

INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNIDROGAS S.A. – FLORIDABLANCA

JUAN JESUS ADAME VALBUENA

COD. 1116020407

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PAMPLONA NORTE DE SANTANDER

2019

INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL

UNIDROGAS S.A. – FLORIDABLANCA

JUAN JESUS ADAME VALBUENA

COD. 1116020407

Supervisor de Practica:

Edwin Omar Jaimes Rico

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PAMPLONA NORTE DE SANTANDER

2019

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN	1
1 INFORME PRACTICA EMPRESARIAL.....	2
1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA UNIDROGAS S.A.....	2
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	3
1.2.1 Visión	3
1.2.2 Misión.....	3
1.2.3 Valores Corporativos.....	4
1.2.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	5
1.2.5 Política de calidad	5
1.3 DIAGNOSTICO.....	6
1.3.1 Departamento de bodega.....	6
1.3.2 Departamento de contabilidad.....	6
1.3.3 Departamento de personal.....	7
1.3.4 Departamento de compras.....	7
1.3.5 Departamento de cartera.....	7
1.3.6 Departamento de sistemas	8
1.3.7 Departamento de ventas institucionales	8

1.3.8	Departamento de ventas directas.....	8
1.3.9	Departamento de calidad.....	9
1.3.10	Recurso humano	9
1.3.11	Droguerías	9
1.3.12	MATRIZ EFE.....	10
1.3.13	MATRIZ EFI.....	12
1.3.14	Matriz EI.....	14
1.3.15	Matriz DOFA.....	16
1.3.16	Organigrama Grafico N° 1 Organigrama de Unidrogas	18
1.4	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	19
1.4.1	Misión de los Auditores	19
1.4.2	Descripción de las labores.....	19
1.5	FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRACTICA	20
1.6	ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	23
1.6.1	Titulo	23
1.6.2	Objetivos de la propuesta	24
1.6.3	Justificación.....	25
1.6.4	Cronograma.....	26
2	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	27
2.1	TITULO.....	27

2.1.1	Importancia del control y manejo de mercancías.....	27
2.1.2	Factores que conllevaron a la realización de la propuesta	28
2.1.3	Definición de la propuesta.....	30
2.1.4	Diseño del formato	30
2.1.5	Aplicación de prueba piloto	31
2.1.6	Desarrollo de la propuesta.....	32
2.2	Conclusiones.....	33
2.3	Recomendaciones	34
2.4	Alcances de la practica	35
2.5	Evidencias.....	36
2.6	Bibliografía.....	38

ABSTRACT

In the present work a previous analysis of the company UNIDROGAS SA, located in the city of Bucaramanga in the department of Santander in the country of Colombia, which is dedicated to the production and distribution of medicines and provision of services, is sought make an analysis of how the pharmaceutical sector is structured at the local, regional and national levels, how it works against competitors and customers to whom this information must be responded, to the improvement proposal, where objectives can be established, some goals and indicators, where each area of the company is involved, from the financial side, human, administrative, technological, legal, etc., having as a precedent to this service proposal for all areas of the organization and the relationship in a positive way, to all Services are for the best development of the work. As in the case of the proposed objectives. As time goes by, it is written, it is proposed, it is transmitted, it is handled, it is handled, there is a greater control in the handling and receipt of the products in the warehouse department. The products are available.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se realizara un análisis previo de la empresa UNIDROGAS S.A, ubicada en la ciudad de Bucaramanga en el departamento de Santander en el país de Colombia, la cual se dedica a la producción y distribución de medicamentos y prestación de servicios, se busca hacer un análisis como se encuentra estructurado el sector farmacéutico a nivel local, regional y nacional, como funciona frente a los competidores y clientes potenciales de acuerdo a esta información se propondrá una propuesta de mejoramiento, donde se establecerán unos objetivos, unas metas y unos indicadores, donde se involucrare cada área de la empresa, desde la parte financiera, recursos humanos, administrativos, tecnológicos, legales, etc., teniendo como precedente que esta propuesta servirá para todas las áreas de la organización y que afectara de forma positiva, a todos los departamentos es por eso que en el desarrollo del trabajo propondremos algunos ítems para el mejoramiento de la empresa tanto interno como externo, para el logro de los objetivos propuestos. A medida que paso el tiempo se decidió proponer un formato el cual permite que se tenga un mayor control en la manipulación y recibimiento de los productos en el departamento de bodega este a su vez ayudara a que en los puntos de venta no se encuentren inconsistencias en los productos que allí se tienen a disposición

1 INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL

1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA UNIDROGAS S.A

UNIDROGAS S.A. es una compañía privada (familiar), fue 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. La empresa cuenta con domicilio en la zona franca Santander bodega F6 (km 4 anillo vial Floridablanca Santander) y cuya 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”; teniendo como objeto social la “adquisición, distribución, venta y dispensación de toda clase de productos farmacéuticos para consumo humano o animal, cosméticos, perfumería en general y demás productos químicos”.

Desde ese entonces UNIDROGAS S.A ha adquirido un carácter de Posicionamiento Progresivo Aumentando Participación En El Mercado incrementando su cobertura nacional en el oriente, costa, eje cafetero, centro y Leticia con cerca de 405 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. Hoy cuenta con sedes administrativas en Barranquilla, Bogotá, Cúcuta, Medellín y Bucaramanga; con 35 años en el mercado UNIDROGAS S.A es fuente de empleo y progreso Regional.

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 la calidad conforme

a los requisitos de la NTC-ISO 9001:2008, 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, como resultado de la auditoria de otorgamiento realizada por el ICONTEC se 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.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 Visión

UNIDROGAS S.A tiene como Misión Proveer 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, además de la eficacia de nuestros productos, contribuyendo 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.

1.2.2 Misión

En 2025 UNIDROGAS S.A será líder a nivel nacional por el excelente servicio de distribución y comercialización de medicamentos para el consumo humano, expandiendo su campo de acción

en la región andina y supliendo las necesidades de los clientes con procesos y servicios de calidad cumpliendo con el compromiso de mejora continua, contribuyendo a la salud y bienestar de los clientes.

1.2.3 Valores Corporativos

Enfoque al Cliente: Concentración de esfuerzos y recursos de la empresa para comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfaciendo sus requisitos y esforzándose en exceder las expectativas de los mismos.

Aliados Estratégicos: Generación de valor y crecimiento, en forma mancomunada, con sus proveedores.

Desarrollo Integral: Bienestar integral proporcionado al talento humano con que se cuenta, mediante la proyección e impulso de sus habilidades, capacidades y recursos.

Gestión Responsable: Preocupación continua por el entorno, materialización del compromiso que tiene la organización con el desarrollo de la sociedad circundante, cuidado e impulso de la población y del medio ambiente.

Orientación al Logro: Generación de valor económico para proyectarse al futuro y brindar bienestar a inversionistas, asegurando el cumplimiento de las metas trazadas y la operación en procura del alcance de los objetivos propuestos.

1.2.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

La empresa UNIDROGAS S.A. ha definido como objetivos de calidad los siguientes:

Disponer de un amplio surtido de productos que nos presente siempre como la primera opción de compra y conduzca a la fidelización de nuestros clientes.

Establecer una cultura de servicio al interior de la organización, representada por el desarrollo humano y el trabajo en equipo.

Suministrar a nuestros clientes productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo, brindando el respaldo que requieren.

Satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo por medio del desarrollo del plan de mercadeo, alcanzando así cada una de las metas propuestas por la compañía.

Enfocar a toda la organización hacia los clientes, buscando siempre satisfacer sus necesidades y expectativas, aprovechando la experiencia y conocimiento del negocio.

Hacer seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permitan orientar sus acciones hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas.

Establecer y mantener 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.

1.2.5 Política de calidad

UNIDROGAS S.A. tiene como política satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través del cumplimiento de sus requisitos, garantizando siempre un adecuado stock de

medicamentos, lo cual redundará en su beneficio y fidelización, apoyados en el talento humano de nuestros colaboradores, en sistemas tecnológicos adecuados y en el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

1.3 DIAGNOSTICO

1.3.1 Departamento de bodega

Para mí este es uno de los principales departamentos y uno de los que mayor responsabilidad tiene, ya que este es el encargado tanto de dar salida a los productos que van para los diferentes puntos de venta (droguerías) y también aquellos que van destinados a clientes en específico, además también es el encargado de recibir mercancía de proveedores.

1.3.2 Departamento de contabilidad

Este departamento es el encargado de realizar operaciones contables y financieras de la organización que sirven para basarse y tener un mayor acierto en la toma de decisiones gerenciales. Adicionalmente este es un departamento conformado por contadores públicos, donde se encuentran compañeros egresados de la universidad de Pamplona, todos ellos son los encargados de controlar las operaciones contables de acuerdo a las normas y leyes de la contabilidad.

1.3.3 Departamento de personal

En este departamento se encuentra el personal encargado de llevar funciones tales como: control de asistencia y cumplimiento de horario de todo el personal de los demás departamentos, pagos de nómina, concesión de permisos, convenios con instituciones educativas (es este departamento el encargo de mantener las alianzas con universidades y SENA para poder contratar practicantes), adicionalmente es el departamento responsable de la seguridad social de cada uno de los empleados, y demás funciones que se relacionen con la comodidad del trabajador.

1.3.4 Departamento de compras

Es donde se realizan las adquisiciones de los productos necesarios, se busca un precio adecuado y la cantidad necesaria de mercancía esto con el fin de evitar un stock en bodega y que luego los productos se queden estancados, adicionalmente este departamento se encarga de tener buenos vínculos de amistad y confianza con los proveedores y así llegar fácilmente a acuerdos de promociones en productos y mayores descuentos.

1.3.5 Departamento de cartera

Este se encargado de la liquidez de la empresa, se encarga de llevar un control a los pagos y que sean oportunos y también a los cobros a diferentes puntos esto con el fin de poder dar un buen manejo y rotación a los recursos de la organización.

1.3.6 Departamento de sistemas

Este departamento es el encargado con todo lo que tiene que ver con equipos de cómputo, redes de comunicación, software y demás sistemas informáticos, adicionalmente el personal de este departamento realiza visitas periódicamente a los diferentes puntos de venta para también realizar el respectivo control y mantenimiento de los sistemas que permiten llevar un buen manejo y control de las ventas.

1.3.7 Departamento de ventas institucionales

Es el departamento encargado de mantener las relaciones directamente desde los puntos de venta mediante convenios con IPS y EPS para verificar la entrega de medicamentos a los usuarios las diferentes entidades de salud, de la misma manera verifican su respectiva verificación y facturación de cada producto de acuerdo a los requisitos que se establecen para su respectiva entrega.

1.3.8 Departamento de ventas directas

Este departamento literalmente tiene su vista puesta en los puntos de venta, ya que además de ser el que distribuye la mercancía en cada punto, es el encargado de darle el respectivo seguimiento día a día cubriendo cada una de las zonas y rutas de los vendedores garantizando una cobertura total de todos los locales comerciales. Adicionalmente trabaja muy de la mano con mercadeo ya que es ahí donde se realizan las diferentes promociones y lanzamiento de nuevos productos.

1.3.9 Departamento de calidad

Este se encarga de verificar que la empresa cumpla con todos los parámetros de calidad establecidos por las ISO: 9001 /2008 realizada por el ICONTEC.

1.3.10 Recurso humano

El recurso humano es el activo más valioso con lo que cuenta una organización y obviamente UNIDROGAS S.A no es la excepción ya que todo su personal está altamente calificado para poder brindar una buena atención y asesoría a todos nuestros clientes y el adecuado despacho de todos los productos. Actualmente UNIDROGAS S.A cuenta con más de 600 trabajadores encargados de brindar siempre el mejor servicio y dejar el nombre de la organización en alto.

1.3.11 Droguerías

En este departamento encontramos tres (3) entes fundamentales que son: Un supervisor de la zona, un administrador y los respectivos vendedores. Cada uno tiene su trabajo en específico. Como su nombre lo indica, los vendedores (as) son los encargados de vender los productos en el punto de venta, el administrador tiene que estar todos los días en la droguería para estar al tanto de que todas las labores de ventas estén coordinadas y que los vendedores cumplan con sus horarios de trabajo y que realicen de la mejor forma posible su labor, el supervisor tiene que estar al pendiente de todas las droguerías que tenga a su cargo dependiendo de la zona en la que se

encuentre además tiene que estar en contacto directo con bodega para hacer recambios de productos por vencimiento o por mal estado.

1.3.12 MATRIZ EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVE	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades			
Rápido crecimiento de la demanda	15%	4	0,6
Apertura de nuevos puntos de venta (regionales)	15%	3	0,45
Cambios sociales (Millennials)	10%	3	0,3
Contribución al desarrollo económico de la región	10%	3	0,3
Libre desarrollo al crecimiento profesional	10%	4	0,4
Amenazas			
Aparición de la competencia	8%	2	0,16
Elevados impuestos, por parte del sector farmacéutico	8%	2	0,16
Aparición de políticas externas (Barreras)	8%	1	0,08
Recesión económica	8%	2	0,16
Competencia desleal	8%	2	0,16
Total	100%		2,77

Explicación de la matriz EFE.

La ponderación indica la importancia relativa de cada factor dentro de la organización, para este caso tenemos un total de 10 factores: 5 factores en oportunidades y 5 factores en amenazas, cada uno de ellos tiene asignado un porcentaje los cuales su sumatoria debe ser igual a 100 por ciento (100%).

En cuanto a la evaluación tome un rango de 1 a 4. Donde, 4 es igual a excelente, 3 igual a bueno, 2 es igual a regular y 1 es igual a malo. La distribución se puede evidenciar a continuación.

Clasificación - Evaluación	
1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente

El valor lo halle mediante la multiplicación del número de la clasificación y el porcentaje de la ponderación

En conclusión, se puede apreciar que se obtuvo un valor de **2,77**, superando la media que es de 2,5 este resultado es bueno (balance positivo), teniendo en cuenta las condiciones y circunstancias que se deben tener en cuenta para poder posicionarse en el mercado de hoy en día.

1.3.13 MATRIZ EFI

FACTORES EXTERNOS CLAVE	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas			
Reconocimiento y posicionamiento en el mercado	15%	4	0,6
Variedad de productos en los puntos de venta	10%	4	0,4
Talento humano idóneo y capacitado	10%	3	0,3
Costos operativos más bajos	8%	3	0,24
Innovación	9%	4	0,36
Debilidades			
Personal resistente al cambio	12%	1	0,12
Bajo conocimiento en avances fármacos	9%	2	0,18
La capacidad instalada es menor respecto a la demandada	8%	2	0,16
Bajo nivel de internacionalización	10%	1	0,1
Limitación de recursos	9%	2	0,18
Total	100%		2,64

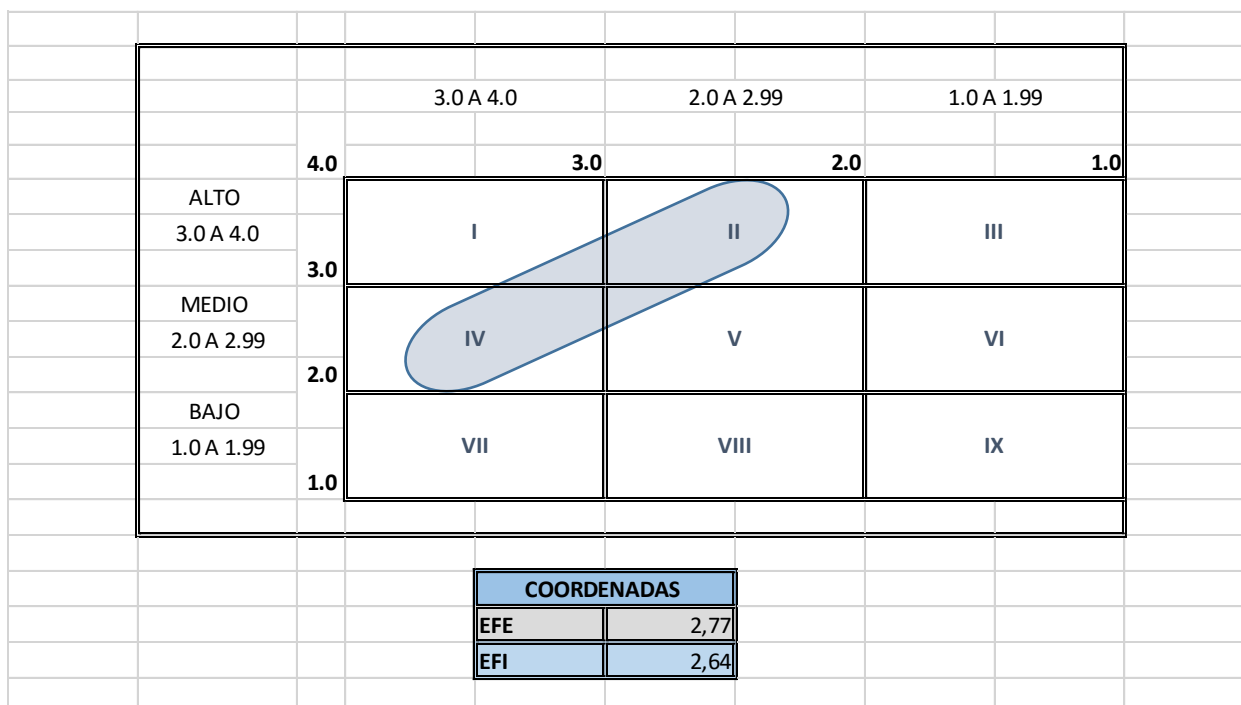
Para la matriz **EFI** el mecanismo utilizado fue diferente ya que para las fortalezas utilice una evaluación de 3 y 4, y para las debilidades una evaluación de 1 y 2 así como se aprecia a continuación.

Clasificación - Evaluación		
1	Malo	Debilidades
2	Regular	
3	Bueno	Fortalezas
4	Excelente	

En conclusión, se obtuvo un valor de **2,64** el cual no esta tan mal ya que la media es de 2,50 y estamos superando ese número, evidentemente hay que seguir mejorando, pero se va por un buen camino.

1.3.14 Matriz EI

Región	Casillas	Estrategia	Estrategia intensiva
1	I, II y IV	Crecer y construir	Integración hacia atrás, hacia adelante u horizontal
			Penetración de mercado
			Desarrollo de mercado
			Desarrollo de productos
2	III, V y VII	Conservar y mantener	Desarrollo de mercado
			Desarrollo de productos
3	VI, VIII y IX	Cosechar o desinvertir	Recorte de gastos
			Desinversión



Análisis de la matriz IE

Según los gráficos el resultado de los gráficos anteriores se puede observar que al momento de realizar la respectiva ubicación de las coordenadas quedamos ubicados en las casillas II y IV que tiene como estrategia crecer y construir. Para lo cual vamos a utilizar una estrategia intensiva de “Penetración de mercado” ya que esta lo que busca es incrementar la participación de los productos actuales de la empresa, a través de una intensificación de esfuerzos de marketing. Esta estrategia suele ser muy utilizada ya sea por si sola o en combinación con otras.

Estrategia:

- Ofrecer productos que se encuentren en descuento o en promoción a través de publicidad local (televisión, emisoras, revistas) en las respectivas fechas en que puedan ser aprovechadas por los clientes.

1.3.15 Matriz DOFA

MATRIZ D.O.F.A	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias F.O.	Estrategias D.O.
<p>Ingreso al mercado de nuevas droguerías, teniendo en cuenta que es una de las empresas con mayores ventas en el país, lo cual sería más accesible llegar a zonas estratégicas en diferentes departamentos.</p> <p>Incentivación de que cada integrante de la organización crezca como persona, profesionalmente de acuerdo a las oportunidades que se ofrecen mediante estudios, seminarios, diplomados, para su personal.</p> <p>Se selecciona el personal por medio de un proceso de selección, el cual busca realizar estudios en los puestos de trabajo, con el fin de proveer el talento humano con las mejores habilidades, destrezas y capacidades físicas e intelectuales que brinden el mejor desarrollo en las organizaciones.</p> <p>El apoyo a la innovación y el desarrollo tecnológico, profesional, trabajando en la promoción de la creatividad, llevando a cabo ideas, proyectos en la producción de productos y servicios.</p>	<p>Según la revista dinero es la empresa con mayores ventas dentro del sector farmacéutico, acerca de unos \$221.000 millones anuales.</p> <p>Talento humano idóneo, capacitado en cada área</p> <p>Establece una cultura de servicio al interior de la organización, representada por el desarrollo humano y el trabajo en equipo.</p> <p>Desarrollo e innovación en su portafolio de productos y servicios.</p> <p>Crear una estrategia de promoción de venta a partir de la identificación del sector farmacéutico, ubicación de puntos para la comercialización de los productos y servicios ofertados, mediante productos creativos e innovadores desarrollados con previa observación y análisis del comportamiento del mercado del sector en cada región.</p> <p>Las acciones promocionales se llevan a cabo a través de diferentes técnicas que se utilizan para la promoción de las ventas.</p> <p>Emplear herramientas, como el outsourcing para la obtención de generación de conocimiento en los recursos humanos, personas dedicadas a prestar este tipo de transferencia de conocimiento como un valor agregado, para que la empresa dedique toda su capacidad productiva en la rentabilidad, crecimiento empresarial) al logro de sus objetivos.</p>	<p>Falencias en la evaluación de su presupuesto y ejecución del mismo de acuerdo con la realidad del negocio y las variables del mercado.</p> <p>La capacidad instalada puede ser menor a lo demandado en los puntos que se encuentran a nivel nacional.</p> <p>Falta de promoción y publicidad.</p> <p>Establecer un plan de acción, para llevar el control de cada uno de los procedimientos para lograr una mayor asertividad y cumplimiento por parte de cada área de la empresa y su personal.</p> <p>Grupos de manejo y control</p> <p>A los resultados de la medición se le debe establecer un plan de mejoramiento particular y al plan del día actual se le proyecta una meta a alcanzar, según sea la fecha estipulada.</p>

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>Competencia desleal Elevados impuestos, por parte del sector farmacéutico. Tendencia a la sustitución de fármacos.</p>	<p>La empresa es reconocida por su excelente prestación de servicios y comercialización de productos a nivel nacional, lo cual genera confianza a sus potenciales cliente. Contando con un capital humano orientado a la humanización de cada integrante de la organización en donde el valor del ser prevalece, el hacer, se reflejan los resultados obtenidos en su proceso de calidad en cada uno de sus procesos tantos internos como externos.</p>	<p>Establecimiento de indicadores al control del presupuesto para llevar a cabo cada operación de la empresa, según un estudio del análisis financiero realizado previamente en un determinado tiempo. Determinación de los materiales y equipos empleados. Extensión del mercado en un conjunto de acciones utilizadas en distintos momentos del ciclo de vida del producto, para sostener sus ventas y ganancias, en lugar de que sufra el declive normal.</p>

1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

1.4.1 Misión de los Auditores

El departamento de Auditoria tiene como misión velar para que todos los puntos de venta y demás departamentos del UNIDROGAS S.A cumplan con los objetivos y metas propuestas institucionalmente.

1.4.2 Descripción de las labores

Este departamento está conformado actualmente por dos grupos estamos asignados equitativamente para que los dos trabajemos al mismo ritmo, dentro de los integrantes se encuentran, dos líderes altamente capacitados que son ellos quienes responden por todo el grupo y son los encargados de realizan los respectivos informes, también se encuentran 2 compañeros más con contrato fijo los dos egresados de la universidad de Pamplona ellos son un apoyo fundamental a los líderes de grupo, además estamos cinco practicantes todos de la universidad de pamplona que somos los auxiliares del área. En este departamento nos encargamos de llevar un control de inventarios en todos los puntos de venta con lo que cuenta UNIDROGAS S.A en su sede de Bucaramanga, además también se hace realización de Kardex, estos métodos se realizan con el fin de llevar un estricto control de la mercancía para que no sobre ni falte un solo producto dentro del inventario. Adicionalmente se realiza inventarios en bodega con el mismo fin el de controlar los movimientos de la mercancía, se revisan pedidos, así como también se revisa la mercancía de proveedores. En los puntos de venta se revisa que las droguerías estén al día con

todos los papeles legales también se revisa que no haya inconsistencias como: polvo en vitrinas, vidrios rotos, que la alarma esté funcionando, que el baño este limpio, que el extintor no este vencido, etc. Luego se elabora un informe de acuerdo a esa información y se hace el respectivo reporte al jefe inmediato de Auditoria.

1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRACTICA

✓ Digitación en el proceso de inventario:

Durante el proceso del inventario debo digitalizar las cantidades físicas encontradas de un producto específico al sistema para luego hacer comparación con las registradas en el sistema.

✓ Verificación en el recuento:

Es recontar y verificar las cantidades de los productos en físico que arrojaron diferencia al ser comparados con la figura en el sistema.

✓ Revisión de las fechas de vencimiento o caducación de los productos, estado físico y cantidades de los mismos:

Previamente, durante y finalizando el inventario se verifica las fechas de vencimiento del producto conjunto a su estado, verificando que sus unidades respectivas estén completas para así agilizar el conteo del inventario. Los productos que están en mal estado o vencidos se le reporta al líder inmediato. Los productos que

no estén completo respecto a sus unidades se le anota el valor encontrado en una parte de la caja.

✓ **Recolección de los teléfonos celulares de todo el personal en el inventario:**

Previamente al iniciar el conteo son recogidos los teléfonos personales de todos los partícipes del inventario por políticas de Unidrogas.

✓ **Modificación de cantidades mal digitadas o que arrojaron diferencia:**

Durante el inventario es habilitado un computador el cual la persona debe verificar y modificar la cantidad real del producto en físico.

✓ **Verificación de sobrantes en el inventario:**

tomar los productos que en físico tienen una cifra mayor a la que está registrada en el sistema y delante un trabajador del punto de venta verificar que dicha mercancía efectivamente está sobrando de su respectivo inventario.

✓ **Reporte de anomalías en el proceso de Auditoría:**

Todas las inconsistencias con respecto a infraestructura y productos deben ser reportadas al líder inmediato.

✓ **Organización post-inventario de los productos en el punto de venta:**

Al finalizar el inventario se organizan de igual o mejor forma los productos que quedaron mal ubicados en la droguería.

✓ **Recoger el material de trabajo:**

Al finalizar el inventario se recoge el kit de inventario y se hace repartición de este a su respectivo encargado.

✓ **Realización de inventario por el Método de KARDEX:**

Es la impresión de un listado físico por laboratorio farmacéutico con las cantidades registradas del sistema para luego hacer comparación con las existentes en físico. Las diferencias son resaltadas y entregadas al líder inmediato.

✓ **Revisión de pedido de sucursales y/o clientes en despacho de mercancía:**

En esta sección son revisados y verificados los productos de un pedido específico haciendo comparación con la factura de compra. Los productos se les verifica fecha de vencimiento, estado, y cantidades.

✓ **Acompañamiento y verificación de la sección de Recibo de Mercancía:**

Es la observación y verificación que el trabajo de la sección de recibo de mercancía se esté ejecutando correctamente según las políticas de Unidrogas.

“Cabe resaltar que al momento de llegar a Unidrogas no existían unas funciones asignadas como tal, pero con el transcurso de los días, con los compañeros de trabajo del departamento de auditoria y en cabeza de nuestro líder de equipo se logró definir unas funciones que son las nombradas anteriormente.”

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 Título

“FORMATO PARA CONTROLAR LA ENTRADA Y SALIDA DE MERCANCIA EN EL DEPARTAMENTO DE BODEGA”

1.6.2 Objetivos de la propuesta

1.6.2.1 Objetivo General

- Diseño e implementación de un formato para el control de mercancías en el departamento de bodega, donde se plasme la recepción de la misma y las salidas hacia los puntos de venta.

1.6.2.2 Objetivos Específicos

- Recolectar información necesaria donde se demuestre la necesidad de implementar el formato para el control de mercancías en el departamento de bodega.
- Calcular mediante un experimento piloto la viabilidad del formato en el departamento de bodega.
- Analizar los resultados de dicha prueba y posteriormente pasar a la respectiva aplicación del formato

1.6.3 Justificación

Cuando un practicante llega a determinada organización, llega con el fin de aportar algo positivo que sirva para el mejoramiento de la misma, se llega con muchas ganas de querer demostrar que en realidad puedes ejercer las funciones asignadas sin importar el costo, en fin para eso te has venido preparando a lo largo de muchos años de educación, también llegas con ganas de probarse así mismo de lo que eres capaz, lo que puedes soportar y sobre todo demostrarte a ti mismo que en realidad estas preparado para enfrentarte a la vida laboral y ejercer tu profesión de la mejor manera.

Durante mi pasantía en Unidrogas S.A he aprendido muchísimas cosas en poco tiempo, ahí es donde entiendes que la mejor universidad es la universidad de la vida, con estas experiencias vividas me basto para darme cuenta en una falencia en especial y en la cual decidí enfocarme para realizar mi propuesta de mejoramiento, la cual consiste en la elaboración de un formato que permite tener un excelente control al momento de recibir mercancía en el departamento de bodega y también al momento de ser despachada hacia los puntos de venta.

Esta idea nació gracias una buena observación y aun sin fin de reclamaciones que se podía apreciar en los puntos de ventas por los vendedores, las quejas en varios puntos de venta coincidían en que mucha mercancía llegaba en malas condiciones (abolladuras, cajas rotas, frascos filtrados, productos vencidos o próximos a vencer, etc.). decidí analizar un poco más a fondo esta situación y es ahí donde nació mi idea. La cual tendrá su desenlace en el desarrollo de la propuesta.

1.6.4 Cronograma

Tabla N° 1 Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	F ebrero	Marz o	Abril	Mayo	Junio	Julio	A gosto
Inicio practicas							
Conocimiento de la empresa							
Identificación de la falencia							
Diseño de la propuesta							
Entrega del primer informe							
Puesta en marcha de la propuesta							
Entrega de segundo informe							
Análisis de los resultados							
Entrega informe final							
Sustentación							

2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1 TITULO

“FORMATO PARA CONTROLAR LA ENTRADA Y SALIDA DE MERCANCIA EN EL DEPARTAMENTO DE BODEGA”.

2.1.1 Importancia del control y manejo de mercancías

Para comprender bien cómo se mide el control de las mercancías, es necesario tomar en cuenta 3 indicadores importantes:

2.1.1.1 Stock máximo

Es la cantidad máxima de un determinado artículo que deseas mantener en tu almacén según el costo que representa para tu empresa y el tiempo que toma en venderlo a tus clientes. Ciertas compañías consideran conveniente contar con un inventario grande en casos específicos como:

- a) El producto es de muy alta rotación o se tiene identificada una temporalidad definida.
- b) El costo de almacenamiento es bajo y el de transportarlo alto.
- c) El tiempo de surtido por parte del proveedor es largo.
- d) Se especula sobre incrementos en el precio de los productos y/o materiales

2.1.1.2 Stock mínimo (de seguridad)

Es la cantidad mínima de determinado artículo que deseas mantener en tu almacén, la cual, en caso de ser menor que el mínimo requerido, puede generar un problema de abastecimiento importante y pérdidas para la empresa. ¿Cuándo a una empresa le interesa mantener su nivel de inventarios bajo?

- a) Cuando el tiempo de entrega por parte de tu proveedor es inmediato.
- b) Cuando los costos de realizar un pedido son bajos, sin importar frecuencia o cantidad.
- c) Al identificar el artículo como de bajo movimiento y en ocasiones con alto costo.
- d) Cuando se tienen acuerdos de mucha confianza con los proveedores.
- e) Se especula que habrá decremento en los precios del bien.

2.1.1.3 Punto de re-orden

Es el nivel de existencias donde se debe de realizar el pedido para resurtir el almacén contemplando los tiempos de los proveedores y no tener problemas de abastecimiento.

2.1.2 Factores que conllevaron a la realización de la propuesta

Como es de imaginar, lo que busco con el formato es que se logre una mayor precisión y un mejor control de la mercancía en general. Comenzare explicando cómo nació esta idea. Cuando recién llegue como practicante a Unidrogas S A una de las principales preocupaciones era el

pensar que podría proponer, debía ser algo que fuese sencillo pero efectivo, además tendría que ser algo que nadie hubiese propuesto antes, ni mucho menos algo que mis compañeros practicantes pudiesen proponer también, dado que éramos muchos y todos debíamos proponer algo diferente. La idea nació a partir de una falencia que observe por casualidad en una determinada ocasión nos encontrábamos en el departamento de bodega revisando la mercancía que llegaba, revisando que llegara en buen estado que no llegase vencida ni tampoco que viniera próxima a vencer, la orden era que si se encontraba alguna inconsistencia debíamos realizar un respectivo reporte, y así fue se encontraron inconsistencias pero no había un formato que pudiese agilizar este proceso fue entonces donde nació esta idea. Anteriormente cuando se encontraban anomalías se hacía un reporte improvisado (ver imagen en anexos) que sinceramente no era muy estético.

Adicionalmente también me base en comentarios que se hacían en los puntos de venta, allí se escuchaba decir por parte de los vendedores que de bodega le llegaban productos en mal estado, con fechas cortas (próximos a vencer) e incluso que había ocasiones en que los productos llegaban vencidos. Fue ahí donde me pareció buena esta idea de desarrollar este formato.

2.1.6 Desarrollo de la propuesta

Una vez que tenía claro y definido el modelo del formato y de haber realizado la prueba piloto, tuve que enviar un correo con el formato a nuestro líder para que él tuviese una evidencia y constancia de que si se había realizado, una vez esto se llevó a la práctica obviamente bajo permiso y autorización de nuestro líder quien también nos pidió que le hiciéramos una breve exposición comentado a cerca de la propuesta, recibí comentarios positivos porque fui uno de los pocos que implemento y que dejo constancia del trabajo realizado, e incluso los mismos compañeros practicantes llegaron a utilizar el formato.

En conclusión, puedo afirmar que la aplicabilidad de este formato me dejo bastante satisfecho porque se cumplió con los objetivos propuestos y a pesar que a simple vista parece algo no tan novedoso, fue algo que en verdad se necesitaba y que quedo aplicado y hasta el día de hoy aún se sigue utilizando el formato, lo cual me da mucho gusto porque siento que en verdad cumplió con lo que se buscaba.

2.2 Conclusiones

➤ Se concluye que mi aporte como practicante durante mi proceso fue valido ya que posteriormente se ha venido reflejando un cambio positivo en los puntos de venta en cuanto al proceso de la verificación de mercancías, aún queda por mejorar, pero es un proceso que conlleva un poco más de tiempo del esperado, pero con una buena manipulación del formato en un futuro se lograra ver un mejor resultado.

➤ Se puede concluir también que las metas y propósitos planteados se cumplieron a cabalidad dejando en un buen peldaño el departamento de auditoria dentro de la organización y también el nombre de los practicantes de la universidad de pamplona.

➤ Y como conclusión final no cabe duda que el aprendizaje que me quedo a modo personal fue muchísimo, crecí en muchos aspectos, aprendí lo que estar trabajando bajo presión, madure como persona, mejore mis relaciones interpersonales y aprendí a poner en práctica el trabajo en equipo.

2.3 Recomendaciones

- A manera de sugerencia se recomienda a la organización estar más al pendiente de sus departamentos, escuchando sus sugerencias de mejoramiento ya que en varias ocasiones no se toman los correctivos adecuados.

- Se recomienda también ser un poco más flexible con los horarios de trabajo, cuando el departamento de auditoría está por fuera de Bucaramanga, ya que muchas veces se excede mucho la jornada laboral y no hay una remuneración de ese tiempo.

- También se recomienda que el talento humano de la organización pueda obtener una mayor retribución salarial, ya que hay muchas personas que cuentan con muchas cualidades y que aportan a la organización para que esta sea más competitiva pero su pago de nómina no es como ellos quisieran.

- Y en cuanto a la universidad se recomienda que siga brindando esta oportunidad a sus practicantes ya que en verdad es una oportunidad única, que te permite demostrar un gran potencial del que estás hecho, sacando esas cualidades y destrezas.

2.4 Alcances de la practica

De verdad que estoy muy agradecido por haber tenido esta oportunidad, agradecido con mi universidad, por educarme y prepararme para esto, agradecido con Unidrogas por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de poner en práctica muchas cosas que aprendí en mi etapa de formación profesional, de verdad que logré cumplir con mis expectativas de mi mayor esfuerzo siempre tuve presente que era el puente para otros practicantes que vendrán después de mí, sabía que tenía que dar todo mi potencial para no cerrarme ninguna puerta y así quitarle la oportunidad a alguien más.

En cuanto al porque decidí realizar prácticas como parte de mi trabajo de grado, la respuesta es: porque quería probarme a mí mismo de que soy capaz sentía que era la mejor opción para poner en práctica todo el conocimiento adquirido hasta su momento, sabía que no sería fácil el cambiar de ambiente irte a un lugar que es completamente nuevo para ti, donde no conoces nada pero aun así tener la certeza de que en realidad eso es lo que quieres, tener esa sensación de miedo, esa sensación que te hace sentir vivo. El estar lejos de casa de tus seres queridos todo eso te ayuda para querer salir adelante. Por eso elegí “practicar” y no me arrepiento de nada.



2.6 Bibliografía

- **Manual de Presentación Personal Unidrogas S.A**
- **Ballou, R.H. (2004). Logística. Administración de la cadena de suministro. Quinta edición. Ed Pearson. pp 550-760**
- **Frazelle, E. y Sojo, E. (2007). Logística de Almacenamiento de Clase Mundial. Colombia: Grupo editorial Noma. 2007, pp 1-155.**
- **Luis Aníbal Mora G. (Sf). Indicadores de la gestión logística. Disponible en http://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf**
- **Julián Andrés Zapata Cortes. Fundamentos de la gestión de inventarios. Centro Editorial Esumer, 2014, pp 11-16**
- <https://blog.corponet.com.mx/beneficios-de-un-sistema-de-control-de-inventarios>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2MbvgkD49n4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=GMQhM2xsHSU>
- <https://www.noray.com/blog/la-importancia-de-realizar-inventarios-en-nuestra-empresa/>
- <http://gracielaresendiz04.blogspot.com/2010/04/matriz-interna-externa-ie.html>