

**INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNIDROGAS S.A.S**

BERMÚDEZ CARRILLO KARLA MARCELA

CAMACHO OLMOS LINA ANGELICA

CASTRO RODRIGUEZ HENRY ALFREDO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2021-II

**INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNIDROGAS**

BERMÚDEZ CARRILLO KARLA MARCELA

CAMACHO OLMOS LINA ANGELICA

CASTRO RODRIGUEZ HENRY ALFREDO

INFORME PRESENTADO COMO REQUISITO FINAL PARA OPTAR AL TÍTULO
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

Supervisor de Practica
ALVARO PARADA CARVAJAL

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDROGAS
2021-II

DEDICATORIA

LINA ANGELICA CAMACHO OLMOS Este trabajo de grado está dedicado primeramente a Dios ya que fue el quien permitió tenerme con vida para ejecutarlo , a mi madre LIGIA VICTORIA OLMOS por haberme inculcado valores , principios y todo el amor que una madre excepcional daría ,sin ella no hubiese sido lo que soy ahora , gracias madre por darme ese gran ejemplo y que con sacrificio y esfuerzo podemos lograr grandes cosas , a mi padrino de universidad el sacerdote GILDARDO ALVAREZ ABONCE que jamás de dejo sola en este proceso y que con su gran ayuda nunca deje de estudiar y luchar por mis sueños , y sé que si nombro a todas las personas que hicieron parte de este gran sueño no acabo hoy por eso quiero ,desde lo más profundo de mi corazón agradecer a todos y cada uno de las personas que hicieron parte de este gran proceso ya que sin su apoyo no estaría terminando estas palabras tan llenas de alegría , a mi amiga , hermana MILENY MAHECHA COLMENARES que aun que ya no está con nosotros en este mundo nos acompaña desde el cielo , gracias infinitas por enseñarme que la amistad es una bendición de Dios que tenemos que valorar por que hoy estamos pero mañana no se sabe , siempre agradeceré a Dios por ti y todos y cada uno de las personas que me apoyaron , quiero agradecer a todos nuestros docentes de la universidad de Pamplona que estuvieron con nosotros en estos 5 años de carrera profesional , en donde impartieron todo su conocimiento de manera excepcional y que de ellos me llevo lo mejor , a mi director de grado ALVARO PARADA por su gran compromiso , su conocimiento y entrega con nosotros en este proceso importante de nuestras vidas , finalmente agradezco a mis compañeros con ellos aprendí muchas importantes que se forjan en un grupo de trabajo. .

MIL

GRACIAS

HENRY ALFREDO CASTRO RODRÍGUEZ este trabajo de grado va dedicado a mi señora Madre María Patricia Rodríguez Lizcano a doña María Maldonado y mis hermanos quien aportaron en este sueño que calificó como una meta de muchas más por cumplir, una inmensa alegría y satisfacción me da llegar a este punto y mirar atrás con nostalgia por qué no fue fácil, pero con dedicación y esfuerzo lo logramos. La vida nos dio esta oportunidad de hacer mis prácticas en Unidrogas y fue una experiencia llena de retos y que mis conocimientos los pudiera implementar en esta etapa practica dando mi mejor esfuerzo y decir que ser administrador de mis propios recursos y aprender a economizar, dejando la zona de confort y separado de mis seres queridos. Y poder decirles a ellos si se puede, lo logre soy un profesional en la familia.

Karla Marcela Bermúdez Agradecimiento a mis Padres Alain y Nidia por su esfuerzo diario en infundir la educación universitaria como un sentido de pertenecía y desarrollo de supervivencia de la vida misma; A mí hermana por ser un ejemplo a seguir de nobleza y apoyo. A mí ser de luz Campana, eternamente agradecida por tú compañía.

A ustedes con mucho cariño que son el pilar de mí vida.

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
1. INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL.....	11
1.1 Reseña histórica de la empresa Unidrogas S.A.....	11
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	13
1.2.1 Misión.....	13
1.2.2 Visión.....	13
1.2.3 Objetivos.....	14
1.2.4 Valores principales.....	15
1.2.5 Políticas.....	16
1.2.6. Referencia puntos de ventas UNIDROGAS S.A.S. - depósito Bucaramanga.....	16
1.3 DIAGNOSTICO.....	19
1.3.1 ORGANIGRAMA – UNIDROGAS S.A.S.....	23
1.3.2 Especificación de cada área.....	25
1.3.2.1 Recurso Humano UNIDROGAS S.A.....	25
1.3.2.2 Departamento de Auditoría.....	25
1.3.2.3 Departamento de Contabilidad.....	25
1.3.2.4 Departamento de Sistemas.....	26
1.3.2.5 Área de operativa- Bodega.....	26
1.3.2.6 Departamento de Ventas.....	26
1.3.2.7 Departamento de Calidad.....	27
1.3.2.8 Ventas institucionales.....	27
1.3.2.9 Departamento de compras.....	28
1.3.2.10 Área de mercadeo Unidrogas S.A.S.....	28
1.4 MATRIZ DOFA.....	29
1.5 Funciones como pasante.....	33
1.6 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	35
1.6.1. TITULO DE LA PROPUESTA.....	35
1.6.2 OBJETIVO GENERAL.....	35
1.6.3 OBJETIVO ESPECIFICOS.....	35
1.6.4 JUSTIFICACIÓN.....	36
1.6.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	38

2.1. ANALIZAR Y DETERMINAR EL SISTEMA DE VENTAS Y FACTURACIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA.....	40
2.1.1. PROCESO DE COMPRAS A TERCEROS	42
2.1.2. CREAR LA COMPRA.....	45
2.2. Control de activos fijos en los puntos de venta	51
2.2.1 Procedimiento actual del control de activos fijos.....	51
2.2.2 Falencias de los administradores.....	56
2.2.3 Propuesta de mejoramiento	57
Manejo de los activos fijos en los puntos de venta	58
2.2.4 sistema RFID	59
2.2.5 Características y beneficios del uso de identificación por RFID.....	63
2.2.5.1 Características:	63
2.2.5.2 Beneficios	63
2.2.5.3 Gestión de Activos	64
2.2.6 Sistemas de Control Automático de Activos Fijos:.....	64
2.2.7 Implementación en los puntos de venta.	65
2.2.7.1 Presupuesto.....	66
2.3 Establecer los procedimientos de evaluación de los administradores en los Puntos de Venta.	67
2.3.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN SEGUN AUTORES.....	67
2.3.2 LA FUNCIÓN DE UN ADMINISTRADOR EN LOS PUNTOS DE VENTA	69
2.3.3 PROCEDIMIENTO EVALUADOR.....	71
2.3.4 Procedimientos que se evalúa UNIDROGAS S.A.S	79
2.3.5 GENERAR UN FORMATO DE SEGUIMIENTO O AUTOEVALUACIÓN	81
3.CONCLUSIONES	86
4.RECOMENDACIONES.....	88
5. ALCANCE DE LAS PRACTICAS.....	89
6. BIBLIOGRAFÍAS.....	90
7.ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Regionales Unidrogas S.A.S.....	16
Tabla 2. Departamentos de la Regional Bucaramanga	17
Tabla 3. Puntos de venta departamento Santander.	17
Tabla 4. Puntos de venta departamento Norte de Santander.....	18
Tabla 5. Puntos de venta departamento Cesar	18
Tabla 6. Puntos de venta departamento Boyacá.	18
Tabla 7. Puntos de venta departamento de Caldas.....	18
Tabla 8. Puntos de venta departamento de Tolima.	18
Tabla 9. Matriz DOFA	31
Tabla 10. Cruce de la matriz DOFA.....	32
Tabla 11. cronograma de actividades.....	39
Tabla 12. Presupuesto de implementar la tecnología RFID.....	66
Tabla 13. Procedimientos del evaluador.....	72
Tabla14. La aprobación de las política	74

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama.....	23
Figura 2. Organigrama propuesto.....	24
Figura 2. Evidencia sistema MAIA POST.	43
Figura 3. Evidencia sistema MAIA POST	43
Figura 4. Evidencia sistema MAIA POST	44
Figura 5. Evidencia sistema MAIA POST	44
figura 6. Evidencia sistema MAIA POST.....	46
Figura 7. Evidencia sistema MAIA POST	46
Figura 8. Evidencia sistema MAIA POST	47
Figura 9. Evidencia sistema MAIA POST	47
Figura10 . Evidencia sistema MAIA POST	48
figura 11. Evidencia sistema MAIA POST.....	48
Figura12. Sctiker activo fijo Unidrogas.....	53
Figura 13. Foto de activos fijos nuevos para creación en el sistema	54
Figura 14 Foto para creación de activo fijo existente e instalado en el punto de venta.....	55

Figura 15. Dispensador de agua sin uso y dañado.....	56
Figura 16. Termohigrómetro sin uso.....	57
Figura 16. Sistema RFID básico	60
Figura 17. Tipos de etiquetas o tags.....	62
Figura 18. Competencias de evaluación.....	82

ABSTRACT

Pharmaceutical companies are important agents for the achievement of public health objectives and, therefore, for the economies of the countries. The Sustainable Development Goals (SDGs) contemplate the achievement of universal coverage of access to medicines to guarantee a healthy life and promote well-being at all ages.

Unidrogas SAS is an organization that is responsible for the production and marketing of medicines through its point of sale lines with more than 622 drugstores nationwide and its call center systems, which makes it a large company in the country, contributing to the economy and job creation since the organization has more than 2,600 employees who are qualified personnel in the different areas of the company, capable and committed people, distributed in five warehouses located in the cities of Bucaramanga, Barranquilla, Santa Marta, Bogotá and Medellín, ensuring that clients and suppliers obtain the best benefits.

The audit of pharmacies is extremely important because of the value it gives to the organization, which is an approach that legal authorities do not sanction or close establishments for errors that salespeople may make, and contribute to the financial management of the pharmacy, and of the care of the work elements that the organization equips the drugstores with brands are from Unidrogas SAS

INTRODUCCIÓN

Las empresas farmacéuticas son agentes importantes para el alcance de objetivos de salud pública y, por ende, para la economía de los países. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) contemplan la consecución de una cobertura universal de acceso a medicamentos para garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades.

Unidrogas S.A.S. es una organización que se encarga de la producción y comercialización de medicamentos a través de sus líneas de punto de venta con más de 622 droguerías a nivel nacional y sus sistemas de call center lo cual lo hace una empresa grande del país aportando a la economía y a la generación de empleo ya que la organización cuenta con más de 2600 empleados los cuales son personal calificado en las diferentes áreas de la compañía, gente capaz y comprometida, distribuidos en cinco depósitos ubicados en la ciudades de Bucaramanga, barranquilla, Santa Marta, Bogotá y Medellín logrando que clientes y proveedores obtengan los mejores beneficios.

La auditoría a las farmacias es sumamente importante por el valor que le da a la organización que es un enfoque a que autoridades legales no sancionen o cierren los establecimientos por los errores que pueden cometer los vendedores, y contribuye al manejo financiero de la farmacia, y del cuidado de los elementos de trabajo que la organización dota a las droguerías cuyas marcas son de Unidrogas S.A.S.

1. INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

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, kilómetro 3.981 vía rio frio anillo vial Bodega F5, Floridablanca, Santander y cuya razón social fue modificada según escritura pública 1072 de fecha 12 de junio de 1996 de la notaría novena del círculo 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 622 puntos de venta representados en cadenas de droguería propia y aliada; entre las propias se pueden mencionar los dispensarios Unidrogas y la cadena de droguería Alemana. Hoy cuenta con sedes administrativas en Barranquilla, Bogotá, Cúcuta, Medellín y Bucaramanga; con 39 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 auditoría 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 Misión

La empresa 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 Visión

En 2025 UNIDROGAS S.A.S 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 Objetivos

- 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.

1.2.4 Valores principales

- **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 continúa 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 propuesto.

1.2.5 Políticas

Es política de calidad de UNIDROGAS S.A. satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través del cumplimiento de sus requisitos, garantizando siempre un adecuado stock de medicamentos, lo cual redunda 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.

1.2.6. Referencia puntos de ventas UNIDROGAS S.A.S. - depósito Bucaramanga

Actualmente Unidrogas cuenta con 622 que se dividen en 5 regionales de la siguiente manera:

Regional	Departamentos	Puntos de Venta
Barranquilla	Atlántico, Córdoba, Magdalena, sucre	210
Bucaramanga	Santander, Norte de Santander, Caldas Tolima y Boyacá	172
Bogotá	Bogotá D.C. Casanare Cundinamarca, Huila Meta, Villavicencio	62
Medellín	Antioquia, Nariño, Quindío Risaralda y valle del cauca	121
Valledupar	Cesar y Guajira	59
Total		622

Tabla 1. Regionales Unidrogas S.A.S

Departamentos	Puntos de venta
Caldas	2
Cesar	4
Santander	78
Norte de Santander	48
Boyacá	4
Tolima	2

Tabla 2. Departamentos de la Regional Bucaramanga

Santander	Puntos de venta
BUCARAMANGA	32
FLORIDABLANCA	8
GIRON	4
LEBRIJA	2
BARBOSA	1
ZAPATOCA	1
SAN VICENTE	1
PIEDRECUESTA	7
SAN GIL	4
SOCORRO	5
BARRANCABERMEJA	15

Tabla 3. Puntos de venta departamento Santander.

Norte de Santander	Puntos de venta
CUCUTA	48
CHINACOTA	2
PAMPLONA	4
LOS PATIOS	2
EL ZULIA	1
OCAÑA	6

Tabla 4. Puntos de venta departamento Norte de Santander.

Cesar	Puntos de venta
Aguachica	2
San Alberto	2

Tabla 5. Puntos de venta departamento Cesar

Boyacá	Punto de venta
Puerto Boyacá	4

Tabla 6. Puntos de venta departamento Boyacá.

Caldas	Punto de venta
Dorada	2

Tabla 7. Puntos de venta departamento de Caldas

Tolima	Puntos de venta
Mariquita	2

Tabla 8. Puntos de venta departamento de Tolima.

1.3 DIAGNOSTICO

Se realizó un diagnóstico en las diferentes áreas de la empresa, que son Talento Humano, Mercadeo, Sistemas, Auditoria, Contabilidad y se evidenció falencias y problemas en la logística e inventarios de los productos farmacéuticos.

HALLAZGOS DEL ÁREA DE TALENTO HUMANO

POSITIVOS

- Se realizan todos los procesos bajo las normas vigentes.
- El proceso de selección es óptimo.
- Cuenta con sanciones, las cuales están establecidas en los estatutos
- Personal Calificado
- Convenios para prácticas empresariales.
- Cuenta con más de 2600 empleados en 5 ciudades importantes del país

NEGATIVOS

- Falta de organización en la información.
- Falta de comunicación.

ANALISIS

Actualmente la empresa cuenta con el capital humano suficiente gracias a sus procesos de selección eficientes con grandes profesionales dispuestos a cumplir los objetivos misionales de la empresa, se hace necesario una mejor comunicación y organización de la información.

HALLAZGOS DE MERCADEO

POSITIVOS

- Cuenta con el manejo adecuado de las TIC.
- Cuenta con las herramientas necesarias
- Procesos de posicionamiento la cual han llevado al reconocimiento de la empresa.
- Implantación de redes sociales y promociones constantes.
- Personal capacitado.

NEGATIVOS

- Falta de ideas para diferenciarse de la competencia.
- Poco desarrollo de proyectos.

ANALISIS

Podemos decir que la empresa Unidrogas en la actualidad está creciendo rápidamente y se ha ganado el reconocimiento regional, gracias a su área de mercadeo la cual tiene profesionales con gran sentido de pertenencia, pero hace necesario idear nuevas estrategias que permitan diferenciarse de la competencia y así poder una ventaja en el sector farmacéutico.

HALLAZGOS DEL ÁREA DE SISTEMAS

POSITIVOS

- Procesos altamente sistematizados.
- Herramientas informáticas actualizadas y funcionando correctamente.
- Personal Calificado
- Software adecuados que facilitan los procesos.

NEGATIVOS

- Falta de capacitación a personal en nuevas tecnologías.

ANALISIS

En cuanto al área de sistemas se encuentra en optimo estado cuenta con el capital humano adecuado y las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos que me lleven a cumplir la meta de la empresa.

HALLAZGOS DEL ÁREA DE AUDITORIA

POSITIVOS

- Control interno en todos los procesos.
- Excelente clima laboral
- Personal Calificado
- Documentación adecuado y archivo al día.

NEGATIVOS

- Lentitud en los procesos.
- Plan de control y gastos.
- Manual y guía de procesos.

ANALISIS

El área de auditoria actualmente cuenta con las diferentes condiciones de documentación y archivo al día y también con personal calificado para llevar a cabo las funciones para las diferentes áreas, sin embargo, se hace necesario un manual y guía de procesos y agilización de los procesos.

1.3.1 ORGANIGRAMA – UNIDROGAS S.A.S

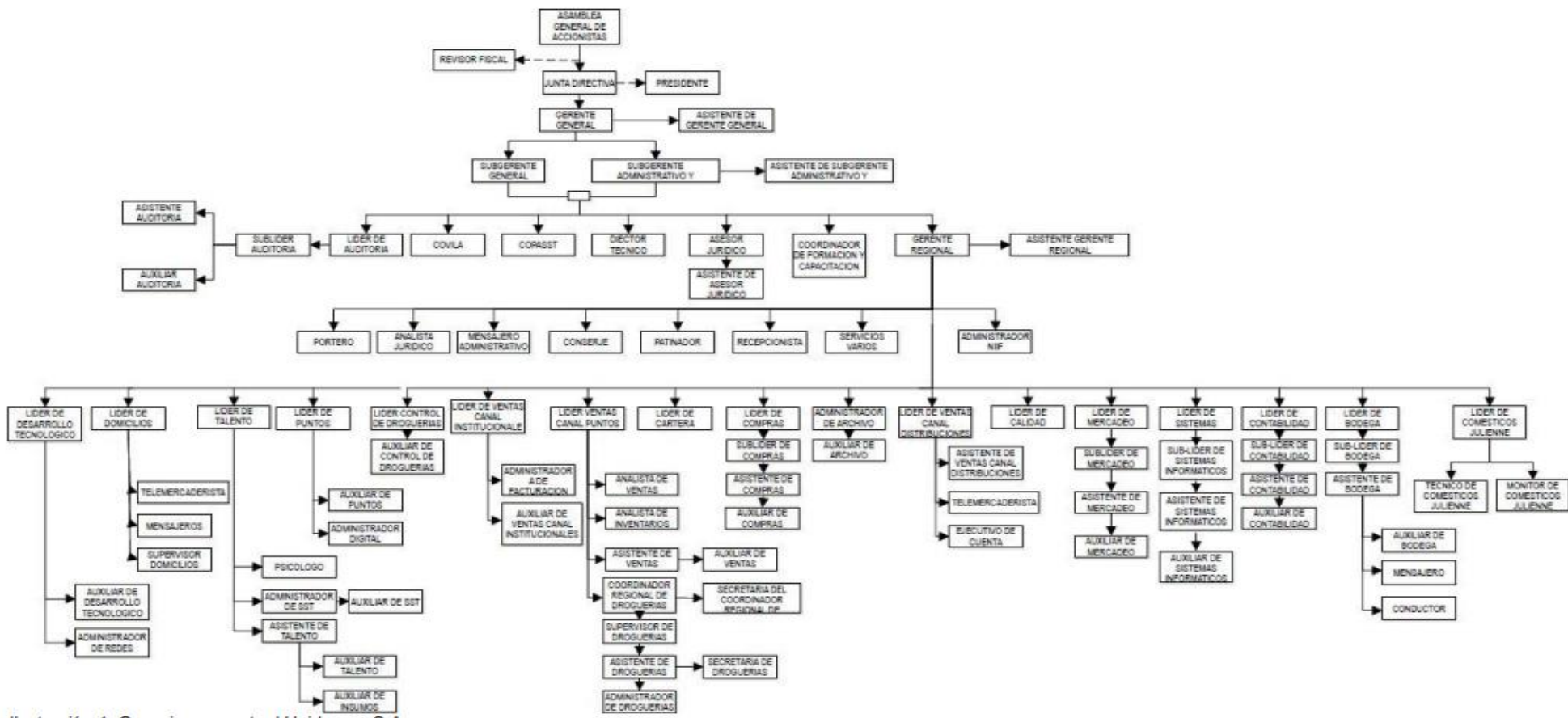


Figura 1. Organigrama

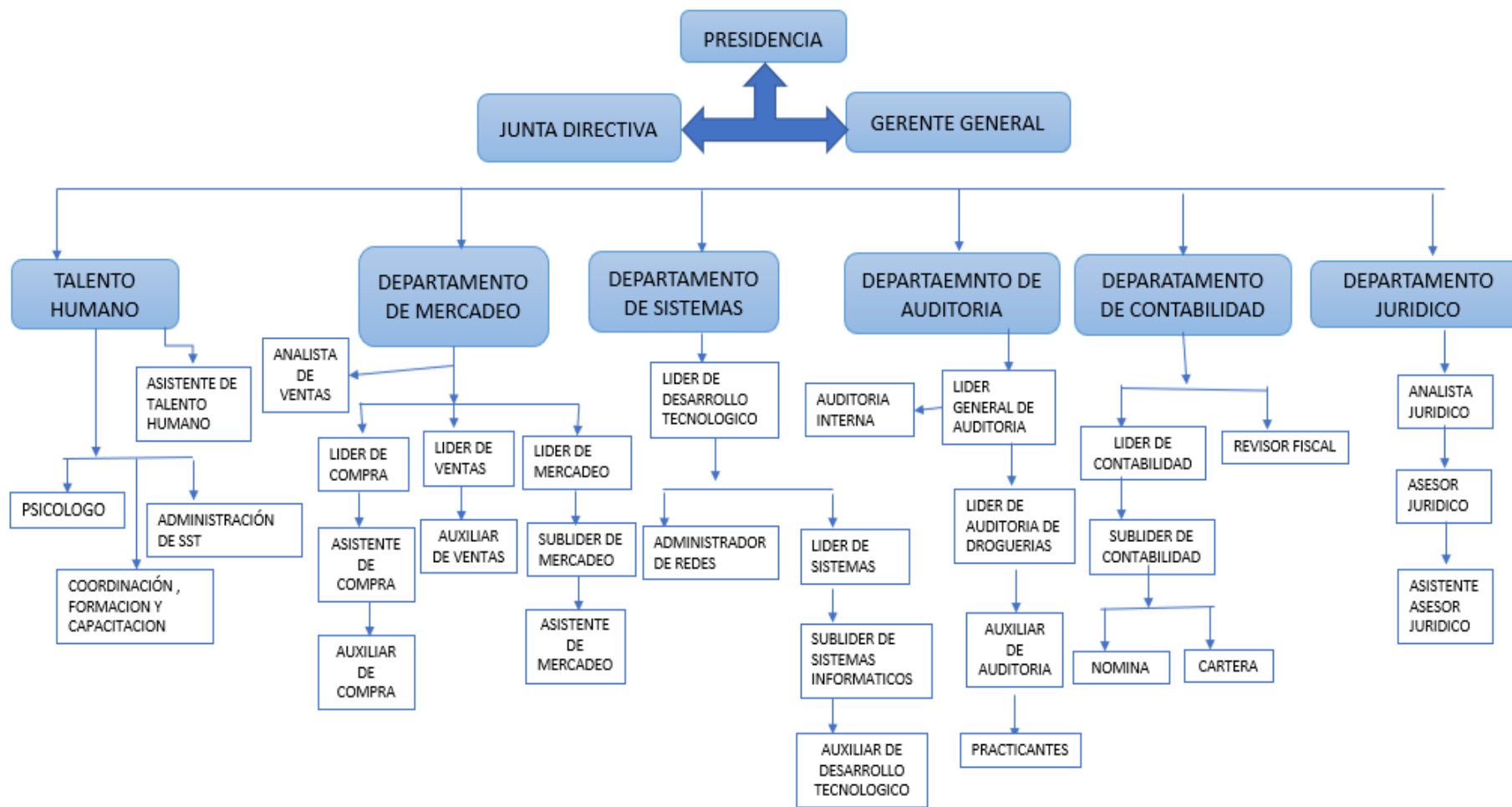


Figura 2. Organigrama propuesto.

1.3.2 Especificación de cada área

1.3.2.1 Recurso Humano UNIDROGAS S.A.

Tiene un equipo humano altamente preparado para la atención y asesoría de nuestros clientes y para el despacho oportuno de la mercancía, con responsabilidad y eficiencia. Más de 600 trabajadores encargados y siempre con un objetivo en común, prestar el mejor servicio.

1.3.2.2 Departamento de Auditoría

Este departamento está vinculado a procesos de supervisión y con objeto de tener garantías de que la actividad operacional de la empresa se realiza con criterios de eficacia, oportunidad y que se integran debidamente los procesos. De esta manera esta área es la encargada de la evaluación permanente de los diferentes procedimientos desarrollados en Unidrogas. Entre sus funciones tiene el control de pólizas de seguro de la empresa, revisión de los gastos financieros y administrativos, realización de conciliaciones bancarias, verificación de inventarios y sus respectivos ajustes, entre otras que por su naturaleza de funciones se presenten.

1.3.2.3 Departamento de Contabilidad

Registra oportunamente las operaciones contables de los movimientos de cada una de sus sucursales que inciden en los resultados para la toma de decisiones tanto gerenciales como administrativas, es un departamento eminentemente técnico, conformado por un líder de contabilidad (Contadora Pública), y varios auxiliares que de manera sistemática (Programa MAIA POS) controlan las operaciones y mantiene la información financiera dentro de las normas de contabilidad que rigen la profesión.

1.3.2.4 Departamento de Sistemas

Tiene por objetivo mantener los sistemas informáticos de la empresa y de los equipos computacionales y colaborar a la optimización de los procedimientos administrativos, con el apoyo del hardware y/o software que sea necesario. Apoya computacionalmente las actividades de todos los departamentos y otras unidades de Unidrogas, ocupándose del desarrollo de nuevos programas 14 como de la actualización de todo su equipo, además es responsables de mantener y administrar las redes, sistemas y equipos, y el cumplimiento de otras tareas, de acuerdo a la naturaleza de sus funciones.

1.3.2.5 Área de operativa- Bodega

No solo es el espacio disponible para el almacenamiento y manipulación de los fármacos, sino además funcionalmente programa la adquisición de mercancía, bajo la responsabilidad de mantener un stock suficiente de suministros, ordenar el adecuado mantenimiento y conservación de mercancía e insumos, de igual manera llevar actualizados el registro de ingresos y egresos de bodega y reportarlos a contabilidad, recibir la mercancía, controlar y documentar devoluciones, surtir oportunamente a las sucursales (locales y provincias), despachar debidamente los pedidos de acuerdo al proceso.

1.3.2.6 Departamento de Ventas

El departamento de ventas es el que se encarga de la distribución y venta de los productos y dar seguimiento día a día de las diferentes rutas de vendedores para garantizar la cobertura total y abastecimiento a los locales comerciales y clientes. En este departamento se prepara día a día el pedido de ventas a manufactura según su requerimiento y trabaja en conjunto con mercadeo para lanzamiento de productos, promociones y ofertas. El telemercaderista a través del uso innovador de equipos y sistemas de telecomunicaciones parte de la categoría de ventas personales que va

al cliente, de ahí sus funciones como investigación de mercado, atención al cliente, recepción de órdenes de compra, actualización de bases de datos, entre otras.

1.3.2.7 Departamento de Calidad

Como todo sistema de una empresa, la gestión de calidad, posee algunos que resultan complementarios con los requisitos correspondientes a los productos a los que se dedica a comercializar la empresa. La gestión comercial ofrece especificaciones sobre métodos para una correcta operación de la empresa. En la misma, cualquier implementación se debe considerar las disposiciones 15 de una compañía únicamente como requisitos mínimos. Es este caso debemos decir que este tipo de sistema de gestión de calidad debe evaluarse y poseer la certificación o el registro otorgado por el correspondiente organismo, de ahí la importancia del aseguramiento de la calidad en mantener el registro calificado de la ISO: 9001 /2008 realizada por el ICONTEC.

1.3.2.8 Ventas institucionales.

Mantiene las relaciones directas desde sus puntos de venta con convenios realizados tanto con distintas IPS como EPS para la entrega de medicamentos a los usuarios de las diferentes entidades de salud; así como de la respectiva facturación y verificación de todos los requisitos establecidos para su entrega válida y la rendición de informes los cuales permiten controlar la buena gestión de todos los convenios de la empresa con las demás entidades.

1.3.2.9 Departamento de compras.

Es el encargado de realizar las adquisiciones necesarias, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado para su comercialización, tener los materiales disponibles en el tiempo que son requeridos y asegurar la cantidad de materiales indispensables. Se procura por mantener buenas relaciones con los proveedores los cuales se justifican en descuentos comerciales que le permiten mayor distribución en el mercado al precio más bajo posible, compatible con la calidad y el servicio requerido. Además, mantiene una relación directa con el departamento de compras para que sus devoluciones sean en su menor margen posible.

1.3.2.10 Área de mercadeo Unidrogas S.A.S

Es una empresa comercializadora de aproximadamente 20.000 productos entre medicamentos éticos (medicamentos de marca), genéricos, hospitalarios, de alto costo, de venta libre, cosméticos y artículos de aseo personal, material médico quirúrgico y líquidos, los cuales adquiere mediante los diferentes laboratorios o entidades distribuidoras de los mismos y los vende al por mayor a sus clientes mayoristas, institucionales y minoristas. 16 las droguerías que hacen parte de esta organización son: alemana, La Botica, inglesa, Caracas, San Juan, Coofarma, Andina, Hospitalaria, Atenas, La 25, Monserrate, Boyfamiliar y La Sexta. Sus clientes pueden obtener sus productos acercándose directamente a los puntos de venta o por medio de domicilios y lo pueden pagar en efectivo o con tarjeta. Está conformada por un grupo de coordinadores y supervisores en las diferentes zonas del país los cuales se encargan de velar por la buena gestión de cada una de las droguerías que la conforman, los coordinadores están ubicados en distintas ciudades del país que son: Bucaramanga, Medellín, Bogotá, Santa Marta y Barranquilla, cada una de estas tienen sus respectivos supervisores, cada supervisor tiene asignada una zona la cual tiene cierto número de droguerías a 14 cargo. Además, en cada droguería hay un administrador y un número de vendedores según sus activos y según el horario que esta maneja. Uno de los factores positivos con los que cuenta la empresa

UNIDROGAS S.A.S es que ya manejan su propia marca (GIMED) la cuál desde su creación no se le ha dado la debida importancia ya que esto es evidenciado en los diferentes puntos de venta. Una de las estrategias más utilizadas por el área de mercadeo para dar a conocer la marca es por medio de capacitaciones a administradores de los puntos de venta en la cual siempre se les recomienda ofrecer los productos de la marca GIMED. Por otro lado, se observan falencias al momento de dar a conocer la marca y es por ello que no está posicionada en el mercado, por falta de estrategias de merchandising, y un plan de marketing digital que les permita así estar por encima de su competencia (la Francol, Genfar, Novartis, Coapharma, humax, sophia, Jgb, Merck, Ecar, Nestlé, Johnson y Johnson, De león)

1.4 MATRIZ DOFA

	Fortalezas	Debilidades
DOFA	<p>F1- Control en las ventas y transacciones</p> <p>F2-Inventario semestral</p> <p>F3-Posionamiento de la empresa.</p> <p>F4-Aceptable clima laboral</p> <p>F5-Personal capacitado y experiencia.</p> <p>F6-Mayoría de Procesos Documentados.</p> <p>F7-Implementación del sistema de Gestión de la Calidad.</p> <p>F8-Habilitación de los servicios ofertados.</p> <p>F9-Suministros y equipos suficientes.</p> <p>F10-Trabajo equipo.</p>	<p>D1-Falta de planeación y estructura de las zonas a realizar auditoria.</p> <p>D2-Algunos Procesos administrativos y de apoyo con falencias.</p> <p>D3-Presupuesto de ventas y gastos.</p> <p>D4-Recursos físicos de inventario en mal estado.</p> <p>D5-Demora en el cargue del sistema de las compras en los puntos de venta.</p> <p>D6-Deficiencia de procesos de Inducción, reinducción y evaluación de todo el personal.</p> <p>D7-evaluacion de manera íntegra a los administradores de los puntos de venta. administración de los administradores.</p> <p>D8-Falta de cobertura servicios domicilios.</p> <p>D9- Proceso de Control de activos fijos deficiente.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1-Reformas tributarias.</p> <p>A2-Clientes altamente exigentes.</p> <p>A3-Presión Política Local.</p> <p>A4-Inseguridad en las zonas.</p> <p>A5-Gatos de explotación.</p> <p>A6-Alta competencia.</p> <p>A7-Contratación de personal de manera externa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovecha el compromiso del personal, brindado la mejor experiencia al cliente, dando mejora continua. • Incluir políticas en procesos internos que permitan realizar control a gastos de explotación a 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar con la junta Directiva apoyo para ajustar talento humano asistencial y poder prepararse para futuras reglamentación • Coordinar información de contra referencia para instaurar procedimiento que

<p>A8-Regulación de precios. A9- Factores culturales de cada región.</p>	<p>negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar los servicios de auditoría para afrontar problemas de glosa y garantizar mayores recursos. • Prepararse con buenos estudios técnicos para el momento de que se legalmente las modalidades de contratar el personal asistencial y de apoyo. • Ofertar servicios eficientes y prepararnos para la competitividad local futura. 	<p>permita eficiente seguimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer en el presupuesto de venta, las metas y condiciones para potenciar el servicio de domicilio. • Liderar procesos de cambio internos que permitan ofertar servicios eficientes y de calidad. • Motivar al personal con programas de incentivo por ventas. • Evaluar propuestas de financiación con proveedores, con el fin de con el fin de tener mayor surtido de medicamentos
--	--	---

Tabla 9. Matriz DOFA

Cruce de la matriz DOFA

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1-Programa de facturación.</p> <p>O2-Bajo ajustes de precios.</p> <p>O3-Convenios de práctica con entidades educativas.</p> <p>O4-Empresas farmacéuticas en alza.</p> <p>O6-Reformas normativas a la Salud.</p> <p>O7-Políticas de desarrollo nueva gerencia.</p> <p>O8-Demanda de medicamentos OTC.</p> <p>O9-Conocimiento de la normativa y regulación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promover contratos estratégicos para incrementar los ingresos que hay sobre los costos • Mayor atención y calidad en el servicio para retención de los usuarios. • Incentivar la compra de medicamentos en insumos, para brindar mejor asesoría al cliente. • Ajustar procesos financieros. • Incluir en el plan estratégico de la empresa el desarrollo de aplicaciones de internet para tener mayor comunicación con el cliente. • Automatización a través de hardware y legalizar software de la entidad. • Legalizar convenios de especialidades y de diagnóstico. • Contar con convenios con instituciones educativas para apoyar la gestión en diferentes áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar protocolo de procesos y manual de funciones del establecimiento. • Realizar los estudios técnicos para ajustar el talento humano conforme a las normas y los procesos que defina la ley. • Conformar equipos de trabajo para ajustar los procesos administrativos y de apoyo que están presentando falencias. • Tramitar la legalización del terreno de la Institución. • Definir presupuestos de venta y gastos que permitan alcanzar los objetivos. • Realizar el diagnóstico del clima y adoptar medidas de mejora. • Garantizar el equilibrio económico y presupuestal.

Tabla 10. Cruce de la matriz DOFA

1.5 Funciones como pasante.

Las funciones principales de esta área de trabajo están:

- Revisión de los productos en los puntos de venta: revisar el estado y fecha de vencimiento de los productos, e informar al administrador los próximos a vencer.
- Revisión de inconsistencias en el segundo conteo: verificar las cantidades de los productos dictados para dar a conocer si sobran, faltan o se contaron mal.
- Apoyo de control en los puntos de venta: apoyar la vigilancia y control en los puntos de venta para estar atentos que no ingresen productos o saquen/escondan los sobrantes.
- Realizar kárdex en los puntos de ventas: realizar kárdex de los distintos laboratorios y resaltar los productos que no coincidan los datos del sistema con los físicos. En este kárdex se evidencian las cantidades del sistema desde su impresión.
- Revisar los pedidos de clientes y sucursales: verificar que los productos del pedido coincidan con la factura e informar si falta, sobra o está en mal estado un producto.
- Apoyar en la digitación de los productos dictados en el inventario: digitar en el sistema las cantidades de los productos dictados y estar pendientes que ésta coincida con lo que se observa o no se salten productos.
- CONTROL DE ACTIVOS FIJOS: buscar los sticker con código de barras de los activos fijos anotarlos en una hoja de papel y validarlo en un Excel con los datos de los activos del punto de venta.
- Recepción de pedidos de los proveedores de UNIDROGAS S.A.S revisar las

inconsistencias y novedades que hacen los laboratorios hacia la bodega.

- Revisar los pedidos de bodega: sacar los productos de las cajas que se van hacia las droguerías de Unidrogas S.A.S y clientes, verificando que el trabajo de los facturadores y empacadores este bien realizado y que los productos no vayan con mala presentación o estén rotos y ensuciando demás productos; haciendo reportes de esas fallas del personal de bodega comunicándolo a los superiores del personal de bodega.
- Realización de kárdex en el depósito de Bucaramanga: verificación de los productos físicos vs sistema, teniendo en cuenta la facturación que se realiza durante el proceso.
- Analizar en los puntos de venta la importancia que se le da a la marca de la empresa Unidrogas S.A.S (GIMED).
- Colaborar en la actualización de la información en el sistema MAIA POST que desarrollan los auxiliares de auditoría.

1.6 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1. TITULO DE LA PROPUESTA

MEJORAR LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA EN LA EMPRESA UNIDROGAS S.A.S.

1.6.2 OBJETIVO GENERAL

MEJORAR LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA EN LA EMPRESA UNIDROGAS S.A.S.

1.6.3 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Analizar y Determinar el sistema de ventas y facturación de los puntos de venta.
- Convenir la reestructuración del control de activos fijos en los Puntos de Venta.
- Establecer los procedimientos de evaluación de los administradores en los Puntos de Venta.

1.6.4 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se enfocará en exponer puntos claves que son a mejorar, rediseñar o crear nuevos procesos que optimicen la utilización del tiempo, haciendo eficiente y completos cada uno de los procesos, que se requieren para la realización de una auditoria en los puntos de venta a cargo de la empresas UNIDROGAS S.A.S Tomamos como referente nuestro tiempo integro en dicha organización, generando como primer proceso la observación y como segundo el aprendizaje, así mismo; dicha información, servirá como fuente para desarrollar una propuesta de mejoramiento que permita conocer y ampliar la propuesta de futuros aspirantes pasantes del programa de administración de empresas de la Universidad de Pamplona.

los puntos de venta son el valor agregado de Unidrogas porque al tener varias marcas de droguerías, esta tiene la posibilidad de según el tipo de cliente al cual por estudios geográficos y las estrategias que implementan los coordinadores de droguerías junto a los supervisores generando una visibilidad a los laboratorios que hacen parte de la cadena productiva de la empresa como lo son GIMED (grupo internacional de medicamentos y laboratorio JULIENNE productos que por sus innovaciones y calidad dejan una buena rentabilidad a la organización, la auditoria es importante para la carrera de administración de empresas ya que por los conceptos aprendidos en la universidad de Pamplona, donde conocimos el proceso administrativo los cuales son la organización, planificación, dirección y control siendo esta ultima el pilar para que los demás puedan seguir funcionando, la auditoria es la mejor plataforma para que desde el punto de vista práctico aprender de cómo se evalúan el trabajo de administradores y vendedores de punto de venta que son quienes tienen la cara ante el consumidor final y que pueden cometer errores pero si los errores son constantes los procesos de evaluación de estos lleva a faltas disciplinarias y generan decisiones importantes que día a día y los cambios

constantes de la civilización según tendencias se puede elegir las mejores alternativas para los puntos de venta la organización en general y la protección de los recursos financieros y activos fijos que la organización invierte para que el modelo de negocio de Unidrogas S.A.S sea muy rentable y siga generando crecimiento para la empresa sino que genere para el país progreso y trabajo lo cual que los 622 puntos de venta sean la mejor presentación de lo que es compromiso con los clientes su salud y la de sus familias están a cargo de profesionales íntegros y eficientes.

La administración de empresas permitió que los cambios y la adaptación al campo laboral del mundo de la comercialización de medicamentos que hace la organización Unidrogas y aportando el valor de los conocimientos adquiridos en la Universidad de Pamplona conociendo de todos los procesos que se llevan a cabo en la empresa como auditoría, y los demás departamentos que por el trabajo realizado el grupo que participo como practicantes conoció y relaciono con cada uno de los empleados del área administrativa de la bodega principal de la regional Bucaramanga.

La relación que tiene el sistema MAIA POST con el vendedor y sus procesos de facturación y sistema de ventas, las actividades de auditoría permiten que los practicantes conozcan de la compra a terceros y la actualización para que el inventario que se lleva a cabo en los puntos de venta no tengan inconsistencias como lo son sobrantes y faltantes los cuales si las remisiones que así se le llaman a las facturas de los productos externos que no vienen de la bodega como tal y la importancia que se lleven sistematizados y que se vean reflejado en el manejo financiero del punto de venta aportando la optimización y eficiencia de la gestión y la administración de las droguerías.

Los activos fijos son parte fundamental de la gestión de las droguerías el cuidado de los implementos que Unidrogas brinda a los puntos de venta para que los elementos e implementos de trabajo de los vendedores sean cuidados y estén en proceso de mantenimiento o renovación de equipos atendiendo que estos representan una inversión especial para la empresa y que su valor está representado en la confianza

que se le da a los colaboradores que por sus deberes y obligaciones de proteger los bienes adquiridos como responsabilidad mayor del administrador y que la labor de el es velar que se cumpla con las metas de venta y su gestión en los procesos de mantenimiento o cambio de estos elementos de trabajo.

Las nuevas tecnologías nos dan oportunidades de aprender y desarrollar mecanismos de mejoramiento de los procesos de los trabajos que desarrollan las organizaciones el constante cambio genera nuevas herramientas para los colaboradores donde optimiza y mejora los procesos entre ellas esta las actividades de auditoria como son el control de activos fijos como lo es el sistema de RFID que son una de las innovaciones que empresas internacionales ofrecen para que las organizaciones nacionales puedan implementar y Unidrogas su procesos se adaptan a este tipo de tecnología y que los pueda implementar a futuro y de manera progresiva en todos sus puntos de venta haciendo eficiente el proceso de auditoría.

El proceso de evaluación de los administradores es muy importante para la organización porque no todos los colaboradores tienen los mismos propósitos de trabajar con honestidad y contribuyendo hacia su crecimiento en la organización y la mejora y apoyo al cumplimiento de las metas. Por lo tanto, es importante que el proceso de auditoria apoye a control interno y al área de talento humano en saber la eficiencia y eficacia con que sus colaboradores están trabajando y contribuyendo a la organización.

1.6.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	FECHAS					
	23 de julio – 02 de agosto	3 de agosto - 20 de agosto	21 agosto – 20 de septiembre	21 de septiembre – 02 de noviembre	03 noviembre – 06 diciembre	07 diciembre – 13 diciembre

Proceso de Entrevista y contratación.						
Análisis situacional.						
Diagnóstico y Propuesta de mejora.						
Avances de la propuesta.						
Analizar y determinar el sistema de ventas y facturación de los puntos de venta						
Convenir la reestructuración del control de activos fijos en los Puntos de Venta.						
Establecer los procedimientos de evaluación de los administradores en los Puntos de Venta.						
Conclusión y presentación a la empresa.						
Presentación final de la propuesta.						

Tabla 11. cronograma de actividades

2.1. ANALIZAR Y DETERMINAR EL SISTEMA DE VENTAS Y FACTURACIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA

Actualmente el servicio y calidad de toda información que se brinde ya sea a clientes internos o externos son unas de las principales metas propuestas de toda organización ya que a través de ello se lograr mejorar procesos e indicadores y a la vez se maximiza la rentabilidad ,esto se da debido al conjunto de medidas en el cual se permite un óptimo y correcto uso de todos y cada uno de los recursos asignados, por tal motivo el objetivo principal de esta propuesta se centra en la optimización del proceso de facturación de los puntos de venta de tal manera que se puedan corregir falencias que se vienen presentando dentro de la misma en el área auditoria , es allí donde se tiene que ver reflejado la disminución en el número de reprocesos y disminución del tiempo al momento de hacer el cargue del pedido.

como departamento de auditoria estamos autorizados para ingresar al punto de venta y llevar a cabo la labor de Kardex e inventario según corresponda, inicialmente en el punto de venta, se revisa los productos negativos , los que están sobrando en el inventario ya que no pueden haber productos sobrando porque sería un punto a favor de los administradores de droguería , luego se imprime todo los Kardex de productos como : gaseosa, papas y todo lo que hay en droguería comestible, luego que ya no hay sobrantes en el punto de venta se procede a realizar las compras que realizan los administradores de punto de venta es allí donde se reflejan grandes falencias debido a la demora en este proceso ya que esa compra se envía a control interno y en control interno lo deben cargar al punto de venta y para eso el administrador debe hacer un proceso que es la orden de compra y un precargue ,después que se haga eso se envía la factura a control interno y control interno recibe la factura y lo que hacen es cargar al punto de venta lo que ellos precargaron.

Partiendo de un diagnóstico realizado se puede analizar que el sistema de compras el cual se manejan actualmente en los puntos de ventas presenta inconveniente notorios en los cuales el área de auditoría externa se ve afectada al momento de llegar ya sea a realizar inventario o Kardex, ya que no existe un control adecuado por qué las funciones están divididas entre varias personas y no existe una correcta comunicación para filtrar la información apropiada.

Por lo anterior mencionado es de gran importancia proponer una mejora de gestión de compra efectiva lo cual permita optimizar el tiempo en los procesos que se realizan en los puntos de venta de la siguiente manera

Las propuestas para mejorar el proceso de compras estuvieron enmarcadas en re definir los procesos de aprobación de pedidos, de forma que está información llegué de manera inmediata tanto a los puntos de venta como al líder del departamento del área de auditoría para que una vez se esté en el punto de venta refleje en sistema cada uno de los pedidos que se han realizado con anterioridad o por su defecto se encuentran en una remisión y de esta manera logramos optimizar el tiempo.

Es importante conocer el paso a paso con el que se hace las compras dentro del punto de venta, para tener un orden a continuación se explica el proceso detallado implementado actualmente.

2.1.1. PROCESO DE COMPRAS A TERCEROS

El proceso de compras a terceros se divide en

dos partes:

1. SE HACE EL PEDIDO

Esta parte se lleva a cabo cuando el visitador o representante del proveedor se encuentra en el punto de venta, para esto debe dirigirse a la opción 25 del programa este icono se llama gestión pedidos luego de ello se deberá dar clic en el botón nuevo pedido , debe chequear la opción proveedor directo , ahora deberá escoger el laboratorio y el proveedor del cual se hará el pedido , si se tiene el código se puede digitar si no se busca directamente en la lista de laboratorios y lo mismo para los proveedores cabe aclarar que el laboratorio es el fabricante del producto y el proveedor es quien lo comercializa , pero no siempre sucede que el laboratorio o fabricante sea el mismo distribuidor del producto , el siguiente paso será dar clic en el botón sugerir pedido el sistema le traerá una variedad de productos que podrían ser editados dando clic sobre el producto o buscando el producto ya sea con el código de barras de la lista de productos que tendrán a disposición , si ya hizo este proceso luego le da finalizar , el sistema imprimirá un recibo con el detalle del pedido el cual deberá entregar al visitador o auditor .

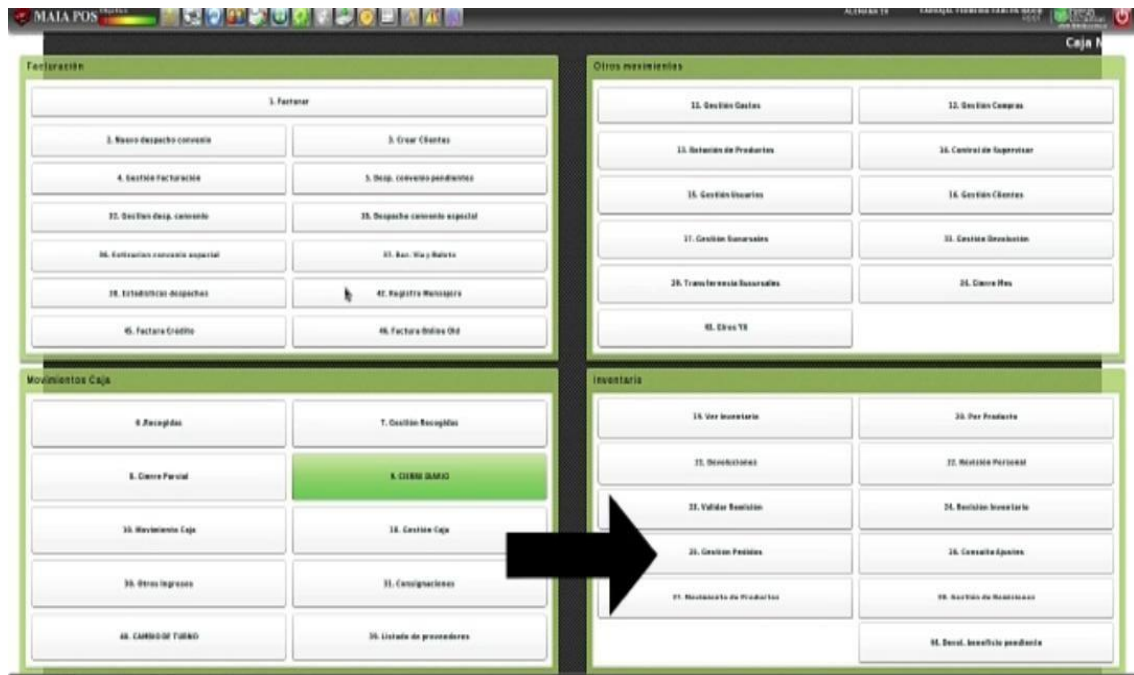


Figura 2. Evidencia sistema MAIA POST.



Figura 3. Evidencia sistema MAIA POST

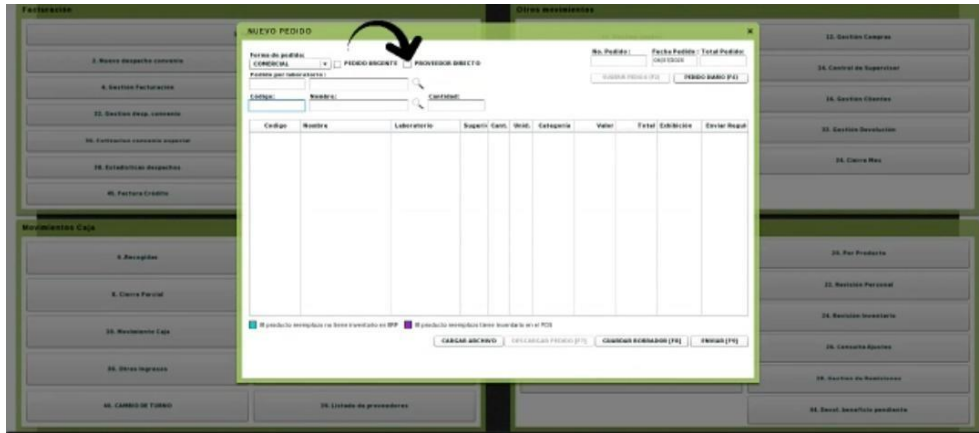


Figura 4. Evidencia sistema MAIA POST

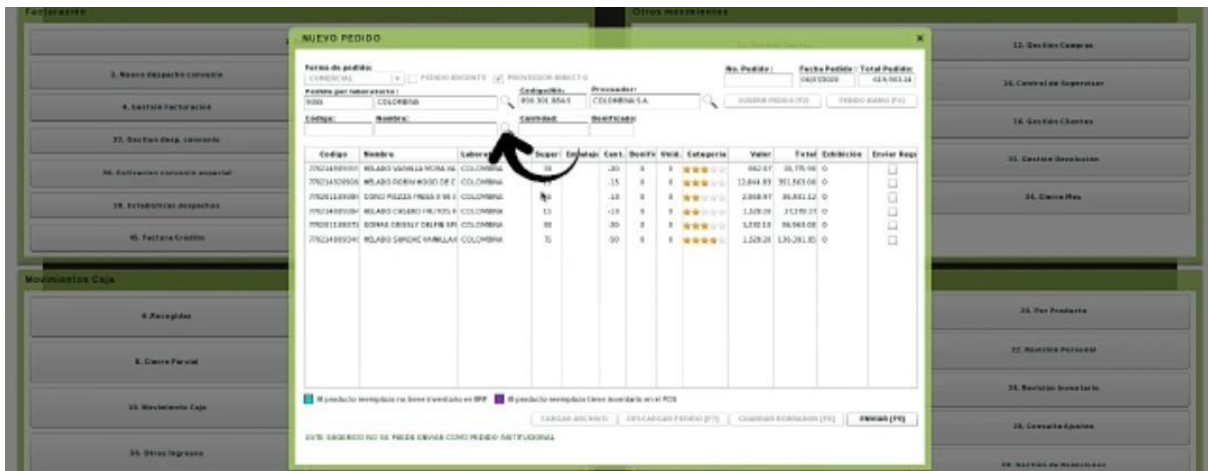


Figura 5. Evidencia sistema MAIA POST

2.1.2. CREAR LA COMPRA

Una vez se reciba los productos físicos en el punto de venta debe crear la compra para ello deberá dar clic en la opción 12 gestión compras allí presiona en botón nuevo en donde se debe ingresar el nombre de la orden de compra seguido de la tecla entre, esto cargará la información de la misma, y se procede a llenar los campos restantes como lo son:

- Número de factura
- La fecha de la factura
- Forma de pago

Luego se debe validar las cantidades de los productos, esto se podrá hacer ingresando el código de barras del producto o seleccionando el producto, para finalizar se da clic en guardar, hasta este punto ya se encuentra finalizado el proceso de la compra, quería pendiente validar la remisión posteriormente de parte del departamento de control interno.

luego de eso se valida la remisión, se debe escribir el número de la remisión, se debe validar que la información cargada corresponda con la compra y si es correcta se acepta y allí se encontrará los productos en el inventario del sistema



figura 6. Evidencia sistema MAIA POST

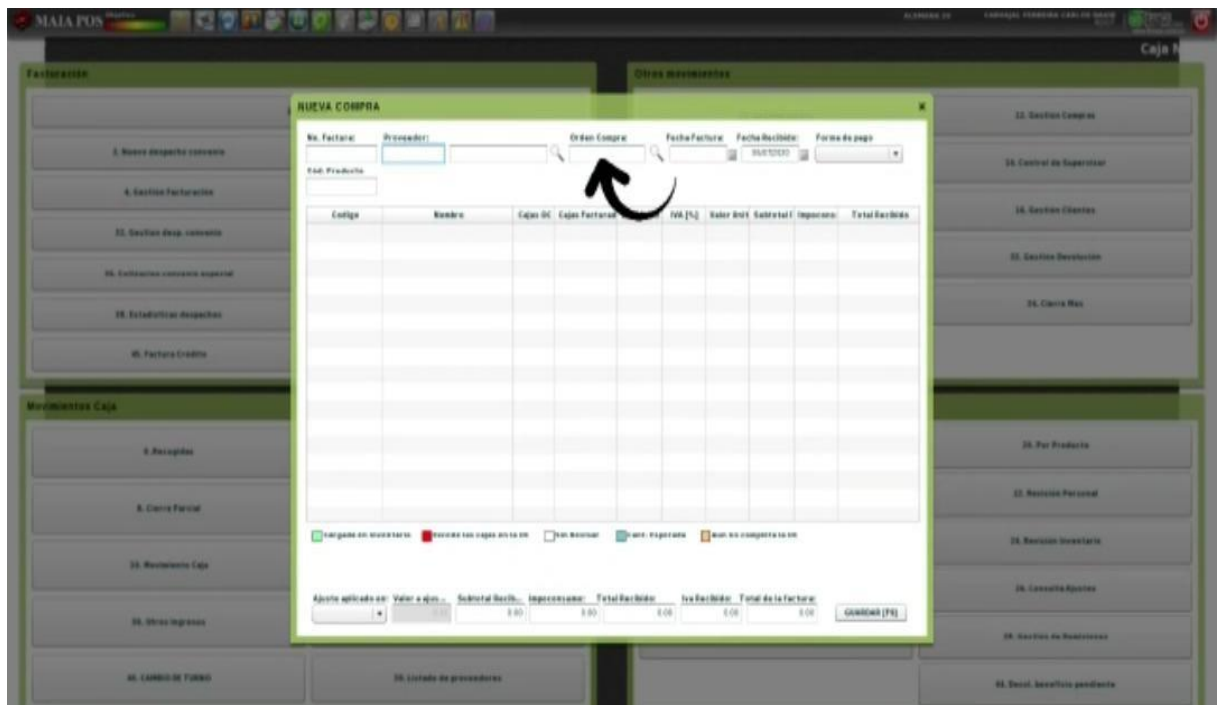


Figura 7. Evidencia sistema MAIA POST



Figura 8. Evidencia sistema MAIA POST



Figura 9. Evidencia sistema MAIA POST

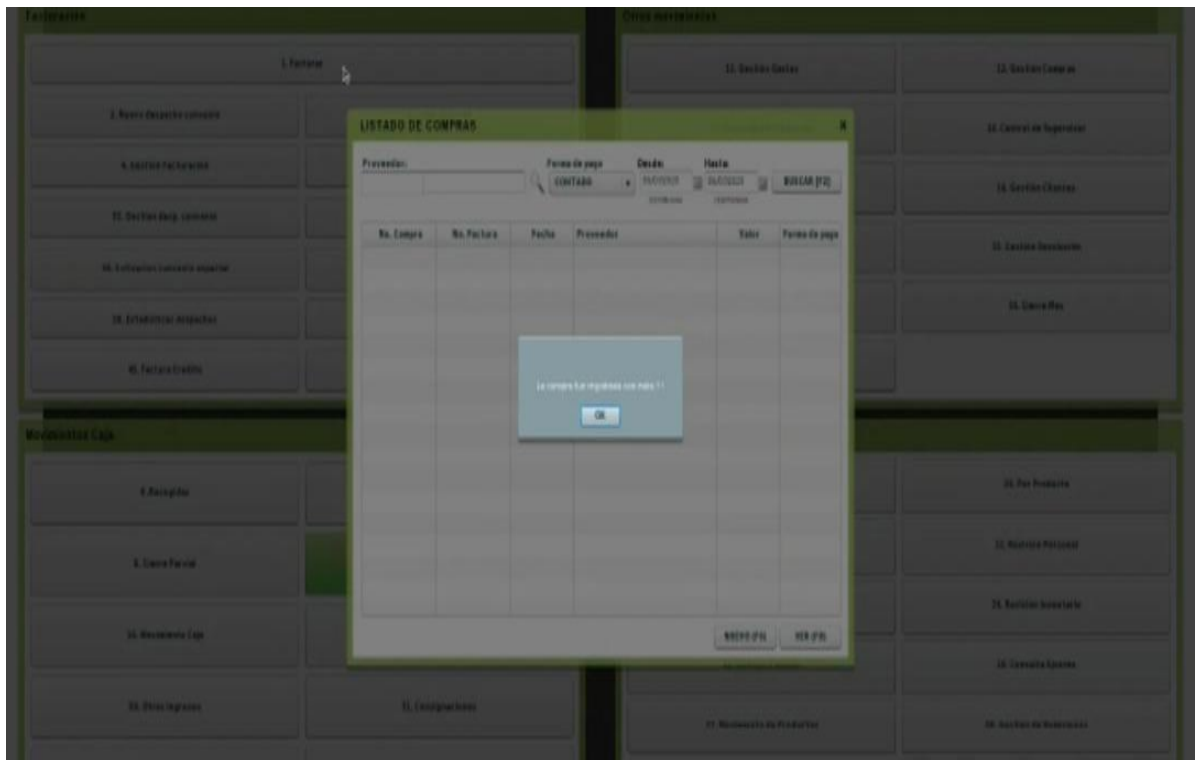


Figura10 . Evidencia sistema MAIA POST



figura 11. Evidencia sistema MAIA POST

Por lo cual se recomienda

- Organizar y mejorar de manera sistemática y correcta las etapas del proceso de compras.

La técnica así sea un proceso largo está sistematizado, antes se trabajaba con formato físico ahora se trabaja con un formato sistémico pero los dos pasos que se emplean al momento de hacer el pedido o cargue del pedido están consumiendo mucho tiempo, está haciendo que el dependiente se equivoque mucho en el punto de venta al ingresar mal:

- un producto
- El precio
- La cantidad
- El proveedor,
- El laboratorio del cual se envía el producto.

Está parte está sistematizada el precargue, pero no está sistematizado en el cargue al punto de venta, se tiene que comparar físico al momento que llegue la factura a control interno, se compara la factura con el precargue y ahí si se hace la remisión.

- Aprovechar de manera eficiente la tecnología de gestión de compras lo cual permite optimizar de manera eficaz este proceso

la solución idónea que se da a este caso es al momento de digitar en el ítem de la aplicación o del programa que solo se pueda generar en un paso todo este proceso que normalmente se hace en dos pasos extensos y un poco

complejos , Este sería en el momento digitando el número de factura del proveedor este inmediatamente llame la factura electrónica del proveedor con toda la información cargada ya sea precio, cantidades y productos y que a su vez permita de una vez organizar toda la información, cuando el sistema pueda llamar esa factura electrónica que el proveedor enlace que tiene el sistema con la plataforma del proveedor haga eso directo se automatiza mucho el proceso y ayuda a que el dependiente no se equivoque tanto al momento del precargue o solicitar el producto

- Definir roles y llevar a cabo flujos de aprobación con la etapa del ciclo de compras

Allí se puede involucrar al administrador o al vendedor del punto de venta con acompañamiento del supervisor, que se haga un estricto seguimiento al momento primero de la implementación si se hace una mejora a este proceso y segundo del seguimiento a los cargues de la mercancía, porque ya los dependientes tendrán la autonomía de poder decir la cantidad correcta.

Con este proceso se busca optimizar tiempo tanto para los administradores de punto de venta como para el grupo de auditoría.

2.2. Control de activos fijos en los puntos de venta

2.2.1 Procedimiento actual del control de activos fijos.

El personal de Auditoría interna que hace parte de la regional donde está localizado el punto de venta, de las 600 droguerías que conforman la empresa UNIDROGAS S.A.S, tienen la visita programada o por una causa interna, la cual genera una auditoría interna urgente ya sea por el cambio de administración o faltas leves o graves de un administrador conjunto a solicitud de renuncia del administrador.

Auditoria realiza el proceso de control de activos fijos que se encuentra en el punto de venta, mediante un Excel que se encuentra en detalle la lista de los activos fijos que deben estar dentro de la droguería a la cual se le está haciendo inventario.

Se recolecta la información por medio de uno o dos personas del grupo de auditoria escribiendo en un papel los códigos que están en los activos fijos como los son:

- Área de ventas:
 - Góndolas.
 - Vitrinas.
 - Estantes.
 - Puerta de ingreso al punto de venta
 - Módulo de caja.
 - Neveras.
 - Termómetro
 - termohigrómetro.
 - Termómetro de la nevera.
 - Cartelera plástica publicitaria.
 - Gancheras.
 - Canastas o bandejas.

- Sistemas de computo
 - Monitor.
 - Teclado.
 - Mouse.
 - Impresora.
 - Laser o scanner de código de barras.
 - CPU.
 - Ups.
 - Hullero.
 - Caja fuerte.
 - Swicth.
 - Modem.

- Elementos unidad sanitaria.
 - Baldes.
 - Papeleras.
 - Repisas.
 - Porta escobas.
 - Espejos.

- Elementos de seguridad.
 - Cámaras.
 - Alarmas.
 - Botón de pánico.
 - Kit de alarma.
 - Sensores de movimiento.
 - Sensor de humo.
 - Extintor.

- Área administrativa
 - Linterna.
 - Teléfonos.
 - Celular de la red.
 - Escritorio.
 - Sillas.

Todos estos elementos tienen un sticker con un código de barras y su respectivo serial con el logo de UNIDROGAS S.A.S como se muestra en la siguiente figura.



Figura12. Sticker activo fijo Unidrogas.

Por consiguiente, se verifica la lista que el personal encontró junto a la lista que de la droguería en el Excel, se marcan los activos fijos con un subrayado de un color amarillo o verde y los que no se encontraron por observación se lee la indicación de tamaño forma y lugar donde está ubicado para que los del grupo de auditorio encargado, procedan a verificar que si están en la droguería y confirmar su existencia con el serial del código, para subrayarlo como verificado en el punto de venta.

Posteriormente se ven activos fijos nuevos que no se le han hecho su respectiva caracterización como activo fijo o no tienen sticker se les subraya en el Excel con un color diferente a los que están y no poseen el código para reimprimir y colocarlo posteriormente o enviarlo con el supervisor de la droguería y él sea quien se encargue de pegarlo en el correspondiente activo fijo; en el caso de los que no lo tengan se crea en el Excel especificando que clase de activo es, donde está ubicado, color y demás especificaciones y también se realiza la inscripción de este por medio de un sistema llamado MAIA POST inscribirlos por medio de una foto (figuras ...) y sus respectivas especificaciones y la foto del activo y de la factura de compra.



Figura 13. Foto de activos fijos nuevos para creación en el sistema



Figura 14 Foto para creación de activo fijo existente e instalado en el punto de venta.

En el caso que el activo fijo no se encuentre en el punto de venta auditoria pregunta al administrador en donde se encuentra y ellos hacen su respectiva búsqueda, en caso que no estén después que los administradores hayan dado la información de procedencia se especifica en el Excel subrayado con color rojo que no está y se escribe la información que el administrador da sobre ese activo, en el informe que hace auditoria del punto de venta como activo incompleto.

2.2.2 Falencias de los administradores

Los activos fijos son tomados por el personal de sistemas, sin un formato donde se especifique que ellos lo han sacado del punto de venta, el cual al momento de hacer la auditoria no tienen un soporte que esos activos fijos, que por lo general son equipos de cómputo y seguridad.

Se han marcado como activos fijos objetos personales o de personas ajenas al punto de venta haciendo que se tengan en cuenta como parte de la organización y generando perdida de esos activos cuando el personal del punto de venta se retire o sea retirado haciendo más difícil el proceso de inventario.

Activos fijos sin uso o dañados que no se reportan a tiempo y se pueden dar de baja y gestionar nuevos o un mantenimiento si los administradores se preocuparan y dieran importancia a que tenerlos allí solo perdiendo espacio y generando atracción de insectos que afectan la salubridad del establecimiento y posibles sanciones de los entes reguladores.



Figura 15. Dispensador de agua sin uso y dañado.

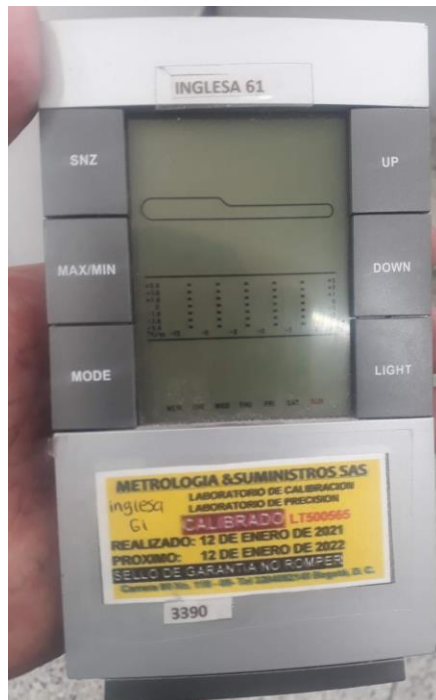


Figura 16. Termohigrómetro sin uso.

En puntos de venta que tienen sus activos fijos en un sótano o en otro lugar que solo tiene acceso el conserje o los supervisores haciendo del inventario se atrase en el momento que estas personas no estén en la ciudad o sea su día de descanso y no poder comprobar que se encuentran estos allí y hacer su respectiva comprobación, el administrador no tiene una lista o comprobante que diga que esos elementos están en ese punto y así no retrasar el inventario.

2.2.3 Propuesta de mejoramiento

La gestión de activos fijos es importante para la empresa UNIDROGAS S.A.S y el cuidado y responsabilidad está a cargo de los administradores de punto de venta y sus falencias con ellos generan una gran problemática a la organización y más si los mismos miembros de la organización de otras dependencias son los que se hacen cargo de sacar del punto de venta estos elementos de trabajo que fueron

reemplazados o son necesarios para otro punto de venta y estos quedan a la deriva sin que se cargue en el sistema como trasladados, en mantenimiento, o de baja por fuera de uso.

1. Modificación en los manejos de activos fijos, donde se resalta la gestión de los administradores y vendedores en el cuidado de los elementos de trabajo y demás implementos, que han sido comprado y puesto a disposición en los puntos de venta por parte de UNIDROGAS S.A.S.
2. Implementar nuevas tecnologías como lo es el RFID para la identificación rápida y oportuna de los activos fijos, y así generar un modelo más avanzado de la recolección de datos y su generación en el sistema para la toma de decisiones, la cual optimiza el tiempo en las funciones de auditoría y se evalúa la gestión y eficacia de los cuidados que los administradores y los vendedores le dan a sus herramientas de trabajo.

Manejo de los activos fijos en los puntos de venta

Salvaguardar los activos es muy indispensable para el administrador del punto de venta, por eso es necesario que se realice un formato donde las personas que hacen intervenciones en los puntos de venta ya sean mantenimientos al lugar o instalaciones de servicios por parte del conserje o el departamento de sistemas realicen mantenimiento o cambios de dispositivos, estos tenga un documento físico en el cual puedan determinar en el caso que se haga inventario, tener el soporte que alguno del personal de la empresa fue hizo modificaciones y que por motivos de cambios o por falta de uso o porque esta dañado se saque del punto de venta, este formato debe ser diligenciado de la siguiente manera:

1. Por medio del sistema debe hacerse por parte del administrador como responsable del establecimiento.
2. en el formato se especifica los códigos del administrador y vendedor que estaban a la hora que se terminó el mantenimiento, los códigos del personal que lleva el activo fijo y los códigos con el nombre del activo fijo y descripción por que se lleva el activo fijo del punto de venta.
3. Impreso, firmado y con sello del punto de venta.
4. Se toma foto y se envía vía correo electrónico al supervisor del punto de venta y auditoria para que se actualicen los datos en el sistema.

2.2.4 sistema RFID

La aplicación de la nueva tecnología para la ubicación y control de activos fijos de los puntos de venta.

RFID son las siglas en inglés de Radio Frequency IDentification, que traducido no es más que identificación por radiofrecuencia.

Si entramos en detalle no es sólo Identificación. RFID es un sistema de identificación, almacenamiento y transmisión de datos remotos que utiliza dispositivos llamados etiquetas (tags) en distintos formatos como pueden ser tarjetas o bien otros transponders RFID activos.

Esta tecnología identifica a través de un lector, sin contacto y a distancia, una tarjeta o etiqueta (tag).

Su función principal es transmitir la identidad de un objeto por medio de ondas de radio, normalmente en distancias cortas.

Las etiquetas RFID (tag) es un chip, pueden ser activas o pasivas. Las pasivas no requieren alimentación eléctrica interna, ya que se alimentan de la propia señal, que, mediante la antena, activa el circuito. Mientras que las activas sí que traen o una pequeña batería, o van incluidas en un equipo como un móvil.

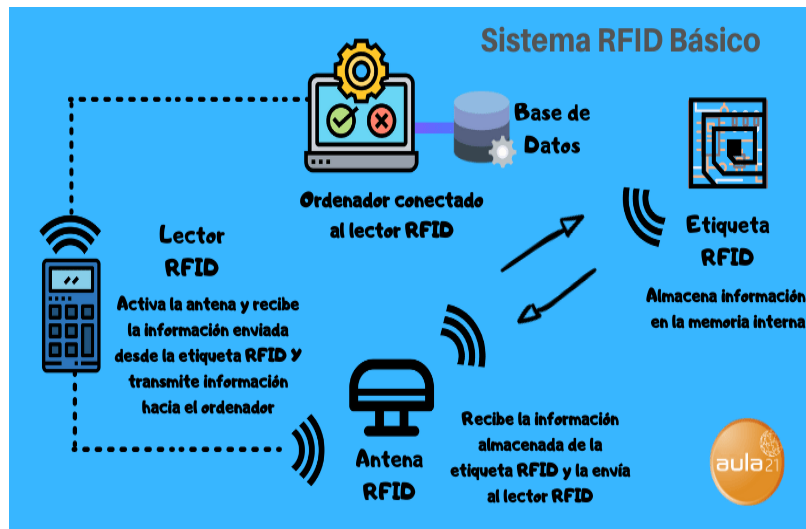


Figura 16. Sistema RFID básico

Muchas compañías actualmente ofrecen una tecnología que en la optimización del tiempo se es muy factible de conseguir y muy productiva a la hora de sacar los activos para hacer inventarios.

El RFID ha tomado por una transición y se ha mejorado constantemente para tener la mejor precisión en su objetivo y la ayuda a empresas para el control de activos en empresas de logística, comercializadoras y seguridad. Para la empresa UNIDROGAS S.A.S sería una herramienta muy importante para auditoria ya que

garantiza la eficacia y la eficiencia de su trabajo en el control de los activos fijos en los puntos de venta y de toda la empresa en general.

El cambio en las organizaciones es muy importante y la inversión en la gestión de este tipo de tecnología son de las mejores porque les da facilidad de tener actualizado su base de datos de los elementos y herramientas que tienen sus colaboradores para el desarrollo de sus funciones a diario, La tecnología de inventario de activos fijos de estas organizaciones reemplazan las tradicionales etiquetas por sensores que vienen en diferentes presentaciones encapsulados dependiendo del tipo de bien y del ambiente al que serán sometidos.

Una de las grandes ventajas, es que no es necesario ver la etiqueta para poder tomar lectura, por lo que buscaremos una ubicación optima en la implementación de los activos fijos que permita aumentar la vida útil y limitar la exposición a ser manipulada o dañada intencionalmente.

Mantener un registro fiel del activo mobiliario y equipo de oficina que adquiere la empresa desde su inicio hasta el presente, más allá de ser una obligación debería ser considerado como parte estratégico en la toma de decisiones de crecimiento y desarrollo. Es una genuina solución al problema de la identificación y el control de los activos fijos de la empresa. Uno de los primeros datos a los que se tienen acceso es el contable ya que se conoce un porcentaje sobre el valor total de la empresa que está conformado por activos una tarea que le ayuda hacer más preciso al departamento de contabilidad, y de esta forma se pueda analizar cuánto se está haciendo con lo que se tiene.

leer cientos de activos en segundos mediante terminales móviles, saber su localización, identificación, inventarios ágiles con pocos recursos y el resultado final abre nuevas posibilidades de crecimiento y decisión.

La importancia de esta tecnología es la prontitud como recoge los datos de los activos y genera un reporte en cantidad física y cantidad en costos de los activos para que esa información sea importante para departamento de contabilidad y el de auditoria haciendo de esta herramienta una de las más factibles para que supervisores coordinadores y directivos tengan más datos precisos a la hora de tomar decisiones cruciales en la empresa.

Las etiquetas o tags utilizado varían según el activo que se quiera controlar. Hay algunos de estos que trabajan en ambientes muy hostiles y otros en ambientes controlados, por lo que la elección del mismo depende del uso que se le dará al mismo.



Figura 17. Tipos de etiquetas o tags

2.2.5 Características y beneficios del uso de identificación por RFID

2.2.5.1 Características:

1. Rapidez y precisión en la captura de bienes en función a la posición del tag RFID.
2. Captura la información en forma masiva, acelerando la toma de inventarios.
3. Enrolamiento de activos si no estuviese registrado.
4. Permite realizar consultas vía web sobre los bienes inventariados, faltantes, sobrantes y modificados.
5. Asigna e identifica al personal y/o área responsable del bien. Asignación a su ubicación.
6. Emite reportes, trazabilidad, resumen de bienes y conformidad de inventario a nivel Web.
7. Identificación sencilla y rápida de los activos.
8. Mejora de las inversiones. Mejora de la localización.
9. Inventarios rápidos y eficaces.
10. Disminución de costes de gestión y control.
11. Reducción de infrautilización de recursos.

2.2.5.2 Beneficios

1. Ubicación rápida de los activos.
2. Optimización en las compras por desuso o renovación de activos.
3. Optimización del plan de mantenimiento de activos.
4. Resolución de problemas de rastreabilidad.
5. Mejora cálculo de depreciación para el sistema contable.
6. Reducción de pérdidas y compras innecesarias.
7. Rapidez y simplicidad para efectuar la Inventarios.
8. Disminuir costos de auditoría.

9. Identificación más resistente y perdurable en el tiempo.
10. Aumentó la velocidad en los procesos de control de pedidos.
11. Eliminar los errores humanos.
12. Se mejora la visibilidad de inventario.

2.2.5.3 Gestión de Activos

Los recursos son limitados y desconocer donde se encuentran consume mucho tiempo y esfuerzo. Muchas organizaciones compran hasta un 20 % más de activos de los que realmente necesitan para garantizar su disponibilidad.

- Fácil: Una herramienta potente que resulta sencilla.
- Ergonómica: Ergonómica para el usuario y sencilla de instalar.
- En la nube: Capacidad de crecimiento junto con las necesidades de la compañía.

2.2.6 Sistemas de Control Automático de Activos Fijos:

Desde el etiquetado y asignación mediante el Tag de RFID adecuado, la asignación de sus características y la lectura posterior, todo es gestionado por el software RFID de trazabilidad de cualquiera de las compañías que ofrecen este tipo de productos a la organización. se utiliza el Tags especial de RFID según las características del objeto a identificar.

1. El sistema administra de carácter rápido y sencillo la operatividad del inventario de activos fijos con el respaldo de tecnología móvil.
2. Captura datos de forma precisa, permitiendo conocer al responsable actual o anterior del bien, las características y ubicación del patrimonio.
3. También permitirá gestionar el inventario determinando las características de los bienes, detallando los activos inventariados, faltantes, sobrantes y modificados, además de la emisión de reportes de bienes.

2.2.7 Implementación en los puntos de venta.

- Gestionar por parte de auditoría la importancia de estos equipos ante Presidencia y Gerencia.
- Hacer la gestión de compra o negociación de los dispositivos que sirven para la identificación e impresión de los RFID.
- Identificar la necesidad de modificar el sistema MAIA POST para que se vinculen con estos dispositivos y generen los informes hacia el software de la empresa.
- Establecer cuáles son los tags necesarios para cada tipo de activo fijo.
- Adquirir la tecnología para uno o varios puntos de venta.
- Escoger una ciudad para implementar unas pruebas, para que el personal de auditoría comience hacer sus procesos de inventarios
- Cuantificar con respecto a su base de datos actual, cuanto son los tags necesarios en los puntos de venta por ciudad, regional y a nivel nacional.
- Adquirir los tags necesarios para la compañía.
- Actualizar la base de datos mediante se vayan colocando y activando los tags con sus respectivas características de cada activo fijo.
- Desarrollar capacitaciones pertinentes a los departamentos de auditoría de todas las regionales.
- Implementar el mecanismo de inventario con esta modalidad.

- Crear más tags cuando se crean nuevos puntos de ventas y se deba crear más activos fijos en el sistema.

2.2.7.1 Presupuesto

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
LECTOR RFID DE LARGO ALCANCE	10	400.000	4.000.000
Impresora De Etiquetas Térmica Industrial	1	6.800.000	6.800.000
ETIQUETAS PAQUETE 100 UNIDADES	623	215.000	133.730.000
ANTENAS	10	1.400.000	14.000.000
TOTAL			158.530.000

Tabla 12. Presupuesto de implementar la tecnología RFID

2.3 Establecer los procedimientos de evaluación de los administradores en los Puntos de Venta.

2.3.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN SEGUN AUTORES

La evaluación del desempeño es un método que implica que el participante elabore una respuesta o un producto que demuestre su conocimiento y sus habilidades (Congreso de Estados Unidos de América, Oficina de Estados Unidos de América, Oficina de Tecnología de la Evaluación, 1992).

Las técnicas o instrumentos de evaluación los podemos agrupar en: a) las denominadas "técnicas de test o de prueba", la cual se constituye por determinadas preguntas o actividades que se consideran representativas de los objetivos a evaluar. Su ejecución muestra el grado de dominio de los objetivos de aprendizaje. Cuando el profesor aplica estas técnicas el sujeto tiene conciencia de que está siendo examinado por alguna de estas técnicas. b) El segundo grupo es el de las técnicas de observación. Mediante esta técnica podemos obtener, de manera intencionada, información de la conducta o de las interacciones manifestadas por los estudiantes en situaciones más o menos naturales. Cuando el examinador utiliza técnicas de observación el sujeto no necesariamente tiene conciencia de que está siendo examinado. (Doménech, E. 1999).

No es lo mismo "evaluación" que "calificación", a pesar de que constantemente se confunden y se utilizan como sinónimos por gran parte tanto del profesorado como

del alumnado (Álvarez, 2005; López, 2004); es por ello que consideramos importante matizar las diferencias entre una y otra. Siguiendo a Sanmartí (2007), consideraremos la evaluación como un proceso basado en recoger información, sea por medio de instrumentos escritos o no escritos; analizar esa información y emitir un juicio sobre ella, tomando decisiones de acuerdo con el juicio emitido. Para Santos Guerra (1993: 63-64) "evaluar es atribuir valor a las cosas, es afirmar algo sobre su mérito".

Casanova (1998) propone "un modelo evaluador y su metodología" en el que incluye: 1) técnicas para la recogida de datos (observación, entrevista, encuesta, sociometría, coloquio y trabajos del alumnado); 2) técnicas para el análisis de datos (triangulación y análisis de contenido); y 3) instrumentos para la recogida y el análisis de datos (anecdotario, lista de control, escala de valoración, cuestionario, sociograma y psicograma, diario y grabación).

El concepto de competencia tiene su origen en trabajos de la psicología industrial y organizacional norteamericana de finales de la década de 1960 y principios de 1970 (Spencer y otros, 1992). Con los estudios realizados desde esta época, el interés en las organizaciones se ha ido trasladando desde los puestos de trabajo, como elementos fundamentales, a las personas y a las competencias que éstas aportan.

La presencia de la evaluación a lo largo de la vida laboral del sujeto responde a las finalidades que se atribuyen a la misma. Adoptando la distinción que hacen Grados, Beutelspacher y Castro (2006), podríamos afirmar que la evaluación tendría dos finalidades u objetivos básicos: uno de tipo psicosocial y otro de tipo administrativo.

Desde el punto de vista psicosocial, la evaluación contribuye al desarrollo individual y a la adaptación de las personas al ambiente laboral. Con este fin, la evaluación pretende conocer el rendimiento de los empleados, su conducta, sus cualidades, deficiencias, logros o su potencial de desarrollo. Desde el punto de vista administrativo, la evaluación sirve a la selección del personal más adecuado para cubrir los puestos de trabajo de la organización, a la toma de decisiones sobre incrementos salariales o la puesta en marcha de acciones formativas, entre otros propósitos.

El portafolio es una modalidad de evaluación y su uso permite al examinador y al evaluado monitorear la evolución del proceso de aprendizaje, de tal manera que pueden introducirse cambios durante dicho proceso.

2.3.2 LA FUNCIÓN DE UN ADMINISTRADOR EN LOS PUNTOS DE VENTA

En general encierra el proceso de velar por el correcto funcionamiento de la farmacia, implica factores tales como: Orden, limpieza, inventario, cumplir con normativas vigentes respecto a la decretada por la secretaria de salud; Correcto uso de dinero y documentos, tales que proveen y propicien el correcto uso frente a las políticas internas y externas que exige la empresa Unidrogas S.A. y por ende la Cámara de Comercio.

Los activos físicos que proveen cualquier farmacia son de vital importancia para el funcionamiento de esta, ya que son el material de apoyo que tiene el talento humano para generar orden, marketing y ventas a la hora de generar un servicio al público, por ello es importante la correcta gestión de los recursos físicos, velar por su uso y mantenimiento, y si es necesario la renovación de los mismos, pues son los que dan una percepción al cliente ya sea positiva o negativa.

La administración debe supervisar las existencias de mercancías farmacéuticas y de otros ítems para la venta en la farmacia. Esto es determinado importante para los medicamentos de venta con receta y otros ítems controlados, que se deben verificar más regularmente.

La administración de la farmacia debe considerar ventas y estrategia de marketing para mantener clientes regulares y los ingresos positivos.

En las farmacias que operan bajo las políticas regidas por Unidrogas S.A. como las droguerías Alemanas, Inglesas, MedicateL, San Juan, Caracas, entre otras cadenas importantes, las sociedades centrales deciden generalmente sobre los períodos y las pautas promocionales que se realizarán en cada farmacia, de esto se encargan las negociadoras del área de mercadeo, así mismo de la ubicación y exhibición de ciertos productos que son grandes publicitarios para la atención de clientes potenciales.

Hay varias calidades que son determinado beneficiosas para la administración de la farmacia en mantener y ejecutar una farmacia rentable. Deben tener buenas habilidades de la gente a comunicar con el estado mayor, para proporcionar el servicio de atención al cliente y a ayudar con la resolución de conflicto.

2.3.3 PROCEDIMIENTO EVALUADOR

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
¿Qué se va a evaluar?	Competencias laborales
Instrumento a utilizar	Observación, dialogo y cuestionario
Elaboración del instrumento	Entrevista con preguntas abiertas (Respuestas Orales), formato de autoevaluación.
Definición de parámetros	Modelo Estructural de Triangulación de métodos y técnicas.
Competencias a evaluar	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias de desempeño y Operativas • Competencias de ayuda y servicio • Competencias de Influencia • Competencias directivas

	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias Cognitivas • Competencias de eficacia personal
Aplicación del instrumento	En el tiempo que se realiza la Auditoria
Revisión	Método de observación y cumplimiento del procedimiento estimador
Calificación	Informe del juicio generado por el examinador y evaluador, en el cual se detallarán las competencias observadas y disputadas.
Autoevaluación	Formato diligenciado por el examinado (administrador de los puntos de venta), el cual ayuda a reconocer en que se destaca y que aspectos hay por mejorar. Respuestas escritas.
Resultados	Aspectos a mejorar, objetivos propuestos a alcanzar, competencias desarrolladas exitosamente.
Portafolio	Registro continuo que lleva a cabo el personal de auditoría.

Tabla 13. Procedimientos del evaluador.

El examen evaluador ya es realizado por el departamento de auditoria al momento de la ayuda y cooperación del administrador del punto de venta, al momento de realizar el inventario, así mismo cuando se hace el reporte y las preguntas realizadas sobre las señalizaciones al público que debe tener la farmacia, señalizaciones exigidas por la cámara de comercio para el correcto uso de un establecimiento de orden comercial.

Anudando a lo anterior mencionado, este proceso y la autoevaluación generaran un panorama más completo sobre las competencias de manera integral, que aplica un administrador en su puesto de trabajo, con ello se podrá generar un informe que servirá como portafolio a la hora de analizar las capacidades del talento humano.

POLITICAS DE LOS ADMINISTRADORES DE LOS PUNTOS DE VENTAS DE UNIDROGAS S.A.S

CONTROL DE CAMBIOS		
REVISION	FECHA	DESCRIPCION DEL CAMBIO
00	23/04/2007	Emisión Inicial

	CARGO	NOMBRE
ELABORADO POR	Líder de calidad	Néstor Daniel Ardila Vega
REVISADO POR	Gerente Nacional de Sucursales	Juan Francisco Suárez Gómez
APROBADO POR	Gerente General	Juan Francisco Suárez Solano

Tabla14. La aprobación de las políticas

OBJETIVO

Asegurar el cumplimiento de los objetivos de UNIDROGAS S.A. en cuanto a los propósitos de rentabilidad, participación en el mercado, desarrollo de clientes, mantenimiento adecuado del inventario en cuanto a cantidad y calidad, desarrollo del equipo de trabajo en la consecución de las metas acordadas con el Gerente General.

ALCANCE

El presente Manual de Funciones aplica para el cargo ADMINISTRADOR DE DROGUERÍA de la empresa UNIDROGAS S.A., sirviendo como registro de la formalización y estandarización de los parámetros básicos de selección y de lineamientos de trabajo para los empleados de la empresa.

RESPONSABLES

Gerente General

El Gerente General es el responsable por aprobar las descripciones de las funciones contenidas en el presente documento realizado en el proceso de planificación de SGC con el fin de dar cumplimiento a la norma ISO 9001:2008.

Líder de Calidad

Es responsable por la elaboración del presente documento de acuerdo a lo establecido para cumplimiento de la norma de calidad ISO 9001:2008.

Líder de proceso

Es responsable por verificar la información contenida en el presente documento; así como de hacer cumplir lo aquí definido.

DESARROLLO

Generales

Naturaleza del Cargo

Velar por el funcionamiento óptimo de la droguería, asegurándose de responder a las solicitudes y/o requisitos de los clientes, a través de un servicio de calidad con el ofrecimiento, atención y despacho de medicamentos y productos para el cuidado de

la salud y el aseo personal; generando así los respectivos indicadores de mejoramiento en la participación del mercado que conlleven al crecimiento de la empresa.

Jefe Inmediato

Coordinador Zonal de Droguerías.

Funciones

1. Liderar el equipo de la droguería asegurando: la calidad en el servicio al cliente, cumpliendo con todos los requisitos de trabajo en equipo, notificando al jefe inmediato el desempeño del equipo de manera oportuna para realizar los ajustes que las circunstancias ameriten, como cambios y traslados.
2. Asegurar el cumplimiento de las cuotas de ventas de la droguería, mediante el manejo óptimo de las variables de surtido, y servicio al cliente, así como de las normas y los procedimientos diseñados para tal fin, teniendo en cuenta a cada uno de los integrantes del equipo de trabajo de la droguería para que cada uno cumpla con su objetivo mensual de clientes y ventas, manteniendo siempre una buena motivación hacia los vendedores para que estos cumplan con la cuota propia.
3. Velar por el mantenimiento del estado de orden y limpieza en la droguería que administra.
4. Velar por la seguridad de los dineros recaudados, aplicando de manera estricta el contenido del manual de seguridad y las disposiciones que a este respecto actualice la GERENCIA GENERAL.
5. Organizar la papelería producto de las operaciones de la droguería, para enviarla a la oficina correspondiente al Subproceso de Ventas Directas, con el fin de darle el tratamiento requerido.
6. Asegurar el adecuado manejo del inventario de la droguería, teniendo en cuenta los despachos de la bodega principal, las ventas al público y las devoluciones que se presenten en el desarrollo de la actividad comercial para que en ningún momento exista faltante en el inventario ni sobrante del mismo

toda vez que se responsabiliza por el debido registro en el sistema, de cada transacción de ventas y la utilización comercial del inventario, cumpliendo no solamente con normas de control interno que pretenden preservar el patrimonio de la compañía; además en aspectos como: vigencia de los productos según sus fechas de vencimiento y estado físico de los productos, aptos para la venta, con el fin de mantener un estado real sobre el nivel del inventario y su composición para brindar un mejor servicio a los clientes con mercancía en óptimas condiciones.

7. Estar pendiente de la adquisición de nuevos productos, en la cantidad adecuada a la demanda del mercado, para surtir la droguería y poder satisfacer y ofrecer al cliente una gran variedad de alternativas de acuerdo a las tendencias del mercado y las diferentes necesidades.
8. Velar por el cumplimiento de los vendedores en Ingreso de datos de clientes para programas de fidelización
9. Llevar el registro en agendas de clientes a aquellos con tratamientos perennes
10. Dar cumplimiento a las estrategias que pretendan y garanticen el cumplimiento de los objetivos de la droguería, acatando las normas generales y particulares en términos de:
 - Ventas generales y especiales.
 - Mantenimiento de los inventarios.
 - Control sobre la totalidad de los activos de la droguería.
 - Fortalecimiento del equipo de trabajo en términos de las relaciones interpersonales y cumplimiento de los objetivos.
 - Capacitación para el desarrollo de ventas de productos indicados
 - Programas de mercadeo.
11. Las demás que en el ejercicio de su cargo sean requeridas.

3.2 Competencias

3.2.1. Educación

El cargo requiere de un nivel de educación técnica o profesional en áreas administrativa y/o de regencia en farmacia. Sin embargo, el nivel de educativo se valida con dos (2) años de experiencia en cargos similares.

3.2.2. Formación

Capacitación en entrenamiento estratégico integral, manejo de herramientas informáticas (Windows, Word, Excel, Power Point) y manejo del software MAIA.

3.2.3. Experiencia

Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

3.2.4. Habilidades.

Adaptación al cambio

Aprendizaje continuo

Capacitación y formación

Colaboración

Compromiso con la organización

Construcción de relaciones

Disciplina

Iniciativa

Manejo de información

Orientación al logro

Relaciones interpersonales

Trabajo en equipo

3.3. Responsabilidades

3.3.1. Por Contactos

Con Clientes: al ser la cabeza de la sucursal, debe responder por la imagen de confiabilidad de la empresa cada vez que establezca contacto con los clientes para atender sus inquietudes y necesidades.

3.3.2. Por Supervisión o Dirección

Es responsable por la buena labor del personal vinculado a la sucursal.

3.3.3. Por Información Confidencial

Es responsable por la confidencialidad de la información relacionada con el rendimiento de la droguería administrada.

3.3.4. Por Maquinaria y Equipo

Debe responder por el buen uso de los equipos de cómputo, de comunicación y mobiliario asignados para el desarrollo de sus funciones.

3.3.5. Otros

Es responsable por la seguridad de la mercancía y del dinero recaudado por concepto de ventas en la sucursal que administra.

2.3.4 Procedimientos que se evalúa UNIDROGAS S.A.S

Bajo a los formatos de auditoría que maneja Unidrogas Se evalúa la gestión de los administradores donde los aspectos como:

- la totalidad de los activos fijos estén en el punto de venta.
- Que el inventario o el proceso de Kardex cuadre con los movimientos financieros de caja y base con sus correspondientes consignaciones bancarias.
- La reglamentación que exige el ministerio de salud y demás entes reguladores como los son:
 1. Autorización del instituto departamental de salud de su zona geográfica.

2. Certificación del uso de suelo para el establecimiento farmacéutico expedido en la secretaria de planeación
 3. El plano del local, con la distribución interna, con un área mínima de 20 metros.
 4. El comprobante de certificación de la cámara de comercio.
 5. La respectiva inscripción en industria y comercio.
 6. Diploma de regente de farmacia con documentos que será el administrador con su respectivo contrato laboral por 8 horas diarias mínimas.
 7. En caso de contar con área de inyectología debe cumplir con los requisitos establecidos en decreto 2330 de 2006.
- Respectiva señalización como los son:
 1. Salidas
 2. Salida de emergencia
 3. Extintor
 4. Área libre de humo
 5. Prohibido el ingreso de mascotas.
 6. No acepta el ingreso de alimentos.
 7. Caja.
 8. Área de almacenamiento.
 9. Área de averías.
 10. Riesgo eléctrico.
 11. Área de cuarentena.
 12. Por favor reclame su factura.
 13. en caso de quejas y reclamos comuníquese...
 14. área administrativa.

- se verifica la base y el dinero a consignar en la cuenta bancaria del punto de venta para establecer el cuidado de los movimientos financieros.
- Se determina que productos con averías o mal estado junto con vencidos puede hacer devuelto al área de devoluciones y gestionan cambios si estos no se aceptan serán cobrados hacia la cuenta de auditoria para completar el dinero de inventario que tiene el punto de venta.

2.3.5 GENERAR UN FORMATO DE SEGUIMIENTO O AUTOEVALUACIÓN

La auditoría es un proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias del control del buen o mal uso, en el manejo de los puntos de ventas, así mismo, la auditoria puede desarrollarse más a fondo, dando una perspectiva global de quien está a cargo y como desempeña dicha labor de administrador, y no solo mediante el cobro que se hace al finiquitar el proceso de auditoría, en el cual se observan faltantes, sobrantes, cruces, de los diferentes productos que tenga la farmacia.

Al generar un seguimiento continuo del administrador (portafolio), se podrá generar un plan de mejora, el cual permitirá conocer más a fondo la calidad de talento humano que tiene la empresa, y así mismo ayudará al supervisor de zona a tener en cuenta nuevas aspectos, como competencias de desempeño y operativas, de ayuda y servicio, de influencia, directivas y eficacia personal, competencias que podrá manejar en función y beneficio de la organización.

Cabe resaltar, que, en las políticas administrativas para personal de puntos de venta, en especial las dirigidas para los administradores, que maneja la empresa Unidrogas S.A.S, exige habilidades en su personal al momento de desempeñar dicho puesto de trabajo, lo cual podrá ser medible mediante las siguientes competencias, las cuales abarcan a cabalidad todas estas habilidades ya anteriormente mencionadas.



Figura 18. Competencias de evaluación

La proposición del proceso evaluador implica tiempo y disposición de todos al momento de generar resultados, es por ello por lo que la autoevaluación tomara más tiempo que la evaluación observada realizada por el auditor, de igual manera es un proceso sencillo, que deberá ser ejecutado al momento al momento de finalizar el segundo conteo del inventario, para que con esto tanto el auditor como el

administrador, genere una idea del cobro y del manejo de su administración, así con esto, el administrador será más consciente a la hora de llenar su autoevaluación.

DISEÑO DE UN FORMATO DE EVALUACIÓN PARA ADMINISTRADORES DEL PUNTO DE VENTA

Este formato es un modelo inaugural que podrá seguir analizando, mejorando dicha organización para beneficio y uso del mismo, modelo suministrado mediante preguntas referentes a las competencias anteriormente mencionadas, para así generar un cuestionario de manera integral, con respuestas que se darán por medio de la de Likert. Esta escala es la más apropiada ya que la mayoría de las preguntas consta de procesos que se deben realizar en su totalidad con frecuencia para el buen funcionamiento del punto de vista, puesto que ha así lo hemos observado a lo largo de esta experiencia.

AUTOEVALUACIÓN

A continuación, se presentan una serie de preguntas relacionadas con la realización de su desempeño en su puesto de trabajo, Se recomienda responder con sinceridad, para así tener un mejoramiento continuo.

NOMBRE_____

¿Cuánto tiempo lleva en la empresa como administrador? _____

❖ ¿Identifica y organiza la mayoría de los medicamentos suministrados en su farmacia?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Planea y suministra medicamentos de primera necesidad?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Lleva control de los medicamentos próximos a vencer?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Realiza Kardex constantemente en su farmacia?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Ayuda a sus compañeros con la realización de sus metas ya sea a nivel profesional o personal?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Es importante para usted mantener la farmacia limpia?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Organiza los medicamentos no genéricos según el laboratorio y en orden alfabético?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Desarrolla habilidades de comunicación con su personal a cargo y así mismo con los clientes?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Tiene claro las políticas de Unidrogas S.A.S. para administradores?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Se siente inconforme con la realización de su labor en su puesto de trabajo?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Genera estrategias frente a la competencia?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Se preocupa por el orden de su farmacia?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Está al tanto de nuevos medicamentos que salen al mercado?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Se proyecta metas y objetivos alcanzar ya sea mensual o trimestralmente?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿Cuida y preserva lo activos fijos de su punto de venta?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

❖ ¿hace el cargue de remisiones apenas llega la mercancía?

Nunca__ Casi Nunca__ Ocasionalmente__ Todos los días__

Gracias por tú participación en el equipo Unidrogas...

3.CONCLUSIONES

Etapa importante de nuestras vidas en la cual estamos cumpliendo un sueño enorme podemos decir que la empresa Unidrogas S.A.S fue una promotora de conocimiento en donde aprendimos procesos y funciones importantes que se manejan dentro de una organización tan grande como esta , ya que en este proceso se logró poner en práctica habilidades y conocimientos que tenemos adquiriendo a lo largo de nuestra carrera profesional dentro de la universidad , lo cual nos permitió visualizar falencias que se venían presentando dentro de la empresa , en donde partiendo desde nuestro punto de vista dimos a conocer nuestras propuestas o planes de mejoramiento en los procesos del área de auditoria en pro del fortalecimiento de esta área.

Se observo y analizo la poca importancia que los lideres les dan a los aportes que nosotros pudimos brindarles, debido a un sistema tan cerrado que manejan dentro de la organización es por ello que se crean barreras que evitan que propuestas como las tenemos se pongan en marcha, dejando a un lado ideas y conocimientos realmente interesantes que pueden ayudar a la empresa a crecer y seguir expandiéndose a nivel nacional

Implementar nuevas tecnologías que ayuden a la gestión y optimización de los procesos de recolección de datos, que aportan a la organización información importante en la toma de decisiones y que evalúan los mecanismos de auditoria también la importancia de la calidad del servicio de los colaboradores que operan bajo el sello de Unidrogas y del manejo de su maquinaria y equipo, y por lo tanto a la sostenibilidad de las finanzas de cada punto de venta.

Gracias al desarrollo del presente trabajo práctico se logró conocer más a fondo, y de manera consciente, el proceso en totalidad que se encarga la dependencia de Auditoría en la empresa Unidrogas S.A.S, el cual, sin duda, es un caso enriquecedor y de gran aprendizaje en el inicio de nuestra vida profesional, así mismo agradecer por dejarnos desarrollar profesionalmente y poner en práctica todos nuestros conocimientos adquiridos a lo largo de este proceso académico universitario. También fue posible abrir nuevos panoramas y perspectivas que permitan tener una nueva visión para seguir ampliando el horizonte en la línea de auditoría, o en el manejo de otras dependencias en las que podamos seguir creciendo de manera profesional.

4.RECOMENDACIONES

Es importante tener claro que como estudiantes de una carrera profesional en este caso de administración de empresas estamos en la capacidad competente de proponer ideas y brindar a la empresa soluciones para cambios que se deban hacer, por tanto se recomienda a la empresa Unidrogas S.A.S tener en cuenta las propuestas que anteriormente plasmamos en este trabajo de grado ya que en la parte auditora hay que mejorar procesos que no están cien por ciento ejecutados y que para nosotros es viéndolo desde lo interno ayuda a la mejora de la organización, , lo cual partiendo de aquello es importante que cada proceso con ayuda y guía del líder se articulen a la información lo cual permiten estar más enfocados llegando así al cumplimiento de metas propuestas

Por consiguiente, cabe resaltar poner en práctica el uso avanzadas tecnologías que permitan que los procesos se realicen en un menor tiempo, y menor aumentos de re procesos que puedan afectar el trabajo en la parte de auditoria al momento de abrir un inventario en el punto de venta, esto es importante aclarar ya que como se viene diciendo anteriormente hay falencias que se deben mejorar.

La compañía debe unificar proceso en todas sus sucursales, cuidar sus bienes y estar analizando con que se cuenta

5. ALCANCE DE LAS PRACTICAS

El aprendizaje que se adquirió en la práctica profesional dentro de la empresa Unidrogas S.A.S nos sirve para darnos cuenta que es un conjunto que aporta un mayor conocimiento y desarrollo como futuros profesionales de administración de empresas , y es por ello que esta práctica nos permite conocer y entender esta dinámica empresarial , a su vez refuerza el trabajo en equipo y como este nos permite desenvolver nuestras habilidades ya sean : la comunicación, el liderazgo , el trabajo bajo presión que se emplea en esta área y la toma de decisiones a la que se enfrentan los lideres y a su vez nosotros como pasantes. es allí donde la empresa nos ofrece este espacio para poder enfrentarnos a un mundo laboral competitivo y en constante actualización, donde nos formamos como futuros profesionales en la cual se desarrollarán diferentes actividades que enriquecieron conocimientos nulos obteniendo una visión empresarial y profesional en el tema. El área en la cual hicimos nuestra práctica profesional, fue auditoría externa en los diferentes puntos de venta (droguerías) en la cual obtuvimos conocimiento, confianza, respeto y empatía por el trabajo creando un sentido de pertenencia hacia la empresa, donde la comunicación era fundamental al momento de aclarar circunstancias y solucionar problemas.

Como experiencia nos llevamos el recordatorio de por vida de lo que queremos y no, al aspirar en un puesto laborar, pues en él nos desarrollaremos cada día como profesionales y como persona, nos llevamos recuerdos gratos de la responsabilidad que adquirimos al momento de firmar un contrato un laboral y como todos se esfuerzan a diario por realizar su trabajo de manera exitosa, para así dar resultados positivos

6. BIBLIOGRAFÍAS

- Expertos de auditoría de la empresa Unidrogas S.A.S
- [Concepto o definición de activo fijo | Gerencie.com](#)
- [Administración de activos e instalaciones | Soluciones de manufactura | Zebra](#)
- [6 métodos comprobados para la medición de la satisfacción del cliente \(userlike.com\)](#)
- [🚀 Indicadores de satisfacción de clientes. NPS, CES, CSAT \(elviajedelcliente.com\)](#)
- Políticas para administradores, puntos de venta. Documento oficial Unidrogas S.A.S 2018
- <https://www.monografias.com/trabajos93/tecnicas-e-instrumentos-recoleccion-datos-cualitativos/tecnicas-e-instrumentos-recoleccion-datos-cualitativos.shtml>