

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNIDROGAS SAS- VALLEDUPAR**

Jofran David Sánchez De La Hoz
1094282502
Neil Andrés Barrios Reales
1067725137

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
PAMPLONA
2021-1**

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
UNIDROGAS SAS-VALLEDUPAR**

Jofran David Sánchez De La Hoz
1094282502
Neil Andrés Barrios Reales
1067725137

Informe presentado como requisito final para optar al título de.....

Supervisor de Práctica
Rut Mayerly Guerrero Y Fernando E. Brand Cámara

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
PAMPLONA
2021-1**

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT	5
INTRODUCCION	6
JUSTIFICACIÓN	7
1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL	8
NOMBRE DE LA EMPRESA	8
1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA	8
PERFIL DE LE EMPRESA.....	9
ASPECTOS LEGALES	9
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	10
1.2.1 Misión	10
1.2.2. Visión	10
1.2.3 Objetivos de calidad.....	10
1.2.4 Valores.....	11
1.2.5 Política de calidad.....	11
1.2.6 Referencia Geográfica	12
1.2.7 Organigrama de la empresa	13
1.3 DIAGNOSTICO	14
1.3.1 DEPARTAMENTO DE MARKETING	14
1.3.2 DEPARTAMENTO FINANCIERO	14
1.3.2.1 Contabilidad	14
1.3.2.2 Cartera	14
1.3.3 DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.....	15
1.3.4 DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO	15
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)	16
ANÁLISIS.....	16
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)	17
ANÁLISIS.....	17
MATRIZ DOFA.....	18
1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	19
Departamento de auditoría.....	19
Misión	19
Descripción área de trabajo	19
ORGANIGRAMA DPTO DE AUDITORIA	20
1.5 FUNCIONES COMO PASANTE	21
1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	21
1.6.1 Título.....	21
1.6.2 Objetivo General	21
1.6.3 Objetivos Específicos.....	21
1.6.4 Justificación	22
1.6.5 Cronograma	23
2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	24

2.1 Objetivo.....	24
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
Control de las inconsistencias.....	24
2.1.1 Diseñar y aplicar un formulario (Encuesta) al supervisor, empleado y cliente de la empresa UNIDROGAS S.A para evaluar las políticas de devolución.....	25
2.1.1.1 INTRODUCCIÓN	25
POLÍTICAS DE DEVOLUCIONES A CLIENTES	25
Antecedentes de Devoluciones punto de venta	26
2.1.1.2 TECNICA DE AUDITORIA FORMULARIO O ENCUESTA	29
2.1.1.3 Objetivo.....	29
2.1.1.4 Alcance	29
2.1.1.4 Formularios	29
2.1.1.6 Participación en la encuesta	36
2.1.1.7 Resumen de resultados de la encuesta	36
2.1.2 Realizar un análisis del proceso actual de devolución para el buen funcionamiento de las actividades que se llevan a cabo.....	40
2.1.2.1 Cuadro comparativo.....	40
2.1.2.2 Análisis del proceso de devolución	41
2.1.2.3 Devolución	41
2.1.2.4 Referencia manual de procedimientos.....	41
2.1.2.4 Manual de procedimiento.....	42
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES.....	52
ALCANCES DE LA PRÁCTICA	53
BIBLIOGRAFIA.....	54

ABSTRACT

In this paper, an internal control will be presented that requires an important role in all organizations, since they have efficient tools to carry out and carry out the corresponding practice in the media, this taking into account that the information with which work is being done is transparent, which will guarantee a better and adequate performance of the activities and operations of the company.

In accordance with the information acquired, a procedures manual was designed to evaluate the internal control processes of the company UNIDROGAS SAS, in order to verify whether the internal controls of the company are being properly executed or if they are obsolete, because currently The UNIDROGAS SAS Audit Department does not have a permanent or plant auditor, and it did not have a control manual.

INTRODUCCIÓN

Siglo XXI un mundo revolucionado, inmerso en una carrera audaz y competitiva donde todos los detalles son determinantes para no ser expulsado del mercado, es posible que suene muy dramático, pero es realmente un arte fascinante y atractivo para aquellos que amamos las ciencias económicas empresariales.

Desde la academia aprendemos a ser más que profesionales, aprendemos a dar soluciones que incluso la misma academia no te enseña, el mercado laboral cada vez más te demanda estrategias que se adapten a las necesidades y te permitan subsistir, crecer y posicionarte.

¿Pero cómo mejorar algo que no sabes que está mal? Muy difícil cierto, las auditorias son un excelente recurso que nos permite realizar una evaluación de la empresa o una dependencia de la misma, esta evaluación nos permite generar un diagnostico razonable de las condiciones actuales de la empresa, para luego emitir un dictamen con recomendaciones para mejorar un proceso o los procesos que lo requieran, siempre en busca de ser mejores, de mantener estándares de calidad en la prestación del servicio.

Ahora la práctica empresarial presenta las condiciones ideales para que como estudiantes podamos dar un aporte de acuerdo a lo aprendido en la academia y al mismo tiempo adquirir conocimientos que no se aprenden en la universidad, si un conocimiento muy rico que se aprende solo en la práctica.

Por tal motivo para este caso en particular en UNIDROGAS SA y más exactamente en el departamento de auditoria evaluamos los procesos que se desarrollan en una de las más importantes líneas de la empresa (puntos de venta, droguerías inglesa y botica), es aquí donde comienza nuestra participación como estudiantes en los procesos evaluativos que desarrollan en el departamento de auditoria en la regional de Valledupar-Cesar.

JUSTIFICACIÓN

Para el correcto y buen manejo de una empresa siempre se necesita conocer los procesos, la misión, visión, objetivos en si la razón de ser de la misma, con el fin de no solo saber de ella, sino que a su vez buscar las formas de ayudar al crecimiento desde diversas disciplinas; en este caso desde la contaduría pública y la administración de empresas contribuyendo a una proyección integral de esta.

Considerándose la realización de procesos de revisión de las empresas se hace necesario realizar un análisis de las cual internos de la misma; dentro de la cual se establecen ciertas necesidades siendo la principal es la de evaluar del proceso de auditoria como también dar a conocer dictámenes que le permitan a la misma mejorar sus procesos que se requieran.

1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

NOMBRE DE LA EMPRESA

UNIDROGAS SAS

1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

UNIDROGAS S.A.S 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 el Kilómetro 3-981 vía río frío Zona franca, manzana F bodega 6 y cuya razón social fue modificada según escritura pública 1072 de fecha 12 de junio de 1996 de la notaria 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.S”; 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.S 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 600 puntos de venta aproximados representados en cadenas de droguería propia y aliada; entre las propias se pueden mencionar los dispensarios Unidrogas y la cadena de droguerías alemana. Hoy cuenta con sedes administrativas en Barranquilla, Bogotá, Cúcuta, Medellín, Bucaramanga y actualmente está posesionando una nueva sucursal en el Norte del Cesar, en la ciudad de Valledupar; con 39 años en el mercado UNIDROGAS S.A.S es fuente de empleo y progreso regional.

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

Optimizando procesos y buscando siempre la mejora continua, como resultado de la auditoria de otorgamiento realizada por el INCONTEC 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 dese 2013.

Valledupar, también llamada Ciudad de los Santos Reyes del Valle de Upar, es un municipio colombiano, capital del departamento del Cesar. Es la cabecera del municipio homónimo, el cual tiene una extensión de 4 km², 532.956 habitantes;

está conformado por 25 municipios y 102 veredas. Está ubicada al nororiente de la Costa Atlántica colombiana, a orillas del río Guatapurí, en el valle del río Cesar formado por la Sierra Nevada de Santa Marta al occidente y la serranía del Perijá al oriente.

A finales de 2020 se inauguró una nueva bodega UNIDROGAS.SAS, y su función principal abastecer los más de 49 puntos estratégicos de ventas que hay en Valledupar y municipios aledaños.

PERFIL DE LE EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA	UNIDROGAS S.A.S
REPRESENTANTE LEGAL	JUAN FRANCISCO SUAREZ GOMEZ
NIT	890.208.788-9
GERENTE	JUAN FRANCISCO SUAREZ GOMEZ
MATRICULA CAMARA DE COMERCIO	05-016043-04
FECHA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA	ABRIL 16 DE 1982
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	BUCARAMANGA, SANTANDER / BARRANQUILLA ATLANTICO
DIRECCIÓN	Zona Franca Santander anillo vial bodega F6 / Zona Franca Z 13 Mz 4
TELÉFONO	6424252 - 6330304 / 3490630 – 3495395 - 3160660
FAX	6524322 / 3680974
CORREO ELECTRÓNICO	lidercalidadbmanga@unidrogas.net.co

ASPECTOS LEGALES

Decreto Número 2200 de 2005: Por el cual se reglamenta el servicio farmacéutico y se dictan otras disposiciones. Decreto Número 2330 de 2006: Por el cual se modifica el Decreto 2200 de 2005 y se dictan otras disposiciones. Resolución 1403 del 14 de mayo de 2007: Por la cual se determina el Modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico, se adopta el Manual de Condiciones Esenciales y Procedimientos y se dictan otras disposiciones.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

Logotipo- UNIDROGAS S.A.S



1.2.1 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 la eficiencia 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. Es llegar al 2025 siendo líderes 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, supliendo las necesidades de los clientes con procesos y servicios de calidad, cumpliendo con el compromiso de mejora continua y contribuyendo a la salud y bienestar de los clientes.

1.2.3 Objetivos de calidad

- ✓ 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.

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

- **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 propuestos
- **Enfoque al cliente:** Concentración de esfuerzo y recurso de la empresa para comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfaciendo sus requisitos y esforzándose en exceder las expectativas de los mismo.

1.2.5 Política de calidad

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

1.2.6 Referencia Geográfica



1.2.7 Organigrama de la empresa

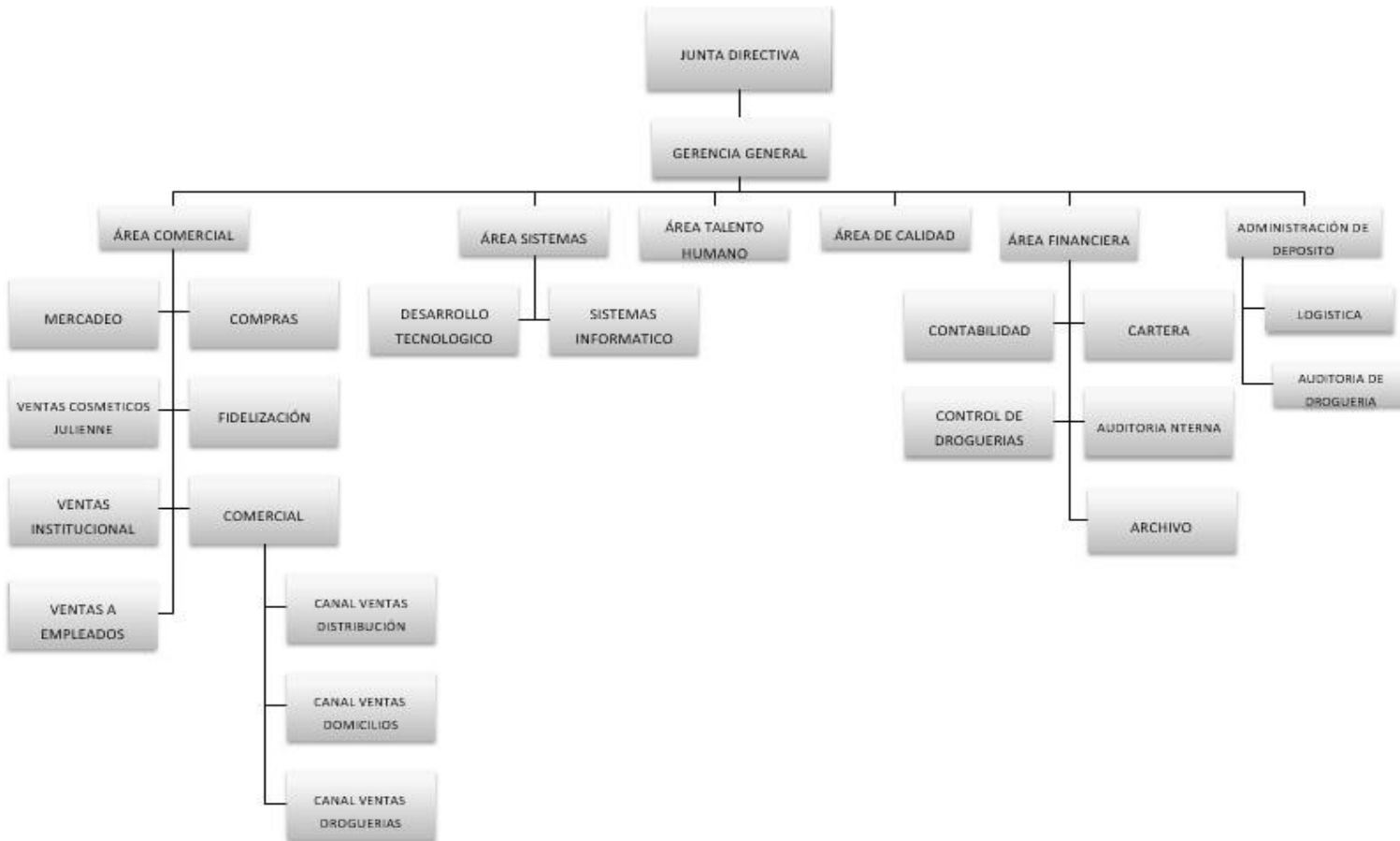


Gráfico N° 1. Organigrama de UNIDROGAS S.A

1.3 DIAGNOSTICO

1.3.1 DEPARTAMENTO DE MARKETING

El tamaño de los distintos segmentos del mercado varía cada mes según los clientes y según la zona, por esto Unidrogas va cerrando o abriendo puntos de ventas de acuerdo a las ventas y la ubicación que estos tengan. Además, los vendedores de cada punto deben cumplir con una cuota mensual para poder obtener la bonificación que da la empresa, una de las estrategias que utilizan los vendedores para captar mayor número de clientes es realizar llamadas personalizadas.

Hay laboratorios y productos en específico donde Unidrogas da un porcentaje de bonificación por la venta de cada uno de estos, como Gimed, Julienne Cosmetic entre otros, este bono no se maneja por droguería sino por vendedor, en el cual por medio de la factura se va teniendo un registro de las ventas que tiene cada uno.

1.3.2 DEPARTAMENTO FINANCIERO

UNIDROGAS SAS, es una empresa financieramente estable que genera las operaciones necesarias para mantener un flujo de caja suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes y proveedores. Cada punto de venta cuenta con un activo(inventario) suficiente(robusto) que le permite ofertar una gran variedad de productos farmacéuticos y de bellezas entre otros, y de esta manera satisfacer las necesidades del cliente.

1.3.2.1 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) que de manera sistemática (Programa MAIA) controlan las operaciones y mantiene la información financiera dentro de las normas de contabilidad que rigen la profesión.

1.3.2.2 Cartera. Se encarga de la administración del capital de trabajo de la mejor manera para promover la mayor liquidez de la empresa, así como la verificación de los pagos realizados por los clientes y su oportuno cobro para dar rotación a los recursos y cumplir sus compromisos económicos con sus proveedores para liberarse de cargas lo que le permite aumentar sus inversiones en cada una de sus agencias.

1.3.3 DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

UNIDROGAS SAS es distribuidora de todos los laboratorios multinacionales y nacionales afiliados a Afidro y Asunfar, ya que cuentan con Buenas Prácticas de Manufacturas tales como (Bussié, Lafranco, Chalver, entre otros) y multinacionales (Abbott, Schering plough, GlaxoSmithKline, Boehringer Ingelheim, Pfizer, Wyeth y muchos más), cuyo prestigio lo respaldan el certificado de buenas prácticas de manufactura, aprobación de INVIMA y supervisión de registros sanitarios vigentes en donde sus especificaciones coinciden textualmente con lo impreso en etiquetas y empaques de cada producto ofrecido. Es por esto que garantizan comercialización de medicamentos efectivos, seguros y confiables.

1.3.4 DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

Este departamento se desarrollan actividades tales como el control de asistencia, formulación y pago de nómina, concesión de permisos, entrevistas de inducción, control de descuento en nómina registros y estadísticas del personal, participación en la contratación colectiva (convenios con instituciones educativas), responsabilidad frente a la seguridad social de cada empleado, prevención de riesgos laborales, entre otras funciones basadas sobre todo en la relación permanente con la parte laboral.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

La matriz de evaluación de factores internos (EFI), permite vislumbrar como se encuentra la situación interna de las empresas farmacéuticas, evalúa las principales fortalezas y debilidades de la misma a través de múltiples variables establecidas según las principales características que debería tener un modelo de negocio, dichas variables ofrecen una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas; para ello se tiene en cuenta la asignación de una ponderación y evaluación a las variables, lo que nos arroja un resultado. “Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por encima de 2.5 indican una posición interna de fuerza. (Planeación estratégica, 2009)”.

FACTOR CRITICO: FORTALEZAS		PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
f1	Crecimiento económico en las zonas de Valledupar.	10%	4	0.40
f2	Alianzas estratégicas con terceros (proveedores y clientes).	10%	4	0.40
f3	Capacitaciones al talento humano de trabajo.	5%	4	0.20
f4	Valledupar cuenta con bodega local.	10%	4	0.40
f5	Posicionamiento en el mercado.	10%	4	0.40
f6	Fidelización de los clientes.	5%	4	0.20
f7				-
f8				-
f9				-
f10				-
FACTOR CRITICO: DEBILIDADES		PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
d1	Deficiencia del acompañamiento de los supervisores de zona.	10%	1	0.10
d2	El proceso de devolución no se ajusta a la necesidad en los puntos	5%	2	0.10
d3	No se cumple debidamente los procesos (transferencia de product	5%	1	0.05
d4	La región de Valledupar no cuenta con un Auditor fijo o de planta.	10%	1	0.10
d5	Falta de marketing digital para dar a conocer sus laboratorios.	10%	1	0.10
d6	Inconsistencia en el despacho de la mercancía debido al falta de e	10%	2	0.20
d7				-
d8				-
d9				-
d10				-
TOTAL		100%		2.65

Fuente: Matriz 1. Barrios, N. & Díaz, B. & Pérez, E. & Sánchez, Y.

ANÁLISIS

Según la ponderación de la matriz EFI se tienen un resultado de 2,65 por encima de la media que es 2.5 esto nos quiere decir que UNIDROGAS S.A en el sector farmacéutico, en sus factores internos se encuentran con un nivel alto de desempeño, es decir las fortalezas y debilidades son tenidas en cuenta por los administradores de esta empresa, manteniendo su nivel de competencia ante el mercado. Además, permite ver que aún tienen muchos factores por mejorar que les permita lograr un mejor desarrollo empresarial de este sector.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

La matriz de evaluación de factores externos (EFE), permite comprender como se encuentra la situación externa de las empresas farmacéuticas, evalúa los factores críticos de las principales oportunidades y amenazas de estas a través de múltiples variables establecidas según los factores determinantes del éxito, dichas variables permiten compararnos con la competencia; para ello se tiene en cuenta la asignación de una ponderación y evaluación a las variables.

FACTOR CRÍTICO: OPORTUNIDADES		PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
o1	Mejoramiento en el proceso de compra a terceros (colombina, Coca-Cc	10%	4	0.40
o2	Aumento de la demanda de productos debido a la emergencia sanitaria	10%	3	0.30
o3	Buena aceptación de los puntos de ventas en el mercado.	10%	4	0.40
o4	Convenios con otras empresas del mismo sector.	10%	3	0.30
o5	Abrir nuevos nichos de mercado con nuevos productos.	5%	3	0.15
o6	Lograr posicionamiento de sus laboratorios en el mercado.	10%	3	0.30
o7				-
o8				-
o9				-
o10				-
FACTOR CRÍTICO: AMENAZAS		PONDERACIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADO
a1	Altos índices de inseguridad.	5%	2	0.10
a2	Posible confinamiento por rebrote de covid-19.	10%	1	0.10
a3	Participación de la competencia en el mercado (FARMANORTE, REBAJA)	5%	1	0.05
a4	Desplazamiento de la demanda por medio de convenios con la compet	5%	2	0.10
a5	Aumento de la tasa de desempleo del 4,3% a enero de 2021 (DANE).	10%	1	0.10
a6	Ofertas laborales dentro del mismo sector (farmacéutico).	10%	1	0.10
a7				-
a8				-
a9				-
a10				-
TOTAL		100%		2.40

Fuente: Matriz 2. Barrios, N. & Díaz, B. & Pérez, E. & Sánchez, Y.

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos en la matriz de evaluación de los factores externos EFE aplicada al sector farmacéutico (droguerías) se obtuvo un ponderado de 2,40 lo que quiere decir que los administradores y demás entes de UNIDROGAS S.A están teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas, generando así satisfacción de los consumidores y exclusividad frente a las competencias.

MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Valledupar cuenta con bodega local.	D1. No se cumple debidamente los procesos (transferencia de productos).
	F2. Posicionamiento en el mercado.	D2. Falta de marketing digital para dar a conocer sus laboratorios.
	F3. Alianzas estratégicas con terceros (proveedores y clientes).	D3. Deficiencia del acompañamiento de los supervisores de zona.
	F4. Crecimiento económico en las zonas de Valledupar.	D4. Inconsistencia en el despacho de la mercancía debido al falta de experiencia del personal nuevo. D5. La regional de Valledupar no cuenta con un Auditor fijo o de planta.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Mejoramiento en el proceso de compra a terceros (colombina, Coca-Cola, Postobón, Bavaria).	(F4, O2, O3) Generar excelente atención al cliente, para que sus expectativas en el servicio prestado queden satisfechas y así lograr la fidelización de estos.	(D2, D4, O3) Implementar el marketing digital para lograr un mayor posicionamiento en el mercado farmacéutico.
O2. Buena aceptación de los puntos de ventas en el mercado.	(F1, F3, O1) Implementar un plan de mejoramiento en el proceso de compra dándole participación a la bodega.	(D1, D3, O1, O2) Generar una mayor agilidad en los procesos de transferencias y devoluciones por parte de los supervisores y demás participantes para que no se presenten dificultades en caja de las diferentes sucursales.
O3. Lograr posicionamiento de sus laboratorios en el mercado.	(F2, O4) Generar estrategias de venta que busque satisfacer las necesidades de nuestros clientes en productos que permiten el	
O4. Aumento de la demanda de productos debido a la emergencia		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Aumento de la tasa de desempleo del 4,3% a enero de 2021 (DANE)	(F4, A1) Aprovechar el crecimiento económico para contratar nuevo personal y así contribuir a la reducción de la tasa de desempleo.	(D2, A3) Hacer uso del marketing digital teniendo en cuenta las tendencias actuales de consumo (compra por internet).
A2. Ofertas laborales dentro del mismo sector (farmacéutico)	(F1, A1, A3) Ofertar más bacantes de empleo para la bodega local permitiendo así aportar a la reducción de la tasa de desempleo. Por otro lado, mantener la bodega con la mercancía suficiente para abastecer todas sus sucursales por si se diera un nuevo confinamiento debido al rebrote que se está presentando.	(D4, D5, A4) Aplicar una evaluación al personal de la bodega que permita obtener información de las falencias que mas se presentan para así poder implementar capacitaciones en las áreas que necesitan ser fortalecidas. Por otro lado, es fundamental que Valledupar cuente con un auditor fijo que permita evaluar los procesos, dictaminar y recomendar mejoras que permitan mantener un estándar de calidad en los servicios ofrecidos.
A3. Posible confinamiento por rebrote de covid-19		(D3, A2) Construir una relación estrecha entre supervisores y administradores que permitan generar estrategias para reducir las inconsistencias que se vienen presentando en las sucursales y que de igual forma permita generar un ambiente laboral más amena.
A4. Desplazamiento de la demanda por medio de convenios con la competencia		

Fuente: Matriz 3. Barrios, N. & Díaz, B. & Pérez, E. & Sánchez, J.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

Departamento de auditoria

Misión

Ejercer control y emitir un diagnóstico integral oportuno e imparcial sobre todas las operaciones de la organización, para alcanzar el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales.

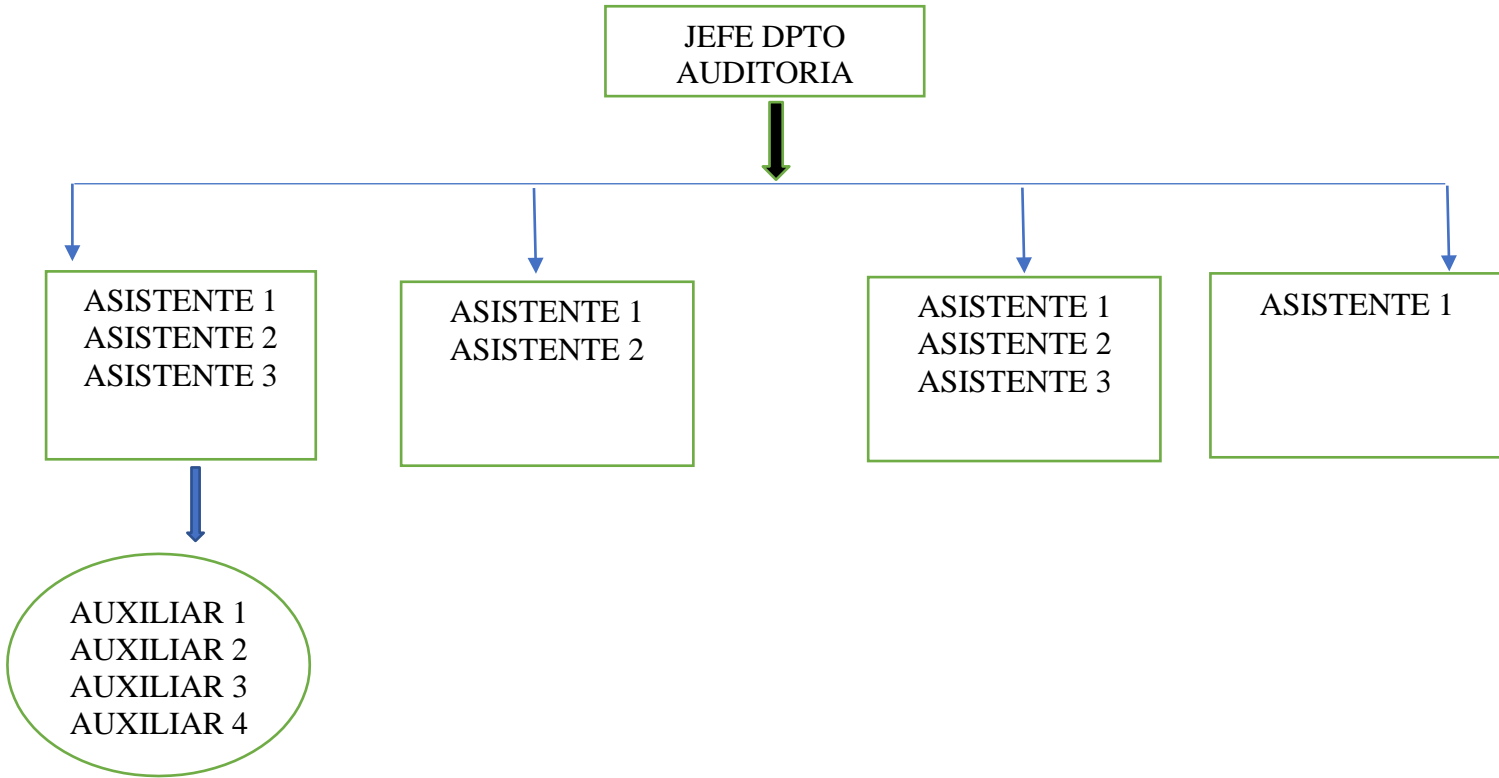
Descripción área de trabajo

El área de trabajo en la cual se va a llevar a cabo el desarrollo de la práctica profesional en la empresa UNIDROGAS S.A.S es el área de Auditoria, el cual está conformado por la jefe del departamento de auditoria quien además cumple con funciones de carácter administrativo Hernán Briseño, 9 auxiliares, distribuidos de la siguiente manera.

- Santa Marta 3 auxiliares
- Cartagena 2 auxiliares
- Montería 1 auxiliar
- Barranquilla 3 auxiliares

Quienes elaboran el proceso de auditoría de inventario en los diferentes puntos de ventas (droguerías) que posee la Organización, podemos observar que actualmente en la ciudad de Valledupar no se cuenta con un auxiliar de auditoria fijo o de planta, lo cual hace necesario recibir apoyo de la regional Barranquilla y Santa marta.

ORGANIGRAMA DPTO DE AUDITORIA



1.5 FUNCIONES COMO PASANTE:

- Realizar trabajo de Auditoria de inventario (trabajo de kardex) en las diferentes droguerías que posee la empresa y el centro de almacenamiento-distribución principal ubicada en Bucaramanga.
- Revisar la documentación legal y archivo de los servicios públicos de la droguería, para evitar percances futuros a la organización.
- Observar y reportar los aspectos locativos y limpieza dentro de la droguería auditada, proporcionando así una buena imagen a los clientes.
- Realizar Arqueo de caja y verificación de los dineros obtenidos de la venta del día.
- Revisar y evaluar los métodos y procedimientos de las diferentes dependencias (estructura funcional) para verificar que se cumplan los objetivos y políticas gerenciales.
- Realizar conciliaciones de inventario cada vez que se audite las droguerías o bodega.
- Ejecutar informes de cada una de las droguerías auditadas con los respectivos hallazgos encontrados.

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 Título

MANUAL DEL PROCESO DE DEVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS PARA MANTENER UN CONTROL FAVORABLE DE LAS INCONSISTENCIAS.

1.6.2 Objetivo General.

Diseñar un manual del proceso de devoluciones de los productos para mantener un control favorable de las inconsistencias en el inventario de los puntos de ventas

1.6.3 Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar y aplicar un formulario (Encuesta) al supervisor, empleado y cliente de la empresa UNIDROGAS S.A para evaluar las políticas de devolución.

- ✓ Realizar un análisis del proceso actual de devolución para el buen funcionamiento de las actividades que se llevan a cabo

1.6.4 Justificación.

Es de suma importancia contar con un área de auditoria para llevar a cabo mejoras a nivel interno y externo de la empresa teniendo así un control total de la misma.

Mejorar el proceso de devolución en los puntos de venta que permita mantener un control en las falencias que se vienen evidenciando, dándole así una mejora en el proceso evitando productos en inconsistencias.

La información de esta propuesta es aplicable a la evaluación del proceso de devolución, para llevar un control más eficiente y comprobando que el mismo se esté efectuando de forma satisfactoria en cada punto de venta, cumpliendo con las políticas establecidas. Está beneficiara a los puntos de venta al momento de realizar una devolución del producto por parte del empleado.

1.6.5 Cronograma

	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
ACTIVIDADES	SEMANAS																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inducción																				
Presentación y socialización de las actividades a desempeñar por la empresa																				
Proceso de concentración																				
Recopilación de información																				
Formulación de la propuesta																				
Entrega primer informe																				
Desarrollo de la propuesta																				
Entrega del segundo informe																				
Conclusiones y recomendaciones de la propuesta de mejoramiento																				
Entrega informe final																				
sustentación																				

2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Título

Manual del proceso de devoluciones de los productos para mantener un control favorable de las inconsistencias

2.1 Objetivo

Diseñar un manual del proceso de devoluciones de los productos para mantener un control de las inconsistencias en el inventario de los puntos de ventas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa UNIDROGAS SAS, cuenta con más de 600 puntos a nivel nacional, en donde actualmente se sigue presentando la problemática (basado en antecedentes) con los procesos de devolución en los puntos de ventas de Valledupar y poblaciones, ya que las soluciones implementadas anteriormente al mismo proceso (devoluciones) no tuvieron ni tienen el resultado esperado.

Proceso actualmente depende de la intervención del supervisor de cada zona y de su disponibilidad de tiempo lo que mayoría de las veces es escaso; no se ajusta a la necesidad que se presenta actualmente.

Control de las inconsistencias

Son procesos necesarios que buscan controlar y consolidar la información referente a las existencias físicas de los productos en un punto de venta el cual nos conlleva a una serie de procesos que son; toma física de inventarios o inconsistencias a evaluar los procedimientos de entradas y salidas de las ventas, conteos cíclicos etc.

2.1.1 Diseñar y aplicar un formulario (Encuesta) al supervisor, empleado y cliente de la empresa UNIDROGAS S.A para evaluar las políticas de devolución.

2.1.1.1 INTRODUCCIÓN

A través de la siguiente encuesta, hemos querido conocer la opinión de los Supervisores, Personal administrativo y clientes de los puntos de venta acerca las condiciones en que el personal de entidad UNIDROGAS S.A.S realiza sus devoluciones de productos farmacéuticos, con el fin de promover una iniciativa para la mejora del buen uso de las políticas de devolución que maneja el ente.

POLÍTICAS DE DEVOLUCIONES A CLIENTES

- Las ventas deben ser del mismo día
- El producto debe coincidir con los productos que tiene el PDV con inventario en términos, de presentación lote y fecha de vencimiento.
- Si la venta tiene más de un día, es el coordinador quien debe remitir el correo a sistemas con la información que se le solicite.

PROCEDIMIENTO

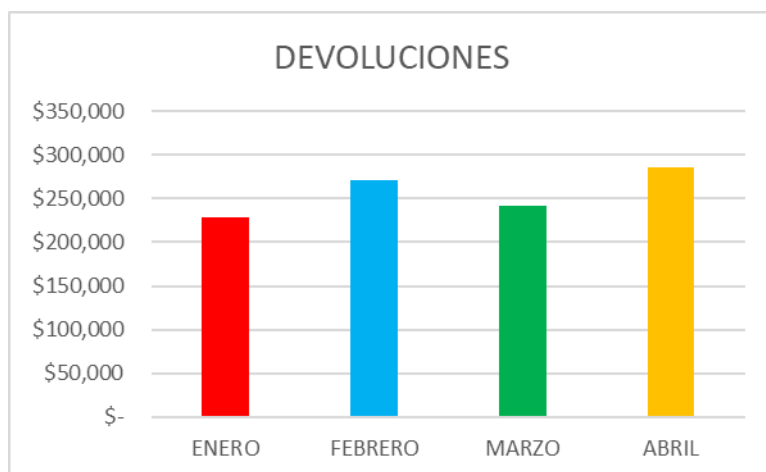
- El administrador envía un correo a sistemas solicitando la autorización para la devolución de la venta
- En este correo debe anexar el numero de la factura
- Relacionar el producto o los productos a devolver
- Indicar la razón de la devolución e informar que compra hizo a cambio de la devolución

Nota: es importante entender que las devoluciones no se permiten como política porque es nuestra responsabilidad salva guardar la salud de nuestros clientes, respaldando un proceso logístico que se garantice las buenas prácticas de almacenamiento y transporte de los medicamentos.

Sin embargo, si vamos autorizar la devolución debemos ser garantes que estos compromisos hacia el cliente se cumplen y también que el servicio es lo más importante. Así evitamos sin sabores en la atención de nuestros clientes.

Antecedentes de Devoluciones punto de venta

Se realizará una evaluación de un punto de venta para determinar en qué estado se encuentra la droguería con respecto a las devoluciones que realiza. Droguería



Ref: Jofran sanchez & Neil Barrios

Evaluamos las devoluciones de una droguería del mes de enero al mes de abril, en la gráfica siguiente muestra un saldo que va aumentando de un mes a otro, representado al mes de enero con un valor de \$229.100, febrero \$241.600, marzo \$271.500 y abril \$286.000. Significa que las droguerías se encuentran realizando un gran número de devoluciones por falta de un proceso de devolución.



Ref: Jofran sanchez & Neil Barrios

En base a los resultados negativos arrojados por la evaluación que se les realizó a la zona de Valledupar en cuanto a las devoluciones que realiza cada punto de venta, se observa que del mes de enero al mes de abril del año 2021

las devoluciones han incrementado en valor porcentual representado así, enero 22%, Febrero 26%, Marzo 24% y Abril 28% lo que genera una inquietud para la empresa.

Devoluciones

Devoluciones.....:	79,600.00
Neto Mensual.....:	18,567,300.00
----- POR CIERRE -----	
Ventas Bonificadas.:	3,043,000.00
Ventas Bimed.....:	1,331,500.00
Ventas Mensuales...:	18,646,900.00
Devoluciones.....:	79,600.00
Neto Mensual.....:	18,567,300.00
=====	
*** RESUMIDO TOTAL DEL MES ***	
----- POR FECHAS -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	50,903,700.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	229,100.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	50,674,600.00
----- POR CIERRE -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	50,759,100.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	229,100.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	50,530,000.00
=====	
Observaciones	

----- POR FECHAS -----	
Ventas Bonificadas.:	666,100.00
Ventas Bimed.....:	0.00
Ventas Mensuales...:	6,739,800.00
Devoluciones.....:	147,900.00
Neto Mensual.....:	6,591,900.00
----- POR CIERRE -----	
Ventas Bonificadas.:	666,100.00
Ventas Bimed.....:	0.00
Ventas Mensuales...:	6,739,800.00
Devoluciones.....:	147,900.00
Neto Mensual.....:	6,591,900.00
=====	
*** RESUMIDO TOTAL DEL MES ***	
----- POR FECHAS -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	45,749,000.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	241,600.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	45,507,400.00
----- POR CIERRE -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	45,986,600.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	241,600.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	45,745,000.00
=====	
Observaciones	

Devoluciones.....:	28,521,000.00
Neto Mensual.....:	28,397,900.00
----- POR CIERRE -----	
Ventas Bonificadas.:	2,572,400.00
Ventas Bimed.....:	0.00
Ventas Mensuales...:	28,521,000.00
Devoluciones.....:	123,100.00
Neto Mensual.....:	28,397,900.00
=====	
*** RESUMIDO TOTAL DEL MES ***	
----- POR FECHAS -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	61,868,700.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	271,500.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	61,597,200.00
----- POR CIERRE -----	
TOTAL VENTAS FACTURA.:	61,573,900.00
TOTAL DEV. CLIENTE...:	271,500.00
TOTAL VENTAS NETAS...:	61,302,400.00
=====	
Observaciones	

Devoluciones de productos

Devoluciones por baja rotación



Devolución próximos a vencer



Devolución mal estado



2.1.1.2 TECNICA DE AUDITORIA FORMULARIO O ENCUESTA

Las encuestas se desarrollan mediante el diseño de formularios específicos que se dirigen a los trabajadores de la entidad; generalmente se utiliza tres tipos de formularios: los dirigidos a los supervisores, personal administrativos o vendedores de los puntos de ventas y clientes. Para que una encuesta tenga efectividad debe ser concreta, no muy extensa, de fácil respuesta.

2.1.1.3 Objetivo


- Evaluar si cumplen las políticas de devolución
- El proceso de devolución es el adecuado
- Si el cliente se siente satisfecho con el proceso
- Si el vendedor asesora al cliente con respecto a las devoluciones

2.1.1.4 Alcance. Esta encuesta busca y quiere mejorar cada uno de los procesos en las devoluciones, lo que permite evaluar a cada uno de los responsables de dicho proceso que se lleva a cabo en los puntos de venta, el cual nos dará información que nos lleve a tomar decisiones de mejora, para así poder brindar un mejor servicio a los clientes y que también los supervisores y vendedores se sientan más comprometido con este proceso en los puntos de venta, para mantener un buen control en el inventario.

La encuesta, que se realiza a cada supervisor de cada zona de Valledupar y al personal administrativo o vendedores de cada punto de venta y a clientes que posee esos puntos de venta, tiene como objeto medir la opinión que tienen con respecto al proceso de devolución que posee la entidad.

2.1.1.4 Formularios

Cada cuestionario utilizado consta de 15 preguntas, todas relacionadas al proceso de devolución

	DEPARTAMENTO DE AUDITORIA
	DIAGNOSTICO DE DEVOLUCIÓN SUPERVISOR

Fecha:

Nombre del encuestado:

El siguiente cuestionario es realizado para evaluar al personal de trabajo de los puntos de ventas (droguerías) con el fin de determinar si están llevando a cabo el procedimiento adecuado con respecto a las devoluciones establecidas por la empresa.

Responda las siguientes preguntas marcando con una (x) la opción que usted mejor considere. Califique de uno (1) a cinco (5) cada uno de los interrogantes mencionados a continuación. Agradecemos su colaboración y sinceridad para con las preguntas.

Uno (1) Escaso o nulo

Dos (2) Pésimo

Tres (3) Regular

Cuatro (4) Bueno

Cinco (5) Excelente

1. ¿Cómo considera el marco de comportamiento ético que tienen los trabajadores de la droguería?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

2. ¿Cómo evalúa las funciones que realiza cada uno de los empleados, teniendo en cuenta la manera en que la empresa les asigna de acuerdo a las capacidades de devoluciones?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

3. ¿cómo evalúa el cumplimiento de estas políticas y su difusión a clientes y empleados?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

4. ¿Cómo considera las relaciones de los empleados con sus clientes?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

5. ¿Cómo se califica usted el acompañamiento que le brinda a los vendedores de los puntos de venta?


Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

	DEPARTAMENTO DE AUDITORIA
	DIAGNOSTICO DE DEVOLUCIÓN ADMINISTRADOR O VENDEDOR

Fecha:

Nombre del encuestado:

El siguiente cuestionario es realizado para evaluar al personal de trabajo de los puntos de ventas (droguerías) con el fin de determinar si están llevando a cabo el procedimiento adecuado con respecto a las devoluciones establecidas por la empresa.

Responda las siguientes preguntas marcando con una (x) la opción que usted mejor considere. Califique de uno (1) a cinco (5) cada uno de los interrogantes mencionados a continuación. Agradecemos su colaboración y sinceridad para con las preguntas.

Uno (1) Escaso o nulo

Dos (2) Pésimo

Tres (3) Regular

Cuatro (4) Bueno

Cinco (5) Excelente

1. ¿Cómo califica el estado y cumplimiento de las políticas, teniendo en cuenta aspectos como su fecha de vencimiento, estado del medicamento y presentación?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

2. ¿Cómo evalúa usted la atención que le brinda al cliente con respecto a las devoluciones?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

3. ¿Cómo califica el nivel de acompañamiento del supervisor?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

4. ¿Cómo evalúa el proceso de devolución que realiza los vendedores?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

5. ¿Cómo evalúa usted las capacitaciones que les brinda la empresa con respecto a las devoluciones?


Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

	DEPARTAMENTO DE AUDITORIA
	DIAGNOSTICO DE DEVOLUCIÓN CLIENTE

Fecha:

Nombre del encuestado:

El siguiente cuestionario es realizado para evaluar al personal de trabajo de los puntos de ventas (droguerías) con el fin de determinar si están llevando a cabo el procedimiento adecuado con respecto a las devoluciones establecidas por la empresa.

Responda las siguientes preguntas marcando con una (x) la opción que usted mejor considere. Califique de uno (1) a cinco (5) cada uno de los interrogantes mencionados a continuación. Agradecemos su colaboración y sinceridad para con las preguntas.

Uno (1) Escaso o nulo

Dos (2) Pésimo

Tres (3) Regular

Cuatro (4) Bueno

Cinco (5) Excelente

1. ¿Cómo califica la aptitud que le brinda el vendedor?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

2. ¿Cómo califica el proceso de devolución que emplea la droguería?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

3. ¿Cómo evalúa usted el grado de conocimiento de los vendedores para el uso adecuado que se les da a los medicamentos al momento de recomendarlos al cliente?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

4. ¿Qué calificación le da usted a las políticas de devolución que maneja la empresa?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

5. ¿Cómo califica el tiempo que demora el proceso de la devolución?

Uno

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

2.1.1.6 Participación en la encuesta. El personal de administración o puntos de venta asciende a las 15 personas de las cuales 5 contestaron la encuesta, de los 3 supervisores solo 1 contesto la encuesta y del cliente de 30 cliente solo 13 respondieron.

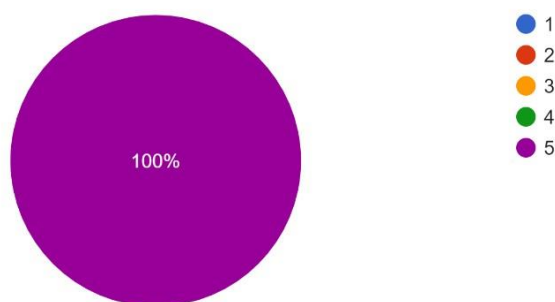
2.1.1.7 Resumen de resultados de la encuesta

Resultado encuesta a Supervisor

La encuesta realizada al supervisor de la zona de Valledupar nos arrojó como resultado que los trabajadores tienen un comportamiento ético excelente, acompañando a los vendedores de cada punto de venta.

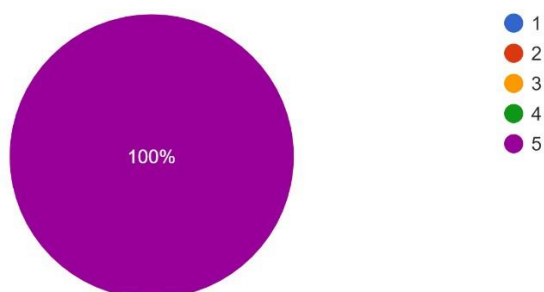
1.¿Cómo considera el marco de comportamiento ético que tienen los trabajadores de la droguería?

1 respuesta



5.¿Cómo se califica usted el acompañamiento que le brinda a los vendedores de los puntos de venta?

1 respuesta

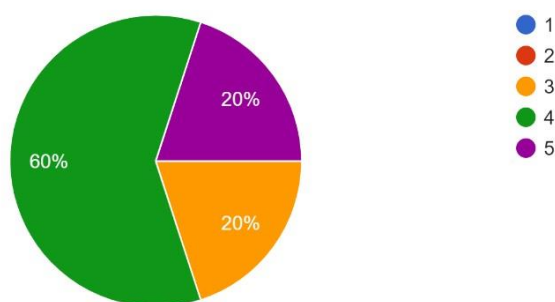


Resultados encuesta administradores y vendedores

De las cinco preguntas realizadas a los administradores y vendedores de cada punto de venta nos arrojó un resultado en cuanto el cumplimiento de las políticas se encuentran en un estado de regular a excelente, dividiéndose de esta manera; regular 20%, bueno 60% y excelente 20%. Podemos destacar la buena atención que le brindan los empleados de las droguerías a los clientes.

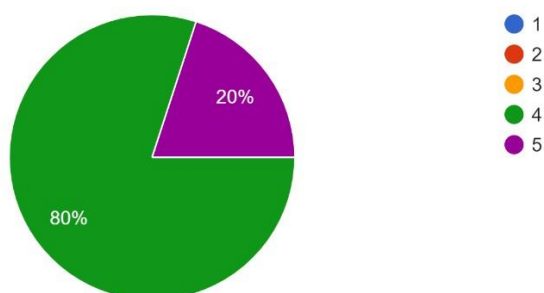
1.¿Cómo califica el estado y cumplimiento de las políticas, teniendo en cuenta aspectos como su fecha de vencimiento, estado del medicamento y presentación?

5 respuestas



2.¿Cómo evalúa usted la atención que le brinda al cliente con respecto a las devoluciones?

5 respuestas

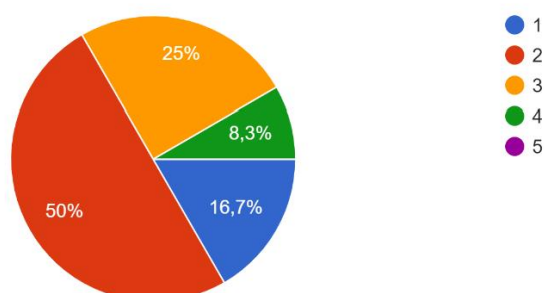


Resultados encuesta a clientes

El resultado de la encuesta realizada a los clientes o personas que compran en las droguerías de empresa UNIDROGAS S.A.S nos muestra un escaso en cuanto al sistema que maneja los puntos de ventas para realizar las devoluciones, con un mal manejo del tiempo y también se pudo identificar que los empleados tienen un grado de conocimiento muy regular a la hora de ofrecer un producto.

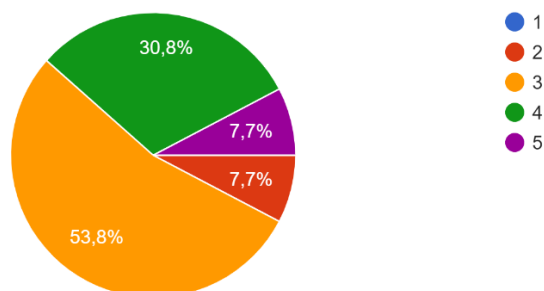
2. ¿Cómo califica el sistema de devolución que emplea la droguería?

12 respuestas



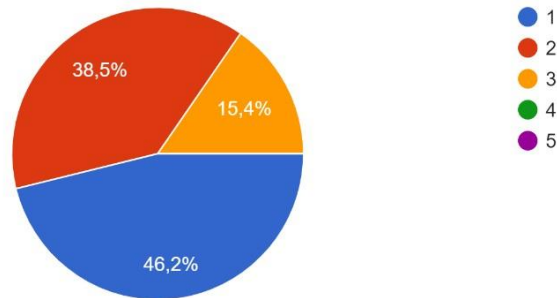
3. ¿Cómo evalúa usted el grado de conocimiento de los vendedores para el uso adecuado que se les da a los medicamentos al momento de recomendarlos al cliente?

13 respuestas



5.¿Cómo califica el tiempo que demora el proceso de la devolución?

13 respuestas



Valoración de los resultados nivel global

En conclusión, de la encuesta realizadas a los empleados y clientes de UNIDROGAS SAS, se logró determinar que las políticas del proceso de devolución no se ajustan a la necesidad del cliente en cuanto el tiempo y el proceso que tarda al realizar una devolución de un producto, el conocimiento del vendedor que le brinda al cliente al momento de ofrecer un producto.

Evidencias

Vendedor encuestado



2.1.2 Realizar un análisis del proceso actual de devolución para el buen funcionamiento de las actividades que se llevan a cabo

2.1.2.1 Cuadro comparativo

Se realiza un cuadro comparativo puesto que es una herramienta muy útil, ya que nos permite realizar una comparación entre diversos factores y elementos para tener de manera más detallada cada uno de los procesos que se implementan y que se quieren implementar al momento de hacer la comparación, identificando así cuál de los procesos se encuentra más completo para lograr mantener la excelencia de los mismos.

CUADRO COMPARATIVO	
PROCESO ACTUAL	PROCESO A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Cliente se acerca al punto de venta a realizar la devolución del producto • Vendedor brinda la atención requerida al cliente para la devolución • Exigen factura de venta • Recibe el producto y detalla que se encuentre en buen estado • Se efectúa la devolución por otro producto • Vendedor toma fotos a los productos como constancia de que se efectuó una devolución • Le informa al supervisor de la devolución y le envía las fotos de los productos al cual se le hizo la devolución • El supervisor termina el resto del proceso de esa devolución en el sistema, con las evidencias de fotos y factura que le envía el vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Cliente se acerca al punto de venta a realizar la devolución del producto • Vendedor explica al cliente las políticas de devolución • Le exigen factura de venta al cliente • Verificar que el producto este dentro de las políticas de devolución • Revisar que el producto se encuentre en buen estado • Solo le efectúan la devolución por otro producto y no por dinero • Apartar el producto a devolver y colocar en el área de devoluciones • Generar el proceso de entrada y salida de los productos • Se llena el formato de devolución para constancia del

	<p>proceso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le informa al supervisor para que tenga conocimiento de la devolución • Supervisor termina el proceso en el sistema y reportando el motivo de la devolución
--	---

2.1.2.2 Análisis del proceso de devolución

Ya que la empresa no cuenta con un manual de procedimiento de devoluciones, se logró identificar que el proceso que utiliza la empresa no se ajusta a la necesidad de la empresa ni del cliente, dando como resultado el tiempo que demora al realizar dicha devolución ya sea por los siguientes motivos; mal estado, productos vencidos, baja rotación etc., y también porque no tienen un soporte que los indique de cómo hacer el proceso.

2.1.2.3 Devolución


Según Ballou (2004), las devoluciones se consideran en la mayoría de los casos en un proceso post venta. Sin embargo, para la aplicación en la empresa que es sujeto de estudio, se trata como un proceso de retorno de mercancía a las bodegas en donde se tiene que realizar un re ingreso con las órdenes de venta que fueron expedidas para poder tener una trazabilidad de las causas. Adicionalmente se debe hacer inventario con estos datos y en dado caso que el producto presente problemas en su empaque deberá ser devuelto al proveedor para que este los corrija y vuelva a llegar a la empresa para poderlo comercializar nuevamente. Así mismo, se debe tener un espacio destinado únicamente para la ubicación de estos productos y no confundirlos con el inventario sin novedades.

2.1.2.4 Referencia manual de procedimientos

El Autor Guillermo Gómez Ceja define al Manual de Procedimientos como el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa o de dos o más de ellas. Incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen, precisando su responsabilidad y participación.

Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipos de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar en el correcto desarrollo de las actividades.

2.1.2.4 Manual de procedimiento

	MANUAL DE PROCEDIMIENTO
	CONTENIDO DEL MANUAL

- Introducción
- Objetivo
- Alcance
- Responsabilidades
- Desarrollo del proceso
- Proceso de devolución cliente a punto de venta
- Flujograma
- Proceso de devolución a bodega
- Flujograma
- Formato de devolución
- Instructivo formato de devoluciones

MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE DEVOLUCIONES

INTRODUCCIÓN

Principalmente este manual planteado muestra una guía de procesos para el buen funcionamiento de la gestión de devoluciones en los puntos de venta de UNIDROGAS S.A. donde se ven registrados cada uno de los procedimientos que se llevan a cabo al momento de querer realizar los procesos de devolución, detallando cada una de las actividades a tener en cuenta y los directamente responsables.

La gestión de las devoluciones se verá muy aprovechada con el manual de procesos, puesto que es de suma importancia que define muy claramente cada una de las funciones a realizar, verificando también el cumplimiento del manual de proceso bajo las indicaciones y normas establecidas.

OBJETIVO

El presente manual permite mantener el control en el proceso de gestión de devoluciones, identificando así posibles responsables; de tal manera que se pueda verificar y comprobar si los administradores de cada punto de venta y

supervisores de las zonas están realizando correctamente su trabajo conforme a las políticas establecidas en el manual, y así ellos podrán tener más claridad de sus funciones.

ALCANCE

El presente manual de procedimiento aplica para todas las áreas de los puntos de ventas y es responsabilidad de los administradores de cada punto y supervisores de las zonas de Valledupar seguir lo indicado en este documento.

RESPONSABILIDADES

Es responsabilidad del vendedor, administrador y supervisor de la droguería cumplir todo lo mencionado en este manual para dar cumplimiento con los requerimientos establecidos en cuanto a las devoluciones que realiza el cliente a droguería, y del punto de venta a la bodega principal.

Responsabilidad de las diferentes áreas por las que está compuesta la droguería, se explican a continuación:

Responsable vendedor: Quien realiza la venta de medicamentos e insumos mismo que debe notificar, el suceso al personal encargado de la administración de la droguería.

Responsable de Administración de la Droguería: Supervisa que la devolución se lleve de manera justificada cumpliendo las políticas en cuanto el tiempo y el estado del producto.

Responsabilidad del Supervisor: supervisar los productos ofrecidos estén en óptimas condiciones y ver si cumplen con las políticas establecidas.

DESARROLLO DEL PROCESO

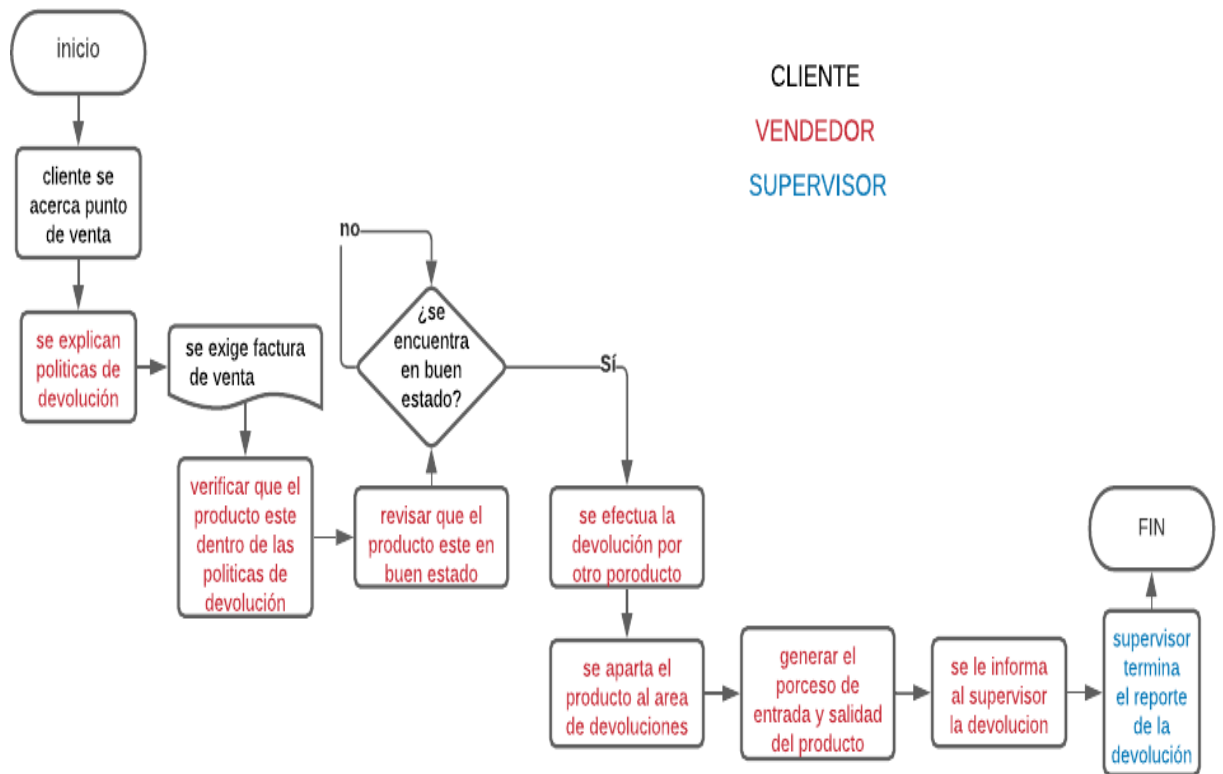
La devolución de medicamentos y demás insumos se pueden dar por varias situaciones las cuales se numeran a continuación:

- ✓ Que el producto cumpla con las condiciones físicas establecidas
- ✓ Que el medicamento o elemento se encuentre entre las políticas devolución.
- ✓ El medicamento esta pronto a caducar
- ✓ El medicamento o insumo no tiene movilidad: consigna o compra.

PROCESO DE DEVOLUCIÓN CLIENTE AL PUNTO DE VENTA

1. El cliente se acerca al punto de venta a realizar la devolución del producto explicando su motivo de devolución.
2. El vendedor le explica al cliente las políticas de devolución que maneja la empresa
3. Se le exige al cliente la factura de venta, verificando que el producto haya sido comprado en ese punto de venta
4. Se verifica que el producto este dentro de las políticas de devoluciones establecidas por la empresa
5. Se hace la revisión que el producto se encuentre en buen estado
6. Solo se puede efectuar la devolución por otro producto y por ningún motivo se devuelve dinero
7. Apartar el producto a devolver y colocarlo en el área de Devoluciones, la cual está separada de los insumos que se almacenan para venta.
8. Generar el proceso de entrada y de salida de los productos donde se justifica el motivo de la devolución y se coloca engrapado en el expediente de entradas y salidas.
9. Se le informa al Supervisor para que tenga conocimiento de la devolución y haga su respectivo proceso.
10. EL supervisor hace el reporte a la bodega principal con las indicaciones de la devolución.

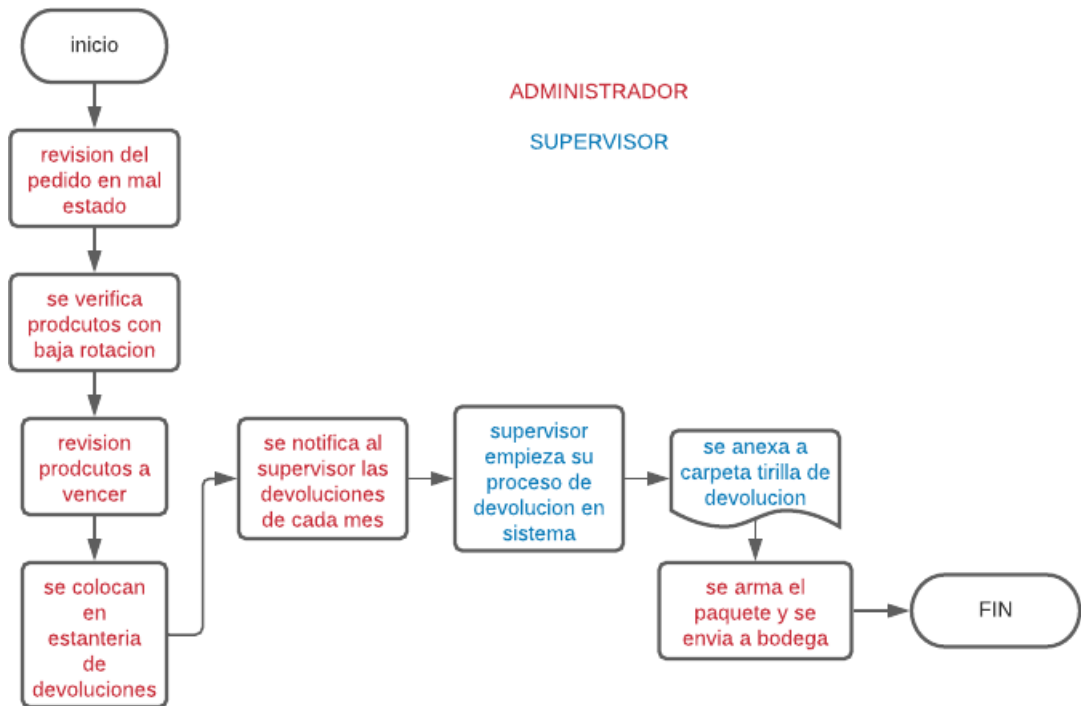
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE DEVOLUCIÓN




PROCESO DE DEVOLUCIÓN A BODEGA

1. El administrador del punto de venta hace revisión de los productos que lleguen en mal estado al momento que llegue el pedido.
2. Se verifica también en sistema los productos que tengan baja rotación
3. Se hace revisión de los productos que estén próximos a vencer
4. Apartar en la estantería de productos a devolución de cada mes a bodega
5. Notificar al supervisor las devoluciones de cada mes; ya sea por vencimiento, mal estado o baja rotación.
6. El supervisor empieza el proceso de devolución en el sistema, notificando a bodega el motivo de la devolución.
7. Se anexa en una carpeta la tirilla de devolución que arroja el sistema, anexando también las observaciones pertinentes.
8. Se arma el paquete de la devolución y se entrega a las personas encargadas de hacer llegar las devoluciones a bodega.

FLUJOGRAMA PROCESO DE DEVOLUCION A BODEGA



FORMATO DE DEVOLUCIONES

		FORMATO DE DEVOLUCION CLIENTES				
FECHA: CIUDAD:						
CLIENTE:					C.C	
PUNTO DE VENTA:						
CODIGO PRODCUTO	DESCRIPCIÓN	# TIRILLA	CANT	UND	MOTIVO	ESTADO
FIRMA:			SELLO:			
NOMBRE:						
C.C:						

INSTRUCTIVO DEL FORMATO DE DEVOLUCIONES

Fecha

El día, mes y año en que se está efectuando la devolución del producto

Ciudad

Lugar en donde se está haciendo la devolución del producto

Cliente

Nombre del cliente que está realizando la devolución

C.c.

Número de identificación del cliente

Punto de venta

Nombre de la droguería en donde se hace la devolución

Código del producto

Código de scanner que identifica al producto en el sistema que maneja la droguería

Descripción

Nombre y detalle de la mercancía que se recibe

Numero tirilla

Es la numeración de la factura que arroja el sistema al momento de que se realiza la devolución.

Cantidad

Numero de productos que se reciben, ya sea en cajas con su contenido completo

Unidades

Numero de productos recibidos, ya sea en proporciones de unidades y no por contenido de cajas completas

Motivo

Se indica el motivo del cliente por el cual realiza la devolución

Estado

Indica el estado en el que se encuentra el producto al momento de la devolución, el cual corresponde a bueno, malo y regular.

Firma

Firma del vendedor que se encuentre llenando el formato

Nombre y cedula

Nombre completo con cedula de ciudadanía del vendedor que se haya realizado la devolución.

Sello

Espacio para plasmar el sello que maneje el punto de venta

CONCLUSIONES

- ✓ Unidrogas S.A.S es una empresa que ha estado posicionada en el mercado a lo largo de su trayectoria lo que ha permitido su gran éxito en el mercado todo este tiempo, logrando ser una de las empresas más grandes de Colombia ya que también se ha adaptado a los cambios constantes que se ven en el mercado.
- ✓ Estando en el proceso de la práctica profesional en la empresa unidrogas se pudo tener información más amplia del campo laboral que enseña los diferentes escenarios de las empresas, colocando así en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria los cuales son muy importantes al momento de entrar en acción en el ámbito laboral, lo que demuestra la capacidad y destreza que se tiene al momento de cumplir con las funciones que se deleguen.
- ✓ En relación con lo planteado en la propuesta de mejoramiento al proceso de devoluciones en los puntos de venta, se pudo evidenciar que hay aspectos que mejorar en los procesos de auditoría que se llevan en la empresa lo cual permitió proponer algunas mejoras como la implementación de un manual de procedimientos, con el fin de tener un control más eficiente de dichos procesos de devolución en los puntos ya que así se beneficia tanto la empresa como los trabajadores y se trabaja de manera más eficiente y competitiva.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a la propuesta de mejoramiento de proceso de devoluciones en los puntos de venta, se recomienda tener un control más eficiente de las devoluciones para el buen manejo de los puntos de venta y repuestas inmediatas de los supervisores al momento de que se haga una devolución y así lograr tener un mayor control de los inventarios en los puntos de ventas. Como también tener un mayor seguimiento al cumplimiento de las políticas establecidas por la empresa en los procesos de devoluciones que llevan a cabo en los puntos de venta.
- Las políticas de devolución que posee la empresa deben ser reconocidas tanto por los empleados y clientes, ya que por medio de estas se basan para hacer las devoluciones de productos.
- La farmacéutica debe optar por brindar más capacitaciones a los empleados de los puntos de ventas respecto a la descripción del producto ofrecido y la adecuada atención que se le debe brindar al cliente.
- Los empleados de los puntos de ventas deben llevar a cabo el proceso de devolución de manera correcta, es necesario que la empresa tome medidas de sanción a los que no cumplan con las políticas establecidas.
- Además, que también se modifiquen los espacios de los puntos de ventas, como la mejor ubicación a las estanterías y la distribución de los productos en ellas mismas ya que son espacios muy reducidos la mayoría de las veces y eso dificulta un poco más el proceso al momento de hacer un inventario o ronda de Kardex, puesto que en ocasiones se tiran o se caen los productos por el poco espacio y el exceso de productos en las estanterías.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

- Al iniciar el proceso de práctica formativa, y poder aplicar todo lo aprendido durante la carrera, se puede evidenciar que como futuros profesionales en administración de empresas y contaduría pública se tiene una ardua tarea en la planeación, organización, dirección y control dentro de la empresa que va encaminado con los objetivos propuestos por la empresa y esto va ligado con la capacidad que tengamos para la toma de decisiones que puedan orientar a la empresa a utilizar eficazmente los recursos.
- Por otro lado, agradecer al centro de prácticas de la universidad de pamplona y a la empresa Unidrogas S.A.S por permitirnos realizar la practica correspondiente y tener un abordaje desde un enfoque profesional, lo que contribuirá a nuestra experiencia laboral, personal para que se fortalezcan los conocimientos que hemos empleado en dicha empresa para la realización de diferentes estrategias en la aplicación diaria de nuestros servicios prestados.
- Como bien sabemos, el éxito de un profesional de administración de empresas y contaduría pública, no solo está relacionado con sus conocimientos académicos, aunque esto sea un aspecto muy importante, como futuros profesionales debemos tener características de personalidad que resalten nuestra calidad humana y estar al servicio del talento humano de la empresa, contamos con amplio campo de acción que podemos desarrollar dependiendo el interés profesional de cada uno; esto permitió desarrollar y potencializar habilidades sociales, comunicativas y humanas que facilitaron el crecimiento en las prácticas con nuestros compañeros y jefes inmediatos.
- Para finalizar, se puede concluir que el esfuerzo y la dedicación en cada día laborado en la empresa, fue evidenciado por la calidad con la que se realizó cada una de las actividades propuestas por la empresa y los administradores encargados para realizar sus labores con total disciplina, entrega y compromiso por hacer las cosas bien, para dejar el nombre de la universidad de pamplona , los programas administración de empresas y contaduría pública para que el convenio se siga dando y otros estudiantes practicantes puedan tener la misma oportunidad que tuvimos nosotros para afianzar nuestros conocimientos.

BIBLIOGRAFIA

<https://books.google.com.co/books?id=YnhdFdUDnVIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

<https://isedoys2orientador2.wordpress.com/teoria-manual-de-procedimientos/>

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12631/1/UPS-GT001652.pdf>

<https://www.coursehero.com/file/63626859/147386-proyectopdf/>

unidrogas S.A página oficial: <https://www.unidrogas.com/>

<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1477/2/TGT-225.pdf>