de control a las falencias encontradas.

- Implementarlo aleatoriamente en las zonas de mayor falencia y proponer sus beneficios a los nuevos usuarios.
- Hacer seguimiento semanal satélite a los puntos donde se les encargo realizar el kardex.
- Evaluar la eficiencia del nuevo procedimiento utilizado como mecanismo de control en la reducción del tiempo necesario para terminar una auditoría de inventario.
- Analizar el impacto positivo que se haya generado tanto para los vendedores como para los auditores quienes son los principales beneficiados del nuevo procedimiento.

1.6.4. Justificación.

Con el pasar del tiempo dentro de la empresa y la realización de visitas de auditoría a los diferentes puntos de venta que se encuentran en el país surge una idea de mejoramiento para el departamento de auditoría el cual consiste en reducir el tiempo requerido para ejecutar una auditoría por inventario.

Como se explicó anteriormente terminar una auditoría de inventario depende principalmente del primer conteo, allí el administrador de la droguería debe tener todos sus productos cuadrados al día porque de no ser así el sistema marcará inconsistencias y el auditor debe observar muy bien los productos para contarlos con éxito.

Al comenzar el segundo conteo siempre se espera que las líneas de error no sean superiores a 100 pero estas dependen no solo del auditor y el tamaño de las droguerías sino también de las personas que trabajan en ellas.

En la ciudad de Medellín se encontraron varias droguerías en las cuales las líneas de error eran inferiores a 100 e incluso en una el cobro fue \$0 pesos. Lo cual facilita la realización de 3 a 4 auditorías por un día; en contraste los departamentos Santander y Norte de Santander generan un error superior a 200 y 300 líneas dificultando al equipo de auditoría la realización de 4 inventarios en un día.

Por ende se pretende diseñar, implementar, evaluar y proponer un kardex específico actualizable con los productos identificados; el cual servirá como

mecanismo de control a las falencias encontradas permitiendo que diariamente se lleve control de los productos representativos y de mayor rotación.

Hacer el kardex de un laboratorio puede ser tedioso y requiere mucho tiempo el cual deja de ser invertido en ventas sin embargo los administradores y vendedores tienen esta obligación la cual se cumple más en algunas zonas que en otras.

Es por esta razón que algunos administradores no saben qué tan organizados están los balances de la droguería, no están preparados para una auditoría y presentan falencias que alargan la labor del auditor.

Se visualiza que por medio de esta implementación la reducción de tiempo en la ejecución de inventarios se debe ir disminuyendo y también estandarizando, para dar una explicación sencilla he decidido tener en cuenta 5 variables.

- **Tiempo necesario para terminar una auditoria de inventario (TNAI)**

Está determinado en horas y depende del tiempo necesario para hacer el conteo manual más el recuento, a este tiempo se le resta el tiempo que puede economizar la calidad de la mano de obra más la organización de la droguería en cuanto a documentación y ubicación de mercancía.

- **Tiempo necesario para hacer el conteo manual (TNCM)**

Esta determinado en la cantidad de horas que se tardaría el primer conteo, esta variable oscila entre 1 hora y hasta 6 horas por que depende del talento humano y de la organización de la droguería.

- **El Recuento (Rec)**

Está determinado por las horas que se tardaría el segundo conteo, esta variable se calcula entre 30 minutos y 4 horas, depende del talento humano, de la organización de la droguería y del primer conteo.

- **El tiempo que puede economizar la calidad del talento humano (TETH)**

Esta variable se determina en horas y depende de la actitud de cada trabajador, su eficiencia y eficacia es un determinante del tiempo que se puede economizar en finalizar un inventario. Esta variable se calcula de acuerdo a la siguiente tabla.

Calidad del talento humano	Horas economizadas
1	0.2

2	0.4
3	0.6
4	0.8
5	1

- **Organización de la droguería (OD)**

Esta tiene que ver exclusivamente con el personal que labora en la droguería, el administrador tiene la obligación de conocer la ubicación y cantidad exacta de los productos que le arroja el sistema, asunto que no siempre se desempeña de la mejor manera y por ende se califica de acuerdo a la siguiente tabla.

Organización de la droguería	Horas economizadas
1	0.2
2	0.4
3	0.6
4	0.8
5	1

Se resalta que el tiempo economizado puede ser superior a una hora en cada tabla pero estos cambios solo se pueden efectuar después de finalizado el estudio y el respectivo análisis. En resumen la conformación de las 5 variables mencionadas arroja la fórmula matemática a tener en cuenta de aquí en adelante.

$$\text{TNAI} = (\text{TNCM} + \text{Rec}) - (\text{TETH} + \text{OD})$$

Normalmente una auditoria de inventario demora 3 horas el primer conteo y 2 horas el segundo conteo, pero con la agilidad del personal de auditoria se consigue economizar tiempo de la siguiente forma.

$$\text{TNAI} = (3 + 2) - (0.8 + 03)$$

$$\text{TNAI} = (5) - (1.1)$$

TNAI = 3.9 horas

TNAI = 3 horas con 54 minutos

De esta forma se describe como normalmente se calcula el tiempo en la elaboración de un inventario sin embargo varia siempre, según la formula se está economizando una hora en un inventario lo que equivale al 20% del tiempo requerido. Mi propuesta de mejoramiento busca que este ahorro del 20% suba a 40% y posteriormente 60%, porque la principal debilidad en la que más se peca y es fundamental tiene que ver con la organización y el compromiso por conocer el origen y el destino de las mercancías para dejar de reincidir en pérdidas de mercancías en las droguerías. Buscando entonces el siguiente esquema.

TNAI = (3 + 2) - (1 + 1)

TNAI = (5) - (2)

TNAI = 3 horas

La implementación de un procedimiento para controlar las diferencias presentadas entre las cantidades de los inventarios físicos y los contenidos en el sistema consiste en identificar los productos de alta rotación en las droguerías que generan cobro y por ende líneas de error en auditoría de inventario es hacer una tabla con 20 a 25 productos que permitirá controlar estas falencias porque a pesar de no producir pérdidas para la empresa, si las produce para los trabajadores y aumenta el tiempo requerido para finalizar una auditoría.

Partiendo de la raíz del problema se deben proponer los beneficios a los nuevos usuarios de la utilización del nuevo kardex, hacer seguimiento semanal satélite a los puntos donde se les encargo realizar el kardex y evaluar la eficiencia del nuevo procedimiento para determinar si es viable implementarlo en las zonas que más demora generan en la elaboración de inventarios; a ver si en la próxima hay reducción del tiempo necesario para terminar una auditoría de inventario.

Por último se va a analizar el impacto positivo que se haya generado tanto para los vendedores como para los auditores quienes son los principales beneficiados del nuevo procedimiento, utilizar el nuevo kardex generaría.

BENEFICIOS:

- Al ser un kardex con variedad de laboratorios es un controlador de los productos que se pierden con frecuencia, permitiendo ajustes cuando estos se cobren como ventas.

- Funciona como señal de alerta a los laboratorios que se muestren inconsistentes, permitiendo que se rectifique nuevamente el kardex del laboratorio y se ajusten los que falten.
- Facilita el control interno en la droguería de los movimientos de productos con mayor rotación por preferencia de los clientes y que son relevantes en la factura de cobro.
- Genera confianza entre los trabajadores porque se está aumentando el control de los inventarios y se evita reincidir en la pérdida de medicamentos derivadas del descuido humano.
- Permitiría el trabajo de auditoría en dos droguerías dentro de un horario laboral de 8 horas y reabrir las puertas de la droguería al público más pronto.
- El administrador sabrá los resultados de una auditora antes de que esta termine por que ya ha recorrido toda la droguería con el kardex laboratorio y con el kardex aleatorio.
- Economiza y minimiza a la empresa gastos de alojamiento y alimentación en la realización de auditorías en zonas fuera de Bucaramanga que requieren varios días hábiles.
- El nuevo kardex sirve para la prevención de inconsistencias entre las existencias de productos y el sistema.

Se justifica que más allá de lo que se conozca o se desconozca el tiempo curte con experiencia al personal que trabaja día a día para Unidrogas S.A. Es por ello que el pasar de una academia universitaria a un entorno laboral es un salto gigante en cuanto al cambio del estilo de vida y de las rutinas que se empiezan a desempeñar.

1.6.5. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	Enero			Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicia la práctica empresarial en la empresa Unidrogas S.A.		■																					
Conocimiento de la entidad.		■	■																				
Desarrollo del diagnóstico.				■	■																		
Análisis del diagnóstico.						■	■																
Planteamiento del plan de mejoramiento.								■	■														
Entrega del primer informe.									■	■													
Corrección del primer informe.												■	■										
Identificar los productos de alta rotación que generan pérdidas en auditoría de inventario.														■	■								
Diseñar un kardex específico con los productos identificados															■	■							
Entrega del segundo informe.																■	■						
Corrección del segundo informe.																	■	■					
Sustentar propuesta con el jefe directo German Forero.																		■	■				
Implementar el uso del kardex en las droguerías que se usaran como muestra																			■	■			
Hacer seguimiento semanal satélite a los puntos donde se les encargo realizar el kardex.																				■	■		
Evaluar la eficiencia en la reducción del tiempo necesario para terminar una auditoría de inventario.																					■	■	
Analizar el impacto positivo que se haya generado																						■	
Presentación del tercer informe.																							■

2 DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1. TITULO.

Implementación de un procedimiento para controlar las diferencias presentadas entre las cantidades de los inventarios físicos y los contenidos en el sistema específicamente a los productos que son de alta rotación.



2.2 Implementar procedimiento que permita controlar las diferencias entre los inventarios físicos y los que arroja el sistema.

Como se mencionó anteriormente para una empresa que se dedica a comercializar medicamentos de consumo humano implicando la compra y venta de mercancías se hace necesario el llevar un control de inventarios que permita conocer la situación comercial de una droguería específica a una fecha.

El control interno en una droguería depende de la cantidad en ventas y varía de acuerdo a las mercancías que se manejen, cuando una droguería tiene bien cuadrados todos sus productos con los que arroja el sistema le permite a la empresa y su junta directiva conocer bien como se están manejando las ventas, de esta manera la planeación estratégica siempre está en busca del

mejoramiento continuo y aprovechamiento de los datos estadísticos del software contable MAIA POS.

Ante las falencias que se pueden presentar se propone el diseño de un kardex que haga verificación aleatoria de los diferentes laboratorios que se venden frecuentemente, razón por la cual no coinciden con el sistema, debido a que el inventario solo se puede hacer dos veces en el año y la meta de realización de kardex no está funcionando satisfactoriamente.

Contendrá dos columnas de confrontación donde una llevara las cantidades reales y la otra llevara las cantidades del sistema, será de verificación semanal para obtener todos los beneficios que este genera; Mejorar el control interno en las droguerías específicamente con los inventarios ayudara a tomar decisiones más acertadas y oportunas basadas en los datos estadísticos y permitirá ganar tiempo en la realización de auditoria de inventario.

PROCEDIMIENTO

2.3 Identificar productos de alta rotación que generan margen de error.

Para identificar esta clase de productos se va a utilizar el método de observación directa para determinar que productos son más vulnerables a las falencias mencionadas, los que aumentan el valor del cobro en la factura de auditoria; Analizar estos productos requiere tomar un par de fotos a las facturas de cobro de las cuales se anexa una.

FACTURACIÓN

CLIENTE: Facturas Clin... CAJA 1 FECHA: 2017/05/05

VENDEDOR:

MENSAJERO

MÉDICO

INSTITUCIÓN:

COD DCTO ERP:

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANT	UNID	TOTAL
		0.00	1	0	0

EXISTENCIA: LABORATORIO

DETALLE DE FACTURA

Código	Descripción	Precio	% IVA	Cantidad	Unidades	Total pro.
7702870053225	ALRESKATE FEST COSTILLA X 6 SOBRES	11.764.71	19.00%	0	1	2.300.00
7702123000778	ALKA-SELTZER CAJA X 72 TABL ***TT	48.500.00	0	0	4	2.700.00
7702771024218	AMBRAMICINA 500 MG CAJA X 240 CAP ***TT	249.000.00	0	0	1	1.000.00
7706569021250	AMITRIPTILINA 25 MG CAJA X 30 TABL ***PDV	8.900.00	0	0	10	3.000.00
7702123005513	APRONAX 550 MG CAJA X 60 TABL ***TT	123.900.00	0	0	3	6.200.00
7702123006718	ASPIRINA EFERVESCENTE CAJA X 50 TABL***TT	37.400.00	0	0	6	4.500.00

SUBTOTAL: 35,227.00 TOTAL IVA: 373.00

35,600.00

VALIDAR PROGRAMA [F5] BENEFICIOS - [F6] REPORTE - [F7] REPORTE [F8] FACTURAR [F9]

puntoventaAIR

Figura Nº 6 Factura de cobro de Unidrogas S.A

Como se puede observar en el módulo de facturación quedan registrados los productos que frecuentemente se cobran en una auditoria por faltantes, se prestan para identificar con más claridad cuales medicamentos conformaran la tabla del nuevo kardex.

Luego de observadas varias fotografías del módulo facturación se decidió elaborar una tabla que agrupara los principales productos a introducir en el nuevo kardex y se analizó el precio de venta y el grupo de IVA al que pertenece entre gravado, exento y excluido.

Nombre del producto	IVA	Valor
ACETAMINOFEN JARABE FRASCO X 60ML	NO	\$3.500
ACIDO FOLICO 1 MG CAJA X 250 TAB	NO	\$15.200
ADVIL MAX CAJA X 60 TAB	NO	\$69.900
ALRESKATE FEST COSTILLA X 6 SOBRES	SI	\$11.770
ALKA-SELTZER CAJA X 72 TAB	NO	\$48.500
AMITRIPTILINA 25 MG CAJA X 30 TAB	NO	\$8.900
APRONAX 550MG X 60TABLETAS	NO	\$123.900
ASPIRINA EFERVESCENTE CAJA X 50 TAB	NO	\$37.400
CLOFENIL 75 MG CAJA X 6 AMPOLLAS	NO	\$25.000
CREMA DENTAL COLGATE PROALIVIO REPARA Y PROTEGE	SI	\$17.500
DESODORANTE NIVEA SPRAY INVISIBLE BLACK AND WHITE	SI	\$14.300
CREMA DENTAL COLGATE TOTAL PROFESIONAL	SI	\$10.900
CREMA DENTAL COLGATE TOTAL PROFESIONAL 3D WITHE	SI	\$10.600
DESODORANTE OLD SPICE LEÑA AEROSOL	SI	\$17.000
EFRIMEL X 10 TABLETAS (MEDICAMENTO PARA LA GRIPA)	NO	\$12.000
JABON PROTEX LIMPIEZA PROFUNDA EN BARRA	SI	\$2.800
MAREOL CAJA X 72 TAB	NO	\$27.600
MAX TIME GEL CAJA X 6 SOBRES	NO	\$22.000
MONIDEM 20MG CAJA X 10	NO	\$28.000
PAÑITOS HUMEDOS PEQUEÑIN PQTE X 24 UNIDADES	SI	\$2.900
PRUEBA DE EMBARAZO COMERLIFE CASSETTE	NO	\$8.900
SINALGEN 5/325 MG X 30 TABLETAS	NO	\$4.100
SMECTTA CAJA X 10 SOBRES	NO	\$4.950
TERMOMETRO ORAL HANSAPLAST	SI	\$3.300
TERRAMICINA UNGÜENTO OFTALMICO TUBO X 10GR	NO	\$15.900

2.4. Determinar donde se genera mayor falencia al respecto.

Para determinar donde es que se generan las falencias, se tuvo en cuenta los viajes realizados a las diferentes seccionales como lo fue Barrancabermeja, la Dorada, Aguachica, San Gil, socorro, Ocaña, Medellín, Cúcuta, Pamplona y Zipaquirá, estas son las que pertenecen a la auditoria de Bucaramanga, también hay auditoria en Bogotá y auditoria de Barranquilla.

Así se determinó que a pesar de las dificultades es Medellín es la ciudad de mayor control interno y organización en las droguerías que son los puntos de venta; se genera desde la supervisión que se da, droguería alemana y la cadena Unidrogas SA. Tiene menos de un año en esta ciudad territorio que abarco gracias a la compra de la cadena de droguerías Dromayor y el personal es tan proactivo que están pensando en implementar una auditoria que se encargue de la seccional Medellín.

Sin embargo en las droguerías de Santander y norte de Santander ocurre todo lo contrario, la supervisión es baja y a pesar de haber control interno y estatutos que cumplir no son muy efectivos, se evidencia claramente que hay mayor retraso en los inventarios de Santander con respecto a los de Antioquia, así que la zona determinada para ejecutar el estudio es la ciudad de Bucaramanga, por tener mayor número de droguerías con falencias de este tipo y por ser la ciudad de mi ubicación, allí es donde se comenzara a implementar el nuevo procedimiento como semillero en un par de droguerías para posteriormente interiorizarlo en forma de correctivo para aquellas droguerías que su cobro sea muy alto.

2.5. Diseñar un kardex específico con los productos identificados

El karex aleatorio consiste en la revisión de los productos más comerciales que usualmente generan pérdidas por el descuido de los vendedores, de esta manera los productos podrán ser ajustados y no se permitirá que se acumulen inconsistencias en el sistema.

Posteriormente a una auditoria por inventario se deja este kardex como mecanismo de aplicación semanal para el control de inventarios el cual consiste en digitar el código del producto en el módulo de facturación que revelara el laboratorio al cual pertenece el producto y las cantidades que posee el sistema, de esta manera se puede hacer una confrontación directa en la cual las inconsistencias son ajustadas inmediatamente.

DISEÑO DEL KARDEX A IMPLEMENTAR

	Bucaramanga Santander.
	NIT: 890.208.788-9
	Droguería _____
	Fecha: ____/____/____ hora: _____
	Firma: _____
KARDEX ALEATORIO	

Código de barras.	Nombre del producto.	Cantidades.		Unidades.	
		Sistema.	Reales.	Sistema.	Reales.
7706569001627	ACETAMINOFEN JARABE FRASCO X 60ML				
7702184010624	ACIDO FOLICO 1 MG CAJA X 250 TAB				
7702132008048	ADVIL MAX CAJA X 60 TAB				
7702870053225	ALRESKATE FEST COSTILLA X 6 SOBRES				
7702123000778	ALKA-SELTZER CAJA X 72 TAB				
7706569021250	AMITRIPTILINA 25 MG CAJA X 30 TAB				
7702123005513	APRONAX 550MG X 60TABLETAS				
7702123006718	ASPIRINA EFERVESCENTE CAJA X 50 TAB				
7703712011182	CLOFENIL 75 MG CAJA X 6 AMPOLLAS				
7891024100431	CREMA DENTAL COLGATE PROALIVIO REPARA Y PROTEGE				
4005900036728	DESODORANTE NIVEA SPRAY INVISIBLE BLACK AND WHITE				
7509546060804	CREMA DENTAL COLGATE TOTAL PROFESIONAL				
7509546060811	CREMA DENTAL COLGATE TOTAL PROFESIONAL 3D WITHE				
7506339390254	DESODORANTE OLD SPICE LEÑA AEROSOL				
7707341200351	EFRIMEL X 10 TABLETAS (MEDICAMENTO PARA LA GRIPA)				
7702010420443	JABON PROTEX LIMPIEZA PROFUNDA EN BARRA				
7702132004484	MAREOL CAJA X 72 TAB				
7702870004906	MAX TIME GEL CAJA X 6 SOBRES				
7707341200436	MONIDEM 20MG CAJA X 10				
7702026031329	PAÑITOS HUMEDOS PEQUEÑIN PQTE X 24 UNIDADES				
7707226431139	PRUEBA DE EMBARAZO COMERLIFE CASSETTE				

7703258112961	SINALGEN 5/325 MG X 30 TABLETAS				
7702207188620	SMECTTA CAJA X 10 SOBRES				
7702003004155	TERMOMETRO ORAL HANSAPLAST				
7703283163013	TERRAMICINA UNGÜENTO OFTALMICO TUBO X 10GR				

2.6. Implementar kardex en las droguerías elegidas.

Para ponerlo a prueba y evitar reincidir en la perdida de productos, se utilizara como correctivo a las droguerías de alto cobro; se explicaran los beneficios y se aplicara cada semana un debido seguimiento, es por ello que se eligió tomar dos droguerías como muestra para el estudio de grado en las cuales se les pretende evaluar la efectividad en el tiempo de tres semanas.

Estas son las droguerías Medícatel 4 y la Alemana 41 a las cuales se les encargo la realización de los kardex quienes tomaron la iniciativa con buena aceptación y colaboraron en el proceso de ejecución semanal y seguimiento. Se resalta que el proceso de seguimiento e implementación continúa una vez terminada la práctica pero para tomar un muestreo como evidencia se decidio tomar dos droguerías para un tiempo de tres semanas.

2.7. Hacer seguimiento semanal.

El seguimiento servirá para medir la efectividad del mecanismo implementado ya que si este no se ejecuta como se indicó no tendrá el mejor efecto que se espera, de esta manera el auditor encargado del seguimiento hará una prueba piloto con tres de los productos del kardex aleatorio los cuales tendrán que estar cuadrados con el sistema.

A partir del seguimiento se puede evaluar el proceso y su efectividad, este será establecido para los días viernes, no se hará seguimiento sorpresa para que los vendedores sientan que la labor esta implementándose en pro de la colaboración en común y el trabajo en equipo que beneficie a la empresa y le permita optimizar las oportunidades empezando por sus trabajadores quienes hacen que Unidrogas SA. Desempeñe bien su objeto social.

2.8. Evaluar la eficiencia del nuevo procedimiento

Para evaluar la eficiencia se debe tener en cuenta la eficacia y el juicio con el que se realicen los nuevos kardex, por ende el seguimiento debe ser semanal y constante, esta es la clave del éxito en la propuesta, como evidencia se anexan los resultaos obtenidos hasta el momento de los cuales se analizó la clase de impacto que se genera el cual es positivo y correctivo en el corto tiempo

conllevarlo a el kardex aleatorio a actualizaciones de acuerdo al seguimiento; así ayudara al mejoramiento de las nuevas dificultades que se van presentando.

Por ejemplo cuando un kardex sale bien repetidamente este deberá cambiarse para así revisar otras regiones de la droguería y hacer revisión en un 99% de los productos, contando con la ayuda de las fotos que se guardan de los cobros que genera un inventario, el método utilizaría la estadística aritmética para tomar una muestra de un laboratorio el cual se revisara y generara dos oportunidades.

- Que la muestra salga bien: se busca una muestra de otro laboratorio.
- Que la muestra no saga bien: se hace kardex a todo el laboratorio y se cobran los productos faltantes para ajustar el sistema.

2.9. Analizar el impacto positivo que se haya generado

Analizar el impacto generado real requiere esperar un tiempo requerido de 6 meses en lo que el grupo de auditoria vuelve a visitar el mismo punto de venta y confirma que se evidencio una reducción en el tiempo necesario para terminar un inventario y en la facturación de cobro.

Sin embargo por medio de los seguimientos semanales se puede llevar a cabo un análisis del funcionamiento y aceptación entre las personas que deberán aplicarlo; aunque al principio puede ser tomado como una labor más al final se está convirtiendo en una herramienta de verificación tan indispensable que se deberá mantener actualizada más seguido.

- Análisis del impacto en la Medicate1 4.

En un principio la propuesta no fue bien aceptada debido a que esta droguería es amplia y tiene altas ventas por estar ubicada al lado derecho de la empresa Unidrogas SA. Más adelante luego de explicados los beneficios y contando con el apoyo de la jefe Yaneris Prada se empezó a ejecutar el primer kardex, el cual arrojó 8 errores de 25 los cuales fueron ajustados luego de realizado el seguimiento.

La semana siguiente el auditor encargado fue a recoger el segundo kardex el día viernes y en el seguimiento encontró que solo había 2 errores uno de ellos diferente los ajustados el día del seguimiento anterior y uno que reincidió este fue el pañito húmedo pequeñín paquete X 24 producto de alta rotación, ante lo evidenciado se sugirió estar más atento a estos pañitos y se agradeció por el buen trabajo desempeñado en la reducción de errores que se encontró.

En la tercera semana el auditor no encontró error en el balance que reporta el kardex contra las cantidades reales lo cual indica que el kardex funciono porque

ajusto probablemente un 10% del balance en solo tres semanas sin embargo debe de actualizarse para la cuarta semana así se estarán buscando otras áreas de la droguería en cumplimiento del propósito que es revisar toda la droguería.

- Análisis del impacto en la alemana 41.

Esta droguería está ubicada en la calle 63 # 30-21 barrio Conucos de Bucaramanga allí tomaron la propuesta con aceptación y la colaboración fue indispensable en la realización del estudio, los datos obtenidos fueron similares a los de Medicateel 4 refiriéndose a que la mejoría fue prolongada pero efectiva; en la primera semana se hallaron 5 errores los cuales se ajustaron dejándose el compromiso de continuar colaborando con aceptación.

La segunda semana se realizó la visita de seguimiento y se encontraron 2 errores de productos diferentes, los ajustados anteriormente se mantuvieron bien y en la tercera semana nuevamente se desajusto el ácido fólico por un blíster de 10 pastillas; esto indica que el kardex debe actualizarse pero algunos productos deben repetir así como el ácido fólico pues el laboratorio que fabrica este producto también presento inconsistencias en otros medicamentos, el diseño de los nuevos kardex se realizó el día 28 de mayo y se implementó el 30 del mismo mes; se encuentra en proceso de seguimiento, evaluación y análisis.

CONCLUSIONES

El nuevo kardex implementado representa para la empresa una herramienta fundamental en la disminución de tiempos innecesarios que se generan en la ejecución de una auditoria de inventario a puerta cerrada ya que de ella depende que se generen mejores resultados en cuanto a lo que se espera con alto grado de calidad y eficiencia en cada una de las operaciones.

En el desarrollo de la práctica empresarial se logró evidenciar la importancia que tiene el nuevo mecanismo de control implementado que se maneja al interior de la droguería ya que sirve para ajustar los descuadres que presenta el sistema antes de que se realice la auditoria así se disminuye el tiempo que dura una droguería cerrada por inventario.

La propuesta de mejoramiento le permitirá a Unidrogas SA. Economizar recursos valiosos como lo son el personal y el tiempo, entre otros ya que el agilizar procesos la hace más eficiente en el camino que está recorriendo para perfilarse como la de mayores ventas en Colombia.

Ser practicante en una empresa representa una gran oportunidad para poner a prueba todos los conocimientos y habilidades adquiridas a través de la academia universitaria, así mismo nos permite desarrollar nuevas destrezas para realizar los procesos con más eficacia y eficiencia permitiéndonos ver realmente el amplio

campo de acción que tenemos como profesionales de la contaduría pública y nos impulsa a continuar preparándonos para afrontar los nuevos retos del mañana.

RECOMENDACIONES

Unidrogas SA. Debe implementar procedimientos dinámicos de control de inventarios que reduzca las pérdidas de mercancías y aumente la supervisión que debe ejercer los vendedores sobre las droguerías en las que trabajan con el propósito de minimizar las debilidades y aumentar las fortalezas de efectividad, calidad y el control administrativo de cada una de sus operaciones.

Estos kardex deben ser constantemente evaluados y revisados para que se mantenga actualizado de acuerdo al seguimiento y a las nuevas oportunidades de mejora que se presenten, el mejoramiento continuo saca a la empresa de la zona de confort que no permite al empresario ver que se puede llegar más lejos y romper esos cuellos de botella que no permiten avanzar.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

El trabajo de grado por medio de la práctica empresarial es sin duda alguna una gran plataforma para aplicar todos los conocimientos adquiridos en la academia y que nos permite afianzar las habilidades para desarrollar la profesión; en la medida que transcurrió el tiempo de la práctica se creó nuevos lazos de amistad con los compañeros debido a la cercanía diaria que teníamos todos y a los viajes que realizamos, aunque las actividades realizadas diariamente eran repetitivas sé que extrañare la rutina de trabajo que tenía en Bucaramanga antes de finalizar la práctica.

Dentro de las actividades que realice durante la práctica he podido conocer de primera mano cómo se efectúa un procedimiento de inventario y la vitalidad que estos tienen para una empresa ya que es así como se conoce el manejo de las mercancías y se detectan los posibles fraudes para los que se presta la venta de medicamentos de consumo humano.

Las prácticas realizadas en Unidrogas SA. Me han servido muchísimo porque aprendí que no solo se requiere de calidad profesional en una empresa sino también de calidad de persona pues son los trabajadores los que le dan vida a una toda una empresa que bajo su nombre de Unidrogas SA. Esta introduciéndoles en los hogares colombianos gracias al buen trabajo que se realiza dentro de las instalaciones, la buena comunicación que se maneja y el respeto por cada una de las personas.

Me siento realmente afortunado y agradecido principalmente con Dios y con la Universidad de Pamplona que me han brindado esta bonita oportunidad de adquirir experiencia y afrontar nuevos retos. Son estos espacios muy importantes

y motivantes donde se descubre que los jóvenes tenemos mucho por demostrar y ofrecemos porque somos el futuro de muchas empresas y es así como nos damos cuenta que la competencia es dura y que en el ámbito laboral lo principal es ser cada día mejor.

Es evidente que la contaduría pública tiene un amplio campo de acción por explotar y ha sido la auditoría la que menos imagine que fuera la puerta a mis experiencias laborales, agradezco a la universidad por gestionar estos espacios a los estudiantes y de mi parte les digo que seguimos trabajando por poner en alto el nombre de la universidad para que espacios como este no se acaben y los convenios se sigan prolongando un par de años más.

Ahora que transcurrimos por este proceso y pasamos de estudiantes a profesionales solo nos queda esforzarnos y trabajar por mantener las competencias y capacidades requeridas para la ejecución de trabajos con altos niveles de calidad y emprender un camino de lucha y esfuerzo para perseguir nuestros sueños de perfilarnos como contadores públicos en una empresa que nos acoja y para la cual nos podamos desempeñar de la mejor manera.

BIBLIOGRAFIA

<http://www.unidrogas.com/>
<http://www.unidrogas.net.co/web3/www/>
http://imigra.com.co/santander/bucaramanga/drogas/9b3de98820b24b20/unidrogas_sa
<https://co.indeed.com/cmp/Unidrogas-S.a/reviews>
<https://www.youtube.com/watch?v=BT6BIGd6Jqo>
<https://es-la.facebook.com/Unidrogas.SA/>
<https://twitter.com/unidrogas?lang=es>
[http://www.hoovers.com/company-information/cs/company-profile.union de droguistas sa unidrogas sa.80e947672c924f1b.html](http://www.hoovers.com/company-information/cs/company-profile.union%20de%20droguistas%20sa%20unidrogas%20sa.80e947672c924f1b.html)
<https://www.opendi.co/bucaramanga/202161.html>

ANEXOS

- Carta con el recibido, entregada por el Cread para ingresar a la empresa.
- Carta de Aceptación entregada por la empresa para el ingreso a su Práctica.
- Certificación de la empresa de terminación de su práctica: especificando cumplimiento de los cuatro meses, área donde estuvo ubicado y el cumplimiento a cabalidad con la empresa.
- Certificación que dejó implementada y socializada en la empresa la propuesta de mejoramiento, de que habló en los informes.
- Formatos de Evaluación y Autoevaluación diligenciados
- Formatos de kardex implementados en la Medicate 4
- Formatos de kardex implementados en la Alemana 41

