

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
UNION DE DROGUISTAS, UNIDROGAS S.A.S, VALLEDUPAR

YULISA CONTRERAS ROJAS

Cod: 1094808830

LIZ DANIT GUERRERO BALDOVINO

Cod: 1050546793



UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS- CONTADURIA PUBLICA
PAMPLONA
2021

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
UNION DE DROGUISTAS, UNIDROGAS S.A.S, VALLEDUPAR

YULISA CONTRERAS ROJAS

Cod: 1094808830

LIZ DANIT GUERRERO BALDOVINO

Cod: 1050546793

INFORME PRESENTADO COMO REQUISITO FINAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS Y CONTADOR PÚBLICO.

SUPERVISOR DE PRACTICA

FERNANDO ENRIQUE BRAND CAMARO

RUTH MAYERLY GUERRERO JAIMES

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-CONTADURIA PUBLICA

PAMPLONA

2021

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	6
INTRODUCCION	7
1 INFORME PRACTICA EMPRESARIAL, UNIDROGAS S.A.S VALLEDUPAR	9
1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA	9
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS.....	10
1.2.1 Misión.....	10
1.2.2. Visión.....	10
1.2.3 Objetivos.	10
1.2.4 Valores	11
1.2.5 Políticas.....	11
1.2.6 Descripción de departamentos.....	11
1.2.6.1. Departamento de contabilidad.....	12
1.2.6.2 Departamento de recursos humanos:	12
1.2.6.3 Departamento de sistemas:.....	12
1.2.6.4 Departamento de bodega:.....	12
1.2.6.5 Departamento de ventas directas.....	13
1.2.6.6 Departamento de cartera.....	13
1.2.6.7 Departamento de calidad	13
1.2.6.8 Departamento de ventas institucionales:.....	13
1.2.6.9 Departamento de compras	14
1.2.6.10 Departamento de mercadeo.....	14
1.3 DIAGNOSTICO DEPARTAMENTO DE AUIORIA.....	14
1.3.1 Hallazgos de diagnóstico.....	17
1.3.2 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	17
1.3.3 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	19
1.3.4 MATRIZ DOFA	22
1.4 DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO	27
1.4.1 Funciones asignadas al estudiante de practica.....	27
1.5 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	28
1.5.1 Titulo.....	28

1.5.2 Objetivo general:	28
1.5.3 Objetivos específicos.....	29
1.5.4 Justificación de la propuesta:	29
1.5.5 Cronograma	30
2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	30
2.1 Titulo.....	31
2.1.2 Objetivo general:	31
2.1.3 Objetivos específicos.....	31
2.2.2.1 Impulsar el método de inventario PEPS que ayude como herramienta para el control de los productos y/o medicamentos próximos a vencer en el inventario ...	31
2.2.2.2 Plantear un modelo de semaforización que permita llevar un control y verificación de los productos de acuerdo a la fecha de caducidad de los mismos.....	34
.....	38
2.2.2.3 Agregar una alerta visual o notificación al sistema de información MAIA con el fin de evitar la facturación de productos o medicamentos con fechas próximas de caducidad en la bodega situada en valledupar.....	39
2.3 CONCLUSIONES	48
2.4 RECOMENDACIONES	49
2.5 ALCANCES DE LA PRACTICA	49
2.6 EVIDENCIAS	50
2.7 BIBLIOGRAFIA	51
2.8 ANEXOS	52

Tabla De Ilustraciones:

Ilustración 1: Logotipo UNIDROGAS S.A.S.....	10
Ilustración 2: Organigrama Talento Humano.....	26
Ilustración 3: Modelo Semaforización.....	35
Ilustración 4 software punto de venta.....	39
Ilustración 5 software bodega.....	39
Ilustración 6: Facturación actual en bodega.....	40
Ilustración 7 facturación punto de venta.....	41
Ilustración 8 Modelo de semaforización implementado (bodega).....	42
Ilustración 9 Notificación Rojo.....	43
Ilustración 10 Notificación Amarillo.....	44
Ilustración 11 Notificación Verde.....	45
Ilustración 12 Modelo se semaforización implementado (Punto de venta).....	46
Ilustración 13 Notificación Rojo.....	46
Ilustración 14 Notificación Amarillo.....	47
Ilustración 15 Notificación Verde.....	47
Ilustración 17 Inventario punto de venta.....	50
Ilustración 16 auditoria punto de venta.....	50

Índice De Tablas

Tabla 1.Matriz de evaluación de factores internos (MEFE).....	18
Tabla 2.Matriz de evaluación de factores internos (Mefi).....	20
Tabla 3. Matriz DOFA.....	22

RESUMEN

Las prácticas empresariales constituyen un factor fundamental en el proceso de formación de los estudiantes, ya que de esta manera puede identificar sus mayores fortalezas y puntos de interés involucrándose y conociendo aún más sobre el contexto de su profesión, en nuestro caso la empresa en la que realizamos las practicas es UNIDROGAS S.A.S regional Valledupar desempeñando el cargo de practicante universitario auditoria, cargo que nos permitió analizar la situación de la empresa y desarrollar una propuesta de mejoramiento.

ABSTRACT:

Business practices are a fundamental factor in the student training process, since in this way they can identify their greatest strengths and points of interest by getting involved and knowing even more about the context of their profession, in our case the company in which we carry out the practices is UNIDROGAS SAS regional Valledupar performing the position of university audit intern, a position that allowed us to analyze the situation of the company and develop a proposal for improvement.

INTRODUCCION

Las prácticas empresariales constituyen un factor fundamental en el proceso de formación de los estudiantes, ya que de esta manera puede identificar sus mayores fortalezas y puntos de interés involucrándose y conociendo aún más sobre el contexto de su profesión, así mismo como aplicar y desarrollar habilidades, competencias y actitudes necesarias que durante el proceso de formación académico se adquieren y así poder desempeñarse satisfactoriamente en un entorno laboral.

Como estudiantes de último semestre es de vital importancia poner a prueba los conocimientos que fueron adquiridos dentro la formación académica, en este caso la empresa en la que se llevara a cabo este proceso es UNIDROGAS S.A.S, ubicada en la ciudad Valledupar, Cesar, dedicada a la producción y comercialización de productos farmacéuticos.

El departamento de auditoria donde realizamos nuestra práctica, desempeñando el cargo de auxiliares de auditoría, las funciones son diversas tales como; la realización de Kardex, verificación de fechas de caducidad, revisión de pedidos facturados, apoyar en la digitación durante el inventario, revisión de inconsistencias en el segundo conteo, apoyo de control en los puntos de venta, reporte de anomalías en el proceso de auditoría entre otras, estas funciones nos permitieron evaluar las diferentes áreas de la empresa para hacer un análisis de manera objetiva, y en base a esta información realizar una propuesta de mejoramiento por medio de unos objetivos específicos, con la finalidad de mejorar algunos procesos internos de la organización en el área operativa de la bodega.

El presente trabajo consiste en la aplicación de una propuesta viable la cual permite una disminución en el porcentaje de productos y/o medicamentos próximos a vencer tanto en bodega como en puntos de venta de UNIDROGAS S.A.S Valledupar.

JUSTIFICACION DE LA PRACTICA

La práctica profesional representa una oportunidad para ganar experiencia en el ámbito laboral ya que nos permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la Universidad de Pamplona. Con el trabajo practico se evidencia un ambiente en donde se fortalece las aptitudes tanto personales como profesionales con la finalidad de aportar en el departamento de auditoría de la empresa UNIDROGAS S.A.S depositito Valledupar.

La empresa UNIDROGAS S.A.S (Valledupar) nos brinda la oportunidad de tener un acercamiento al mundo laboral, con el fin de establecer vínculos y relaciones con profesionales, por ende, ampliar la red de contacto, según Caparros 2015 “la experiencia de la práctica profesional es para muchos jóvenes una fuente de inspiración que permite estructurar el futuro laboral, pues es aquí donde las personas descubren sus habilidades y competencias”.

1 INFORME PRACTICA EMPRESARIAL, UNIDROGAS S.A.S VALLEDUPAR

1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA

UNIDROGAS S.A. es una empresa colombiana, privada (familiar) que opera en el sector farmacéutico, fue creada el 16 de abril de 1982 en la ciudad de Bucaramanga-Santander, por el señor Juan Francisco Suárez Solano quien es el dueño y representante legal. Su sede principal está ubicada en el kilómetro 3-981 vía río frío anillo vial, zona franca manzana F bodega 6, Florida Blanca, Santander. Su 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.S reformó sus estatutos y en adelante se denominara “UNION DE DROGUISTAS DE LOS SANTANDERES S.A.S UNIDROGAS S.A.S”; teniendo como objeto social la “adquisición, distribución, venta y dispensación de toda clase de productos farmacéuticos para consumo humano, 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, a la fecha cuenta con 5 sucursales (bodegas) que se encuentran ubicadas en Bucaramanga (Sede principal). Bogotá, Barranquilla, Medellín, Valledupar, por otra parte, también cuenta con 405 puntos de venta representados en cadenas de droguerías propia y aliada; entre las propias se pueden mencionar los dispensarios UNIDROGAS y la cadena de droguerías se encuentran las boticas y las inglesas, con 39 años en el mercado

UNIDROGAS S.A.S ha cumplido a plenitud las etapas de diseño, implantación, revisión y mejora necesarias para la implementación efectiva de su sistema de gestión de la calidad conforme a los requisitos de la NTC-ISO 9001:2008, el cual le brinda a la compañía un estilo de vida competitivo en la comercialización y distribución de medicamentos para el consumo humano. Optimizando procesos y buscando siempre la mejora continua, como resultado de la auditoria de otorgamiento realizada por el ICONTEC se obtuvo un concepto favorable por parte del equipo auditor, indicando que la certificación del proceso de comercialización y distribución de medicamentos para el consumo humano a través de licitaciones y ventas directas, es todo un hecho desde 2013.

En el año 2020 se toma la decisión de cerrar la regional Santa Marta, ya que esta se encontraba muy cerca a la regional Barranquilla, abasteciendo la misma zona, por tal motivo se traslada a Valledupar, Cesar en diciembre del año 2020 con la finalidad de incursionar en nuevos mercados como los departamentos de La Guajira, Cesar, Bolívar y Magdalena.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS



Ilustración 1: 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 altos estándares de adquisición; 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.

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.

A continuación, se exponen los siguientes objetivos que la empresa ha elaborado:

- ✓ 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

- ✓ **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 propuestos.

1.2.5 Políticas

Es política de calidad de UNIDROGAS S.A.S 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 Descripción de departamentos

1.2.6.1. Departamento de contabilidad

Este departamento es el encargado de registrar oportunamente las operaciones financieras y contables de la organización y a la vez 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 Contador Público y auxiliares contables, que de manera sistemática controlan y mantienen la información financiera dentro de las normas de contabilidad que rigen dicha protección.

1.2.6.2 Departamento de recursos humanos:

UNIDROGAS S.A.A tiene un equipo humano altamente calificado para la atención y asesoría a sus clientes así mismo el despacho oportuno de mercancías, con responsabilidad y eficiencia. A nivel nacional cuenta con más de 2600 distribuidores en sus 5 depósitos principales: Bucaramanga, Barranquilla, Bogotá, Medellín y el más reciente Valledupar.

1.2.6.3 Departamento de sistemas:

El objetivo de este departamento es mantener los sistemas informáticos de la organización y de los equipos computacionales y de esta manera colaborar a la optimización de los procesos administrativos, con apoyo del Hardware y/o Software que sea necesario. Apoya computacionalmente las actividades de los demás departamentos y otras unidades de UNIDROGAS S.A.S. ocupándose del desarrollo de nuevos programas como la actualización de todo el equipo, además es el encargado de mantener y administrar las redes, sistemas y equipos.

1.2.6.4 Departamento de bodega:

Este es el espacio disponible para el almacenamiento y manipulación de la mercancía, además este departamento se encarga de la adquisición de nueva mercancía e insumos, bajo la responsabilidad de mantener un stock suficiente de mercancía, ordena el adecuado mantenimiento y conservación de los mismos, de igual manera lleva actualizados los registros de ingreso y egresos de bodega y posterior hacer el respectivo reporte a contabilidad, también recibe la mercancía, controla y documenta el área de devoluciones, surte oportunamente las sucursales (inglesas y boticas) y por último tiene la responsabilidad de despachar debidamente los pedidos de acuerdo al proceso.

1.2.6.5 Departamento de ventas directas

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 los distribuidores 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.

1.2.6.6 Departamento de 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.

1.2.6.7 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 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.

1.2.6.8 Departamento de 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.

1.6.2.9 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.

1.2.6.10 Departamento 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.

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, Valledupar y Barranquilla, cada una de estas tienen sus respectivos supervisores, cada supervisor tiene asignada una zona la cual tiene cierto número de droguerías a cargo. Además, en cada droguería hay un administrador y un número de vendedores según sus activos y según el horario que esta maneja.

1.3 DIAGNOSTICO DEPARTAMENTO DE AUIORIA

Este departamento está vinculado a procesos de supervisión con el objetivo de tener garantías de que la actividad operacional de la empresa se realiza eficientemente y que se integran debidamente los procesos. De esta manera esta área es la encargada del seguimiento y control de los puntos de venta de la empresa UNIDROGAS S.A.S. 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.

¿En qué consiste el proceso de auditoría y que tipo de estrategias ha implementado para el mejoramiento de sus procesos?

En el departamento de auditoria se realiza una serie de funciones en las cuales los encargados de las mismas deben tener un grado alto de confidencialidad con la finalidad de que las políticas y procedimientos en la realización de inventarios de los puntos de venta, para que de esta manera se proyecten el estado de cada punto de venta.

Coordinación y Realización: todos Los inventarios en punto de venta los coordina y realiza el auditor de droguería y departamento de auditoria establecidos en cada regional, el cual aplicará un único PROCEDIMIENTO DE INVENTARIO EN MAIA POS y utilizando el cronograma de auditoría.

Solicitudes de inventario: las solicitudes para realización de inventario por parte de las diferentes zonas de supervisión, ya sean por retiros o cambios; deben ser solicitados al auditor de droguería de su región con un plazo mínimo de diez días de anticipación.

Inventarios de cronograma: los inventarios de cronograma de auditoria no se avisarán a nadie hasta estar en el punto de venta o una vez determinado el corte de documentos

Inventario Movimientos Remisiones: el punto de venta debe estar siempre al día respecto al cargue de remisiones, transferencias y compras en el sistema, es decir, solo debe estar pendiente los movimientos no legalizados del día en curso y en su defecto lo del día anterior.

Seguridad y control: el auditor encargado en la realización de inventario, debe exigir la participación de todo el personal perteneciente al punto de venta y el mínimo requerido para la realización del conteo, de acuerdo al tipo de droguería según el tamaño, prohibición de entrada y salida del personal durante la realización, cierre de puertas y control de llaves hasta una vez finalizado el inventario.

¿Cuáles son las actividades realizadas durante el proceso de auditoria en un PDV (Punto de Venta)? realización de Kardex; inventario de productos; revisión de activos fijos.

¿Qué parámetros se manejan al realizar auditoría en un PDV (Punto de Venta)?

Los parámetros que maneja el departamento de auditoría en los PDV (Punto de Venta) son: cierre del punto de venta solo cuando se realiza inventario de existencias; (Punto de Venta) como para; notificación de las inconsistencias que se observen como: mercancía en mal estado, muestras sin valor comercial, excedentes de mercancías, o faltantes de las mismas y los productos que estén vencidos o próximos a vencer.

¿En qué se basan para determinar a cuál PDV (Punto de Venta) se le debe realizar auditoría?

El líder de auditoría establece un cronograma por medio del cual se logra determinar cuáles son los PDV (Punto de Venta) que tiene un mayor rango de tiempo sin la realización de visitas de auditoría. Además de poder determinar cuál de estos ha generado más inconsistencias en las anteriores auditorías por lo cual requiere mayor seguimiento y control de dicho departamento.

¿Con qué frecuencia se realizan jornadas de capacitación al departamento de auditoría?

Se realizan jornadas de capacitación cada seis meses para los integrantes del área de auditoría, así mismo, se mantiene una constante retroalimentación entre los líderes y auxiliares de auditoría.

¿Cuántas personas conforman el área de auditoría?

Las personas que hacen parte del área de auditoría son: administrador de auditoría; líder directo de auditoría; auxiliar de auditoría; dos sublíderes de auditoría; cinco practicantes universitarios en el área de auditoría.

¿Qué proceso se lleva a cabo para la revisión de pedidos en el área de bodega?

solicitar un pedido ya facturado y seleccionado al azar, el pedido debe ser revisado en su totalidad, validando que los productos empacados coincidan con los que están facturados en el menor tiempo posible y detectar si existe alguna inconsistencia como faltante o sobrante de productos, fechas de vencimiento y calidad del estado del empaque de la mercancía.

¿Cómo es el proceso de verificación de las fechas de expiración de los productos y/o medicamentos?

En el proceso de verificación de las fechas de expiración a menudo es realizado por el personal de bodega por medio de Kardex de manera manual, en ocasiones con el apoyo del personal de auditoría externo el cual hace que el proceso sea demorado y no garantiza su efectividad ya que por momentos entra muchos productos para satisfacer la demanda y esto hace que el proceso sea eficiente

¿Cuál es el flujo de productos y/o medicamentos próximos a vencer o caducados en el área de devoluciones?

El flujo de estos productos es alto ya que la empresa no cuenta con un sistema de control en específico y el personal no cuenta con las herramientas para llevar un mayor control de estos productos

¿conoce el método PEPS?

El 80 % del personal encuestado afirma que no conoce el método PEPS (primeras entradas, primeras salidas), lo que en ocasiones hace que los productos que son despachados salgan con fechas cortas a su vencimiento que esto a su vez puede traer consecuencias a la hora de hacer la devolución por fecha.

¿Cómo se lleva a cabo el proceso de facturación y despacho de mercancía?

El proceso de despacho de mercancía se lleva a cabo por medio de unos subprocesos como lo es la separación de productos de acuerdo a las asignaciones del líder de bodega, posterior a esto se factura y empaca, cabe mencionar que dentro de este proceso en el sistema solo cuenta con la señalización de cuando el producto esta vencido pero de igual permite que se facture sin importar su estado.

¿Cómo es el proceso de recibo de mercancía?

El proceso de recibir la mercancía está a cargo de un líder de área más uno o dos auxiliares, lo que se hace es recibir la mercancía y subirla al sistema, solo se ingresa la mercancía con lote y fecha de algunos productos en específico, no en su totalidad, lo que ocasiona que al momento de facturar no se notifique su estado de acuerdo a su fecha de caducidad

1.3.1 Hallazgos de diagnóstico

Luego de realizar el diagnóstico en la empresa UNIDROGAS regional Valledupar se puede evidenciar que existen falencias en algunos de los procesos internos de la organización, como lo es el sistema de inventarios ya que la mayoría del personal no cuenta con el conocimiento y las herramientas necesarias para realizar dichos procesos, esto a la vez ocasiona que se despachen productos y/o medicamentos con fechas cortas o vencidos, por ende aumenta el flujo de devolución de productos por fechas. Además podemos hallar que el software no cuenta con un detector o señalización que identifique e indique el estado del producto de acuerdo a sus fechas de caducidad, por otra parte se puede inferir que en cuanto a la realización de Kardex tanto en bodega como en punto de venta se hace de manera manual lo que dificulta de cierta manera que dicho proceso sea 100 % efectivo, es decir que hay productos o medicamentos que salen vencidos o con fechas próximas de vencimiento.

1.3.2 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

La matriz de factores externos nos permite identificar y evaluar distintos factores que de una u otra manera influyen en el crecimiento de la empresa UNIDROGAS S.A.S, con un promedio de 3,32 encontramos que los valores más altos se encuentran distribuidos en: oportunidades, aumento del flujo de clientes en el mercado farmacéutico con un ponderado de 0,28, dado que la empresa ha aumentado su presencia a nivel nacional con la apertura de nuevas bodegas o sucursales como lo es la bodega de Valledupar la cual fue inaugurada en diciembre de 2020, y a nivel local con la apertura de nuevos puntos de venta con la finalidad de captar un mayor número de clientes.

Por otra parte, encontramos que otros de los valores más altos se encuentran en las amenazas y corresponde al riesgo biológico y de salud con un ponderado de 0,28, teniendo en cuenta que la empresa fabrica y comercializa medicamentos con distintos componentes químicos, los controles que se emiten tanto para la manipulación como para la comercialización son fundamentales para un correcto funcionamiento de la organización. (ver tabla N 1)

Actualmente la empresa ha implementado una política para los puntos de venta que consiste en revisar los productos o medicamentos periódicamente con el propósito de que se pueda realizar la devolución a tiempo de los productos próximos a vencer y de esta manera sean cambiados por otros con una fecha más amplia que permita además tener un periodo más largo de comercialización (ver tabla N 1)

Tabla 1. Matriz de evaluación de factores internos (MEFE)

Formas de calificación:

1-Amenaza grave 2-Amenaza leve

3- Oportunidad leve 4-Oportunidad grande

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)			
Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 o 4)	Peso Ponderado
Oportunidades			
Fidelización de los clientes	6%	4	0.24
Mercado farmacéutico en ascenso	5%	3	0.15
Alianzas estratégicas con otras empresas	5%	4	0.2

Expansión de la empresa a nivel nacional	6%	4	0.24
Aumento en el flujo de clientes de productos farmacéuticos	7%	4	0.28
Mayor innovación de los productos.	5%	3	0.15
Mejoramiento de la comunicación	4%	4	0.16
Localización GPS en puntos de venta.	3%	4	0.12
Certificaciones externas de calidad y buen funcionamiento	4%	3	0.12
Nuevas Tecnologías y conectividad	5%	4	0.2
Amenazas			
Alta competencia en el mercado farmacéutico.	6%	3	0.18
Inestabilidad de los precios	5%	1	0.05
Productos sustitutos	3%	3	0.09
Bajo reconocimiento en plataformas digitales.	5%	2	0.1
Regulaciones estatales que afecten el normal desarrollo de su actividad comercial en venta y distribución de medicamentos.	6%	3	0.18
Restricción por la pandemia (covid-19)	5%	3	0.15
aumento en el despido de trabajo producto de la tecnificación	4%	3	0.12
Recesión económica.	5%	3	0.15
Barreras para la comercialización.	4%	4	0.16
Riesgo biológico y de salud	7%	4	0.28
Suma	100%		3.32

1.3.3 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

En la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) realizada, podemos analizar los factores internos que inciden de una u otra manera en la empresa UNIDROGAS SAS, con un promedio total ponderado de 3,1, encontramos que uno de los valores más altos está en el determinante de fuerzas y es el factor de entregas de pedidos a tiempo con un ponderado de 0,32 a pesar de que hay periodos donde el número de pedidos es considerable, el personal cumple a cabalidad en hacer entrega a tiempo de cada uno de los pedidos cabe mencionar que actualmente la empresa específicamente deposito Valledupar esta incursionando en nuevos puntos de venta y de esta manera lograr expandirse, estos nuevos puntos de venta están ubicados en la localidad de Valledupar-Cesar. Otro de los valores importantes que cabe mencionar es el amplio portafolio de productos y medicamentos que la organización maneja, lo cual representa una ventaja competitiva.

Por otra parte, entre los valores más bajos se visualiza en el determinante de debilidades, y se encuentra el factor de Carencia de nuevos sistemas de información para la optimización del tiempo en algunos procesos, con un ponderado de 0,03, en donde se puede inferir que la empresa en poca medida incorpora herramientas de digitalización para optimizar tiempo y recurso capital.

Tabla 2. Matriz de evaluación de factores internos (Mefi)

Formas de calificación:			
1-Amenaza grave 2-Amenaza leve			
3- Oportunidad leve 4-Oportunidad grande			
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)			
Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 o 4)	Peso Ponderado
Fortalezas			
Entrega de pedidos a tiempo	8%	4	0,32
Personal de costosos es eficiente	4%	3	0,12
Conocimiento de las actividades que se realizan en el área de costoso	4%	4	0,16
Amplio portafolio de productos	6%	4	0,24

Diversos convenios con distintos proveedores de variedad de productos y medicamentos	4%	4	0,16
Disponibilidad de flota de transporte terrestre	5%	3	0,15
Rotación del personal	6%	4	0,24
Mejoramiento de la comunicación en auditoría	5%	3	0,15
Marca propia GIMED	3%	4	0,12
Retroalimentación frecuente de actividades	4%	3	0,12
Agilidad en procesos de auditoría	4%	3	0,12
Reforzamiento constante en el aprendizaje de productos	2%	3	0,06
Canales de comunicación abiertos a sugerencias	4%	4	0,16
Manejo del software MAIA	4%	4	0,16
Debilidades			
Deficiencia en el proceso de revisión de Kardex en la zona de costosos	3%	2	0,06
Fallas en el sistema que maneja la empresa	4%	1	0,04
Falencias de algunos procesos en algunas áreas que afectan el proceso de auditoría.	4%	2	0,08
Mal manejo de los productos que se recibe de devoluciones al área de costosos	4%	3	0,12
El proceso de verificación y control de las fechas de vencimiento de medicamentos y productos se realiza de forma manual	7%	3	0,21
Carencia de nuevos sistemas de información para la optimización del tiempo	3%	1	0,03
Recursos tecnológicos	4%	3	0,12
Espacios reducidos en algunos puntos de venta	4%	2	0,08

Falta de comunicación en las diferentes áreas de la empresa (bodega, área administrativa)	4%	2	0,08
Suma	100 %		3,1

1.3.4 MATRIZ DOFA

El análisis está basado en el entendimiento de que una estrategia efectiva surge de un engranaje casi perfecto entre los recursos internos, tanto las fortalezas como las debilidades y la situación externa tanto las oportunidades como las amenazas. Un buen engranaje maximiza las oportunidades y las fortalezas y minimiza las debilidades y las amenazas (Pearce & Robinson, 2015).

Tabla 3. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Entrega de pedidos a tiempo</p> <p>F2. El personal de costosos es eficiente.</p> <p>F3. Conocimiento de las actividades que se realizan en el área de Costosos</p> <p>F4. Amplio portafolio de productos</p> <p>F5. Diversos convenios con distintos proveedores de variedad de productos y medicamentos</p> <p>F6. Disponibilidad de flota de transporte terrestre</p>	<p>D1. Deficiencia en el proceso de revisión de Kardex en bodega.</p> <p>D2. Fallas en el sistema que maneja la empresa.</p> <p>D3. Falencias de algunos procesos internos del área que afectan el proceso de auditoría.</p> <p>D4. Alto flujo de productos y/o medicamentos próximos a vencer o caducados en el área de devoluciones.</p> <p>D5. El proceso de verificación y control de las fechas de vencimiento de medicamentos y productos se realiza de forma manual.</p> <p>D6. Poco flujo de nuevos consumidores finales.</p>

	<p>F7. Marca propia GIMED</p> <p>F8. Mejoramiento de la comunicación en auditoría</p> <p>F9. Retroalimentación frecuente de actividades</p> <p>F10 Agilidad en procesos de auditoría</p> <p>F11 Reforzamiento constante en el aprendizaje de productos</p> <p>F12 Canales de comunicación abiertos a sugerencias</p> <p>F13 Manejo de software MAIA</p> <p>F14: Rotación de personal</p>	<p>D7 Carencia de nuevos sistemas de información para la optimización del tiempo</p> <p>D8 Recursos tecnológicos</p> <p>D9 Espacios reducidos del área administrativa en algunos puntos de venta.</p> <p>D10 Falta de comunicación entre las diferentes áreas de la empresa, (bodega-administrativa)</p>
OPORTUNIDADES	FO (Maxi - Maxi)	DO (Mini - Maxi)

<p>O1 Fidelización de los clientes</p> <p>O2. Mercado farmacéutico se viene incrementando</p> <p>O3. Alianzas estratégicas con otras empresas</p> <p>O4. Expansión de la empresa a nivel nacional</p> <p>O5. Aumento en el flujo de clientes de productos farmacéuticos</p> <p>O6. Mejoramiento de la comunicación</p> <p>O7. Mayor innovación de los productos</p> <p>O8 Localización GPS de puntos de venta</p> <p>O9 Certificaciones externas de calidad.</p> <p>O10 Nuevas tecnologías y conectividad</p>	<p>F7:O2: Expandir la marca Gimed a nivel nacional.</p> <p>F1:O5: Crear estrategias de mejoramiento para que se continúe cumpliendo con la entrega de pedidos.</p> <p>F4:O3: Ampliar la línea de productos cosméticos por medio de la marca Julienne como potencial marca en crecimiento.</p> <p>F12:O1: Mejorar los canales de comunicación abiertos que se tienen a los clientes para su satisfacción con la empresa</p> <p>F5:O4: Fortalecer las alianzas con nuevos proveedores.</p> <p>F8:O6: Mejorar y Sostener este espacio como conexión entre inconformidades y solución de situaciones dentro del clima organizacional.</p> <p>F11:O7: Implementar un aprendizaje continuo por la innovación de los diferentes productos.</p> <p>F6:O8 Posicionarse en nuevos mercados.</p>	<p>D3:O2: Optimizar los procesos en el despacho de pedidos para aumentar el número de clientes y mantener la fidelización de los actuales.</p> <p>D4:O1: Sistematizar la verificación de fechas de vencimiento de los productos tanto en bodega como en puntos de ventas.</p> <p>D5:O4: Diseñar una metodología que permita controlar el flujo de productos próximos a vencer y vencidos.</p> <p>D8:O10 Mayor innovación en sistemas de hardware y software en revisión de productos.</p> <p>D10:O6: Mejorar la relación laboral entre los distintos departamentos de la empresa.</p> <p>D9:O8: tener espacios adecuados para realizar los procesos de auditoría.</p> <p>D5:O10: Implementar plataformas tecnológicas ya existentes</p> <p>D6:O9 Aumentar la confianza de los nuevos consumidores.</p>
---	---	--

AMENAZAS	FA (Maxi – Mini)	DA (Mini – Mini)
<p>A1. Alta competencia en el mercado farmacéutico.</p>	<p>F2:A1: Mantener y potenciar los puntos de venta para seguir siendo</p>	<p>D1:A1: Mejorar los procesos internos en la revisión de pedidos.</p>
<p>A2. Inestabilidad de precios.</p> <p>A3. Productos sustitutos</p> <p>A4. Bajo reconocimiento en plataformas digitales.</p> <p>A5. Regulaciones estatales que afecten el normal desarrollo de su actividad comercial en venta y distribución de medicamentos.</p> <p>A6 Restricciones por la pandemia Covid-19</p> <p>A7 Recesión económica.</p> <p>A8 Barreras para la comercialización</p> <p>A9 Riesgos biológicos y de salud.</p>	<p>competitivos en el mercado farmacéutico.</p> <p>F4:A2: Estudiar la posibilidad de ajustar los precios según las condiciones del mercado.</p> <p>F1:A4: Incursionar en las plataformas digitales de mayor impacto dando a conocer su marca propia y el portafolio de productos que ofrece la empresa en las diferentes droguerías.</p> <p>F5:A7: Fortalecer los convenios con los proveedores.</p>	<p>D4:A2: Fortalecer el proceso de verificación de fechas de vencimiento.</p> <p>D5:A1: Impulsar nuevos métodos de inventarios (PEPS), con los medicamentos y productos.</p> <p>D10:A1: Mejorar la comunicación entre las diferentes áreas de la empresa para potenciar la competitividad en el mercado.</p> <p>D5:A9: Implementar la revisión de productos de manera sistemática. (software),</p>

Fuente: Elaboración propia

1.4 DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO

El departamento de auditoria está dirigido por un líder, compuesto por un líder directo de auditoría y cinco practicantes universitarios. La auditoría que se realiza a los puntos de venta implica:

- ✓ Verificación de documentos legales, entre sus principales está: cámara de comercio, acta sanitaria, aval de funcionamiento, certificación de bomberos, Sayco y Acinpro, formato de inyectología con la certificación de la persona que inyecta, servicios públicos, certificación de calibración (Termohigrómetro y termómetro), acta de entrega de la droguería y acta de fondos fijos.
- ✓ Verificación de aspectos locativos como: iluminación adecuada (Óptimo funcionamiento de todos los bombillos), paredes limpias (Sin filtraciones o humedad), puertas principales funcionales, alarma funcional, uso adecuado de neveras, baños limpios, zona de inyectología
- ✓ Camilla, sábana, guardián este fijo en la pared), extintor (Fecha vigente), presentación personal de los vendedores y administrador (Uso correcto del uniforme y carnet, cabello adecuado y manos limpias, entre otras) y no existencia de muestras médicas.
- ✓ Realización de 4 arqueos de caja para que las bases de caja estén al día: caja menor y caja registradora (venta que se tiene hasta el momento ya que en cada turno se retira), venta del día (mediante las tiras que arroja la impresora por cambio de turno) y, consignación del día anterior.
- ✓ Aplicación de test que involucra: conocimiento por parte del administrador sobre el uso de transferencias con las nuevas políticas de la empresa, conocer si hay dinero pendiente de caja menor sin autorización del supervisor y si hay documentos pendientes por validar como devoluciones, compras, remisiones, recambios o transferencias.
- ✓ Realización del inventario: consta de un primer conteo con todos los productos de venta de cada droguería, luego se hace un recuento donde el sistema arroja las diferencias que se obtuvieron en el primer conteo y que había en el sistema, posteriormente se realizan los ajustes necesarios y se cobra un monto en caso que el producto falte o este vencido.
- ✓ Al final se deja un acta de entrega y fondos fijos a la persona administradora que continúa con la droguería, esta acta contiene el inventario inicial, inventario final y el cobro que genera esta diferencia.
- ✓ Se estructura un informe diario por cada punto de venta que se audite en modo digital, este informe es un resumen que se envía al representante legal de la empresa, al supervisor y coordinador de la zona y al líder de auditoria para su revisión y posterior toma de decisiones respecto a cada caso, puede que, en algunos según los resultados se pida detallado el informe. El informe físico se archiva en la oficina de auditoría

1.4.1 Funciones asignadas al estudiante de practica

El practicante fue asignado al área de auditoria en UNIDROGAS S.A.S, entre 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, durante el inventario es asignado un computador el cual la persona debe modificar la cantidad real del producto en físico.
- ✓ 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 Kardex en los puntos de venta: Kardex de los distintos laboratorios y resaltar los productos cuyos datos no coincidan entre el sistema y su existencia en físico. En este Kardex 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 durante el inventario: digitar en el sistema las cantidades de los productos dictados y estar pendiente en que ésta coincida con lo que se observa o que no se dejen productos por escanear.
- ✓ Realizar Kardex en el depósito de Valledupar: verificación de los productos físicos vs sistema, teniendo en cuenta la facturación que se realiza durante el proceso.
- ✓ Reporte de anomalías en el proceso de auditoria: todas las inconsistencias con respecto a la infraestructura y productos deben ser reportadas al líder inmediato.
- ✓ Recoger material de trabajo: al finalizar del inventario se recoge el kit de inventario y se hace entrega de este a su respectivo encargado.
- ✓ Revisión de pedidos en recibo de mercancía; observación y verificación de que la mercancía que ingresa coincida con la factura y este en óptimas condiciones, y que este ejecutando correctamente según las políticas de UNIDROGAS S.A.S

1.5 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.5.1 Titulo

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA MINIMIZACIÓN DEL PORCENTAJE DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS PRÓXIMOS A VENCER EN UNIDROGAS S.A.S VALLEDUPAR.

1.5.2 Objetivo general:

Diseñar un plan de mejoramiento para la minimización del porcentaje de medicamentos y productos próximos a vencer en bodega y puntos de venta UNIDROGAS S.A.S.

1.5.3 Objetivos específicos

- Impulsar el método de inventario PEPS que ayude como herramienta para el control de los productos y/o medicamentos próximos a vencer en el inventario.
- Plantear un modelo de semaforización que permita llevar un control y verificación de los productos de acuerdo a la fecha de caducidad de los mismos.
- Agregar una alerta visual o notificación al sistema de información MAIA con el fin de evitar la facturación de productos o medicamentos con fechas próximas de caducidad en la bodega situada en Valledupar

1.5.4 Justificación de la propuesta:

Un plan de mejoramiento hace referencia a un conjunto de acciones programadas para corregir un incremento de calidad y el rendimiento de los resultados de una organización, cabe mencionar que los planes de mejoramiento pueden ser proactivos es decir que pueden dirigirse a un área de gestión, un servicio o un proceso. La importancia de aplicar un plan de mejoramiento en la organización está en que este contribuye a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización, de esta manera se logra ser más productivo y competitivo en el mercado.

Por tal razón la propuesta de nuestro trabajo va enfocada a un plan de mejoramiento para minimizar el porcentaje de productos y medicamentos próximos a vencer, a través de tres objetivos planteamos mejoramientos en aspectos que se desarrollan en el área de auditoria pero que actualmente presenta algunas falencias.

La importancia de ejecutar nuestra propuesta de mejoramiento radica en que; con un modelo de semaforización de productos y medicamentos tanto en los puntos de venta como en bodega, aplicado por medio del software MAIA que actualmente maneja la empresa se evita que dichos productos sean despachados con fechas de caducidad cortas o vencidos, y por el contrario puedan ser comercializados sin ningún problema, se haga la respectiva devolución dentro de los tiempos estipulados, disminuya el flujo de devoluciones por fechas entre otros, con la finalidad de optimizar procesos y pérdidas para la organización.

1.5.5 Cronograma

Cronograma de Actividades																			
Actividades	Mes (Semanas)																		
	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre		
Inicio de práctica profesional	■																		
Conocimiento de la empresa		■	■																
Búsqueda y recolección de información, antecedentes, análisis de variables, marco teórico y objetivos.				■															
Realización y aplicación del diagnóstico MEFI, DOFA para desarrollar las propuestas de mejoramiento.					■	■													
Entrega del primer informe																			
Aplicación de la propuesta de mejoramiento.																			
Entrega del segundo informe																			
Análisis de resultados de resultados.																			
Socialización de las propuestas de mejoramiento al jefe encargado de las practicas																			
Entrega y aprobación del informe final por el tutor asignado																			
Sustentación del trabajo																			

2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1 Titulo

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA MINIMIZACIÓN DEL PORCENTAJE DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS PRÓXIMOS A VENCER EN UNIDROGAS S.A.S, VALLEDUPAR.

2.1.2 Objetivo general:

Diseñar un plan de mejoramiento para la minimización del porcentaje de medicamentos y productos próximos a vencer en UNIDROGAS S.A.S Valledupar.

2.1.3 Objetivos específicos

- Impulsar el método de inventario PEPS que ayude como herramienta para el control de los productos y/o medicamentos próximos a vencer en el inventario.
- Plantear un modelo de semaforización que permita llevar un control y verificación de los productos de acuerdo a la fecha de caducidad de los mismos.
- Agregar una alerta visual o notificación al sistema de información MAIA con el fin de evitar la facturación de productos o medicamentos con fechas próximas de caducidad en la bodega situada en Valledupar.

2.2.2.1 Impulsar el método de inventario PEPS que ayude como herramienta para el control de los productos y/o medicamentos próximos a vencer en el inventario

Método PEPS

El método PEPS consiste en tener identificados los productos o medicamentos que ingresan primero para darle salida inmediata de la bodega o punto de venta, ya sea por venta o traspasó entre las sucursales.

Para la implementación de este objetivo tomamos como base que la empresa aplica el método PEPS, el cual no se hace de manera correcta con todos los productos o medicamentos existentes en el inventario de la organización, cabe mencionar que dentro de cada una de las líneas existentes en bodega (alimentos, genérico, pañales, leches, cosméticos) existe una persona delegada por el sublíder de bodega, quien se encarga de abastecer y realizar Kardex periódicamente con el fin de mantener un mejor orden y control dentro de la bodega.

Los ítems a desarrollar dentro de este objetivo son los siguientes:

- Capacitación al personal de bodega

- Guía para la aplicación del método PEPS

CAPACITACION:

La capacitación sobre el método PEPS dentro de la bodega estará a cargo del sublíder de bodega, o del contador de la empresa, quienes tienen un amplio conocimiento respecto al método, por otra parte la capacitación para cada uno de los puntos de venta estará a cargo por el departamento de auditoría. Estas orientaciones se llevarán a cabo de acuerdo a las asignaciones que tenga el grupo.

Los temas que se trataran en dicha capacitación con el fin de resaltar la importancia y los múltiples beneficios que se obtienen con la correcta implementación del PEPS son los siguientes:

- ¿Qué es inventario?
- Método PEPS ¿Qué es y cómo funciona?
- Características del método
- Organización de los productos y medicamentos de acuerdo al método PEPS
- Beneficios del método PEPS
- Datos a tener en cuenta en el método PEPS

DESARROLLO:

¿QUE ES INVENTARIO ?

El inventario consiste en realizar una relación detallada, ordenada de todos los activos y pasivos de una organización, sirve para llevar un registro y control de los diferentes productos que hacen parte del patrimonio de una empresa, esto con el objetivo de determinar el nivel de inventario que debe mantenerse para satisfacer la demanda existente en el mercado.

Gracias al inventario se pueden corregir posibles errores anotados en los registros de entradas y salidas. Las tres funciones principales del inventario son:

1. Es la base de las cuentas anuales.
2. Sirve para detectar posibles pérdidas
3. Con él se pueden corregir posibles errores registrados en la contabilidad de existencias.

METODO PEPS

El PEPS es un método de inventario que hace referencia a: primeras en entrar, primeras en salir, es decir que los productos y/o medicamentos que tienen mas tiempo de estar en el inventario son las primeras que deben ser vendidas, cumpliendo con un orden cronológico que a la vez permite tener un registro y control, de la mercancía comprada, almacenada y vendida.

COMO FUNCIONA

El PEPS es un método fácil de implementar, con él se le da prioridad a los productos con más antigüedad en el inventario al momento de despachar, con el fin de que estos no cumplan su vida útil sin ser comercializados y a la vez generar mayor utilidad y orden cronológico de toda la mercancía existente en el inventario de la organización.

CARACTERISTICAS DEL METODO

- ✓ Establece que la mercancía mas antigua es la primera que se debe comercializar.
- ✓ Lleva un registro cronológico de la mercancía que entra y sale.
- ✓ Refleja el valor del inventario actual con las mercancías que han sido adquiridas recientemente-

ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y MEDICAMENTOS

De acuerdo al método PEPS los productos y/o medicamentos en bodega y puntos de venta, se deben organizar teniendo en cuenta las fechas de caducidad de cada uno de ellos, es decir, la mercancía con fechas cortas debe estar ubicada en la parte delantera con el fin de que esta sea la primera en salir del inventario, por ende la mercancía recibida (con fechas de caducidad amplias) se ubicaría en la parte posterior.

BENEFICIOS DEL METODO PEPS

- ✓ Permite el flujo de mercancía evitando que esta se vuelva obsoleta
- ✓ De todos los tipos de inventarios es el que genera menor gasto, debido a que reduce el mantenimiento de registros antiguos.
- ✓ Disminuye el porcentaje de perdidas dentro de la organización
- ✓ Con el orden en el inventario, se tendrá mayor conocimiento de los productos aún existentes.
- ✓ Disminuye el flujo de mercancía al área de devolución

DATOS A TENER EN CUENTA DEL METODO PEPS:

Los datos de mayor importancia a tener en cuenta en el PEPS son los siguientes:

- ✓ Fecha: la fecha de entrada del producto y/o medicamento a bodega y punto de venta.
- ✓ Cantidad: la cantidad de productos y/o medicamentos que ingresan al inventario.
- ✓ Detalle: saber qué tipo de producto es y cómo debe ser almacenado y posteriormente vendido.
- ✓ Costo: se debe conocer tanto el costo total como el costo de cada producto, para sacar el precio unitario final.

Para finalizar se hará un seguimiento constante con la finalidad de ver el impacto que tiene la buena implementación del método PEPS.

2.2.2.2 Plantear un modelo de semaforización que permita llevar un control y verificación de los productos de acuerdo a la fecha de caducidad de los mismos.

Justificación:

Diseñar un modelo de semaforización que permita el control y verificación de los medicamentos y productos que se encuentran en cada uno de los puntos de venta, la finalidad de proponer este objetivo es evitar que se comercialicen productos con fechas de caducidad muy cortas y a la vez permitir que los administradores de cada uno de los puntos de venta hagan la respectiva devolución dentro de los tiempos establecidos a la bodega y así mismo esta pueda hacer devolución al laboratorio productor. Esto es de vital importancia ya que después de su periodo de vencimiento los medicamentos pierden eficacia y en algunos casos pueden resultar tóxicos.

¿Qué es el modelo de semaforización?

Un modelo de Semaforización es una herramienta que se aplica para el control de vencimientos, y con ella se busca de manera visual identificar los insumos próximos a vencer mediante la utilización de los colores; rojo, amarillo y verde. Los cuales servirán para clasificar cada insumo de acuerdo con la fecha de vencimiento establecida por el fabricante.

Los objetivos por desarrollar en dicha semaforización son los siguientes:

- ✓ Garantizar el control de fechas de vencimiento en medicamentos y productos afines para la adecuada utilización y seguridad de los usuarios.
- ✓ Implementar a través de este medio visual un mayor control y reconocimiento de las fechas de vencimiento de los insumos almacenados
- ✓ Almacenar, coordinar y organizar la estantería por fechas de caducidad.
- ✓ Verificar y recordar constantemente al personal encargado de la dispensación de los medicamentos.

DESARROLLO

A continuación, se presentan los lineamientos a seguir en la implementación del sistema de control de fechas de vencimiento en los puntos de venta (inglesas y boticas) en la empresa UNIDROGAS S.A.S Valledupar, este control se propone como parte de las buenas prácticas de almacenamiento, con el fin de mantener un control para evitar vencimientos y pérdidas para la organización.

El sistema de semaforización busca determinar el momento oportuno en qué los medicamentos están próximos a vencer, permitiendo ejercer un control con los medicamentos y productos de baja y alta rotación. Teniendo en cuenta que en la mayoría de los puntos de venta cuentan con una buena capacidad de almacenamiento de productos, los rangos de fechas que se proponen utilizar para cada color del semáforo son los siguientes:

- ✓ **Rojo:** todos los productos o medicamentos vencidos
- ✓ **Amarillo:** todos los productos que tengan fecha de vencimiento entre 1 a 3 meses
- ✓ **Verde:** todos los productos con fecha de vencimiento mayor a 4 meses

Modelo de semaforización



Ilustración 3: Modelo Semaforización

- El color rojo nos indica que los productos ya están vencidos; si se encuentran en el punto de venta tanto el administrador como los vendedores deben responder por ellos, si por el contrario están en bodega esto representa una pérdida directa para la organización.

- El color amarillo nos indica que los productos o medicamentos deben ser separados y almacenados en el área de cuarentena para hacer su respectiva devolución a bodega y posteriormente al laboratorio productor,
- El color verde indica que los productos y medicamentos se pueden comercializar sin ningún problema.

Igualmente el departamento de auditoría encargada del proceso de Kardex realizara la verificación de fechas de vencimiento y actualización en el sistema de acuerdo a las variaciones que se presenten en el punto de venta, es decir ingresos y despachos de productos y medicamentos, además de reflejar la información en una casilla que indique cuantas unidades de dicho medicamento existen, el cual se actualiza de acuerdo al movimiento del mismo, cada lote de productos que sea revisado se clasificara de acuerdo a la fecha de vencimiento, al momento de recepción se debe identificar los insumos recibidos colocando las etiquetas en los estantes, cada producto tendrá un lugar establecido, de acuerdo al modelo planteado deben ubicarse los productos que vencen primero en la parte delantera, para que sean despachados primero.

En caso de que se detecten productos próximos a vencer al momento de realizar el proceso de Kardex por parte del departamento de auditoria se debe informar al administrador o vendedor del punto de venta, quien deberá ejecutar el respectivo tramite establecido a donde corresponda. Por otra parte, si se encuentran productos vencidos se deben apartar e iniciar el respectivo proceso de baja establecido por la organización.

¿En qué área se aplicará?

La aplicación de este modelo de semaforización será tanto en la bodega UNIDROGAS S.A.S Valledupar, como en los puntos de venta de esta zona (inglesas y boticas), el cual va desde el recibido de mercancía hasta la comercialización de la misma, ya que esta área es donde se presentan falencias en cuanto al cumplimiento de las fechas estipuladas para hacer el proceso de devolución del punto de venta a bodega y el despacho de mercancía con fechas cortas tanto para sucursales y clientes.

¿Qué equipos o herramientas se necesitarían para el desarrollo de este objetivo?

La implementación de este objetivo requiere de un instructivo del modelo de semaforización y a la vez del software MAIA POS (punto de venta) Y MAIACLOUDERP (bodega) que actualmente tiene la empresa.

¿Cómo se llevará a cabo?

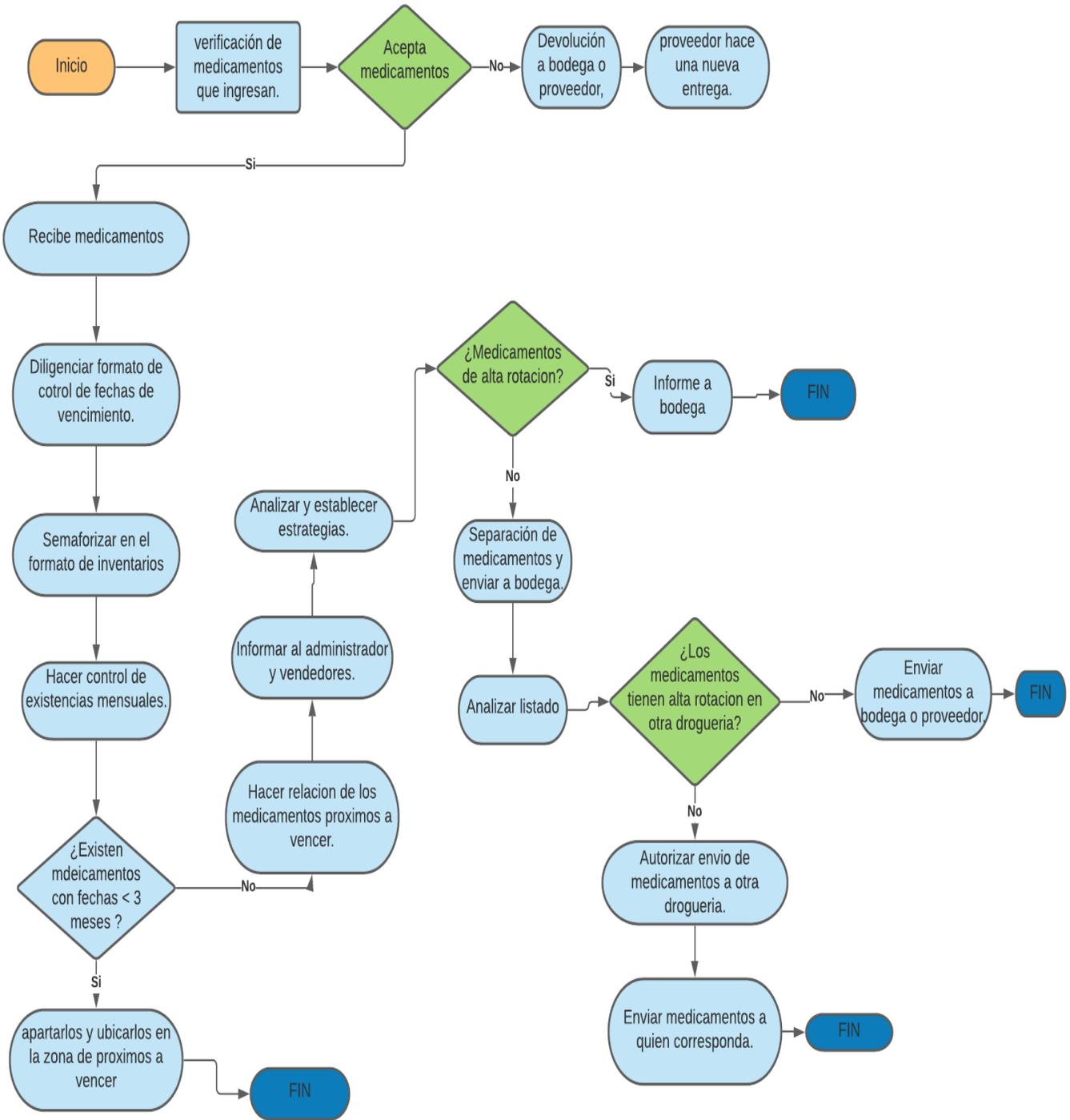
El modelo de semaforización se llevará a cabo por medio de un instructivo sobre el mismo, que inicialmente será entregado al jefe de bodega y posteriormente a todo el personal, así como también a los administradores y vendedores de los

puntos de venta y a la vez por medio del software MAIA realizando un proceso de mejora reflejado en la sección de facturación.

DIAGRAMA DE FLUJO:

Inicialmente se recibe la mercancía, en el punto de venta el encargado es el administrador o los vendedores, en cuanto a la bodega la responsabilidad es del área de recibo de mercancía, posteriormente se revisa cada uno de los productos y/medicamentos que ingresan y se toma la decisión de darles o no entrada, en caso tal de que no se reciba se procede a hacer la devolución al laboratorio productor o bodega para que este haga una nueva entrega, si por el contrario se le da entrada lo que continua es diligenciar el formato de control de fechas de vencimiento y lotes, para que de esta manera se pueda visualizar en el software la señalización de acuerdo al semáforo, posterior a esto a medida que se realice el proceso de facturación se verifica si existen productos con fechas de caducidad inferior a 3 meses, si los hay se apartan y se ubican en el área de cuarentena o próximos a vencer mientras se hace su respectiva devolución, si no lo hay se procede a hacer una relación de los productos que estén próximos es decir aquellos que tengan 4 o 5 meses y se le informa al administrador para que este les de prioridad sobre los demás al momento de comercializarlos, en este mismo orden se analiza la rotación de la mercancía si la rotación es alta se informa a bodega mediante un informe relacionando dichos productos, si por el contrario la rotación es baja se separan y se hace una devolución, la bodega se encarga de ver si en otro punto de venta hay alta rotación de ese producto y procede a hacer un traslado internos para así evitar que no se comercialicen.

Diagrama de Proceso para el Modelo de Semaforización Control y Verificación



2.2.2.3 Agregar una alerta visual o notificación al sistema de información MAIA con el fin de evitar la facturación de productos o medicamentos con fechas próximas de caducidad en la bodega situada en Valledupar.

Actualmente se utiliza el software MAIA desarrollado por la compañía TIREZIA Soluciones Tecnológicas. Encontramos que la empresa implementa un software para bodega y uno para punto de venta. MAIAPOS está diseñado para los puntos de venta, facilitando el control y administración de los procesos que implican la comercialización de productos y/o medicamentos, desde la recepción de la mercancía; conociendo por estadísticas el desempeño del personal de ventas, tendencias y cambios en el mercado. También permite conocer las ventas por sucursales, liquidaciones, comisiones, entre otras. Dicha información facilita la toma de decisiones por parte de gerencia, por otra parte MAIACLOUDERP es el software diseñado para bodega, el cual organiza estructuralmente los procesos en la administración de mercancías así como la distribución de la misma, reduciendo costos, mejorando el servicio y obteniendo información precisa.



Para el desarrollo de este objetivo inicialmente todos los productos se deben ingresar al sistema con su respectivo lote y fecha de vencimiento, a medida que ingrese la mercancía a bodega en el área de recibido, la persona encargada de registrar los productos en sistema es la misma que recibe la mercancía. Posteriormente llevar a cabo una mejora al software MAIA que maneja la organización, la cual consiste en agregar una alerta o notificación (ventana emergente) que indique el estado del producto, es decir, si esta vencido, próximo a vencer o si por el contrario puede continuar facturando, esto de acuerdo al modelo de semaforización planteado en el objetivo anterior, en el cual se indica que:

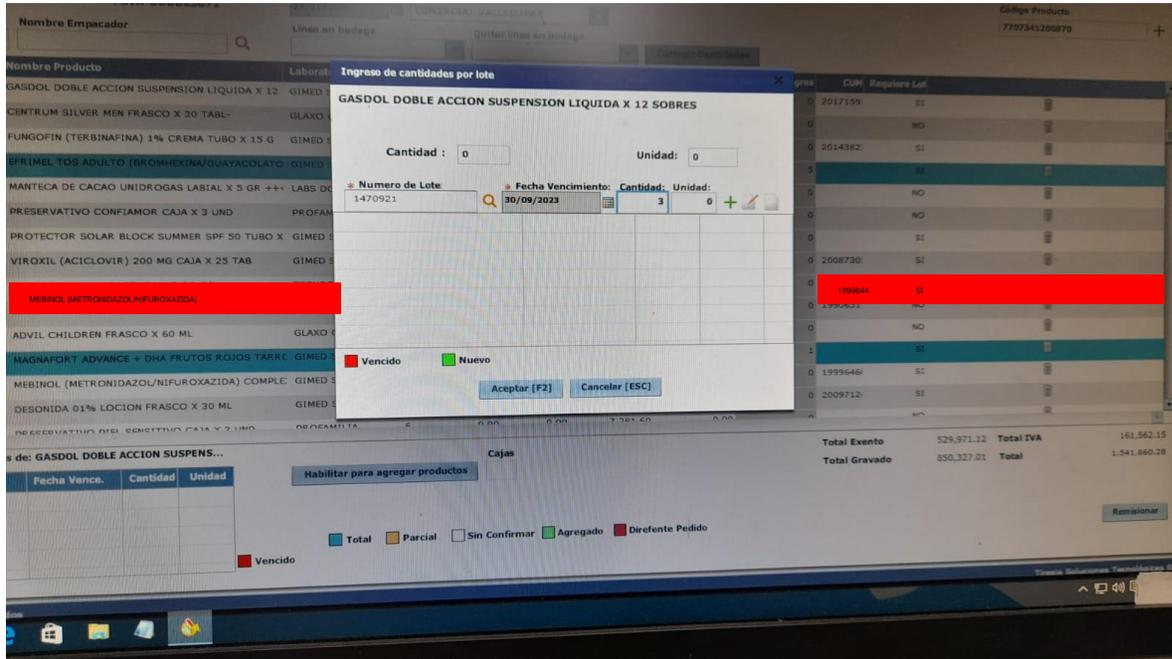
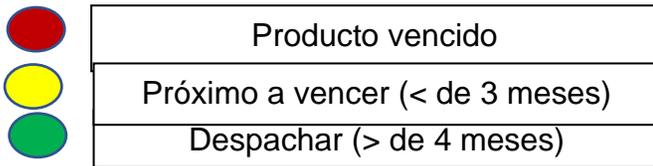


Ilustración 6: Facturación actual en bodega

En el proceso de facturación actual que se realiza en la bodega, se puede visualizar que el software MAIACLOUDERP tiene una señalización de color rojo cuando el producto esta vencido, cabe mencionar que esto ocurre solo cuando el producto y/o medicamento es ingresado al sistema con su respectivo lote y fecha de caducidad, como por ejemplo los productos del laboratorio GIMED, sin embargo el sistema permite que estos puedan ser facturados sin ningún inconveniente a pesar de que no estén en condiciones para ser comercializados.

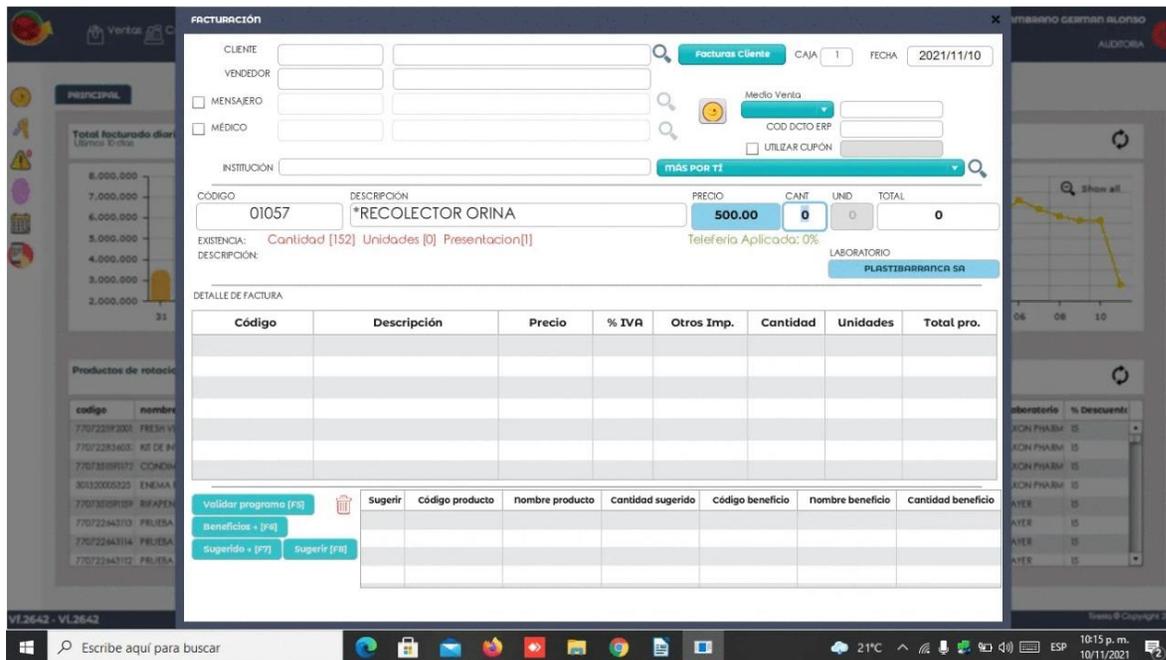


Ilustración 7 facturación punto de venta

En cuanto al proceso de facturación en los diferentes puntos de venta el software MAIA POS no tiene ninguna señalización que indique el estado de cada producto y/o medicamento, este lo único que nos indica es la cantidad de mercancía en el inventario, con su respectivo nombre, laboratorio y por ende su valor comercial.

Lo que buscamos con el desarrollo de este objetivo es que al momento de facturar tanto en bodega como en los puntos de venta, se notifique (ventaja emergente) el estado del producto de acuerdo al modelo de semafORIZACIÓN.

Mejora al software MAIACLOUDEPR (Bodega)

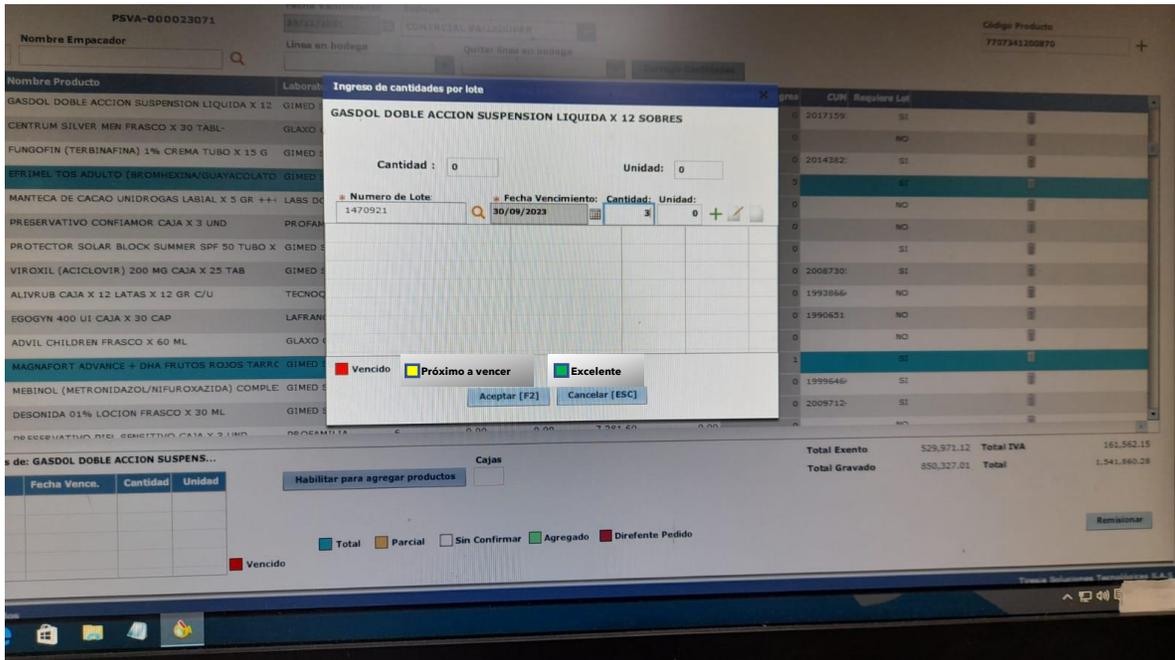


Ilustración 8 Modelo de semaforización implementado (bodega)

En base al modelo de semaforización planteado en el software MAIACLOUDERP, específicamente en la sección de facturación, se visualizará como se muestra en la ilustración número 8, el cual indica a lo que corresponde cada color dentro del modelo de semaforización.

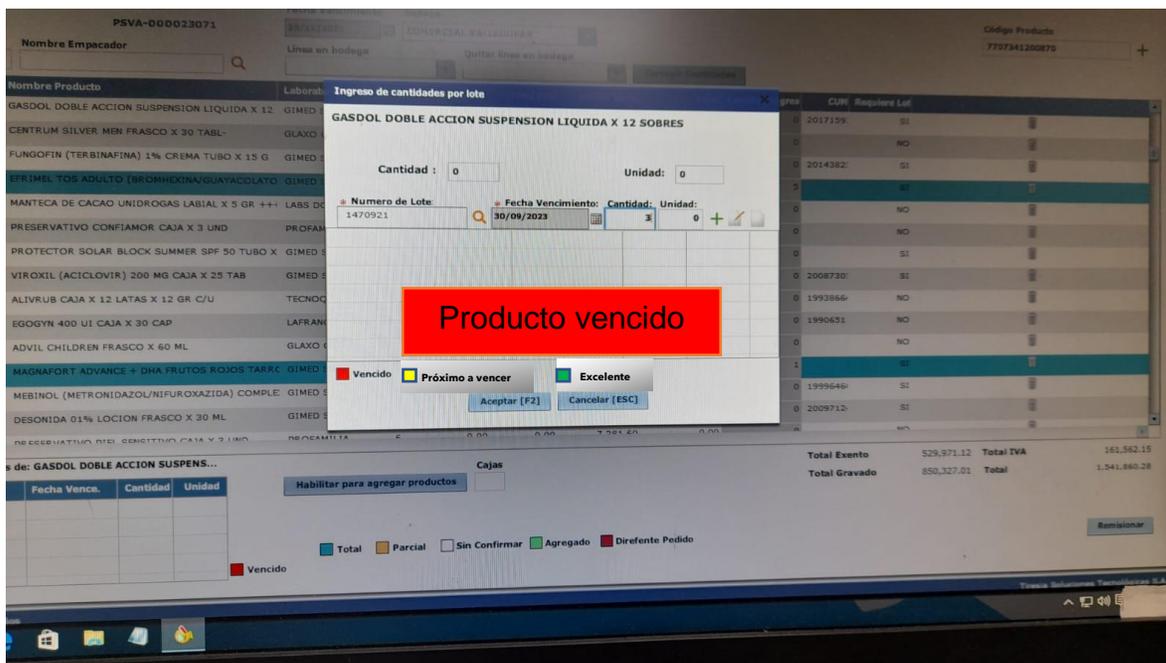


Ilustración 9 Notificación Rojo

De acuerdo al modelo de semaforización y teniendo en cuenta que cada producto debe ser ingresado con lote y fecha de caducidad, en el momento en que el producto se pase por el lector de códigos, el sistema automáticamente nos lleva a una ventana emergente en donde pide lote y con él se muestra la fecha de caducidad, posterior a esto se acepta la acción (dar clic en aceptar o f2), en caso de que el producto y/o medicamento este vencido, se visualizará una notificación en color rojo que nos indique que el producto no se puede comercializar y por ende el software MAIACLOUDERP no permitirá que se facture, como se muestra en la *ilustración numero 9*.

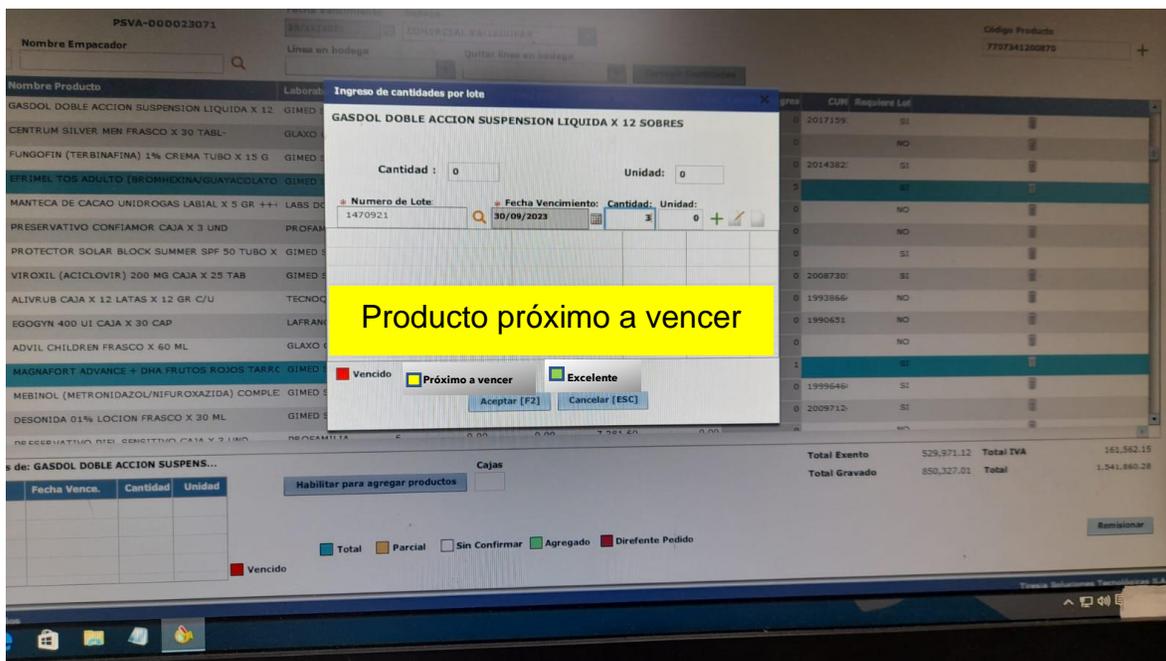


Ilustración 10 Notificación Amarillo

En el caso de que el producto este próximo a vencer (fecha < a 3 meses), al momento de aceptar la acción (clic en aceptar o f2), se visualizará una notificación en color amarillo, como se puede apreciar en la *ilustración número 10*. Lo cual lo significa que el producto no esta apto para ser comercializado y por el contrario debe ser apartado y llevado al área de devoluciones para realizar el procedimiento correspondiente.

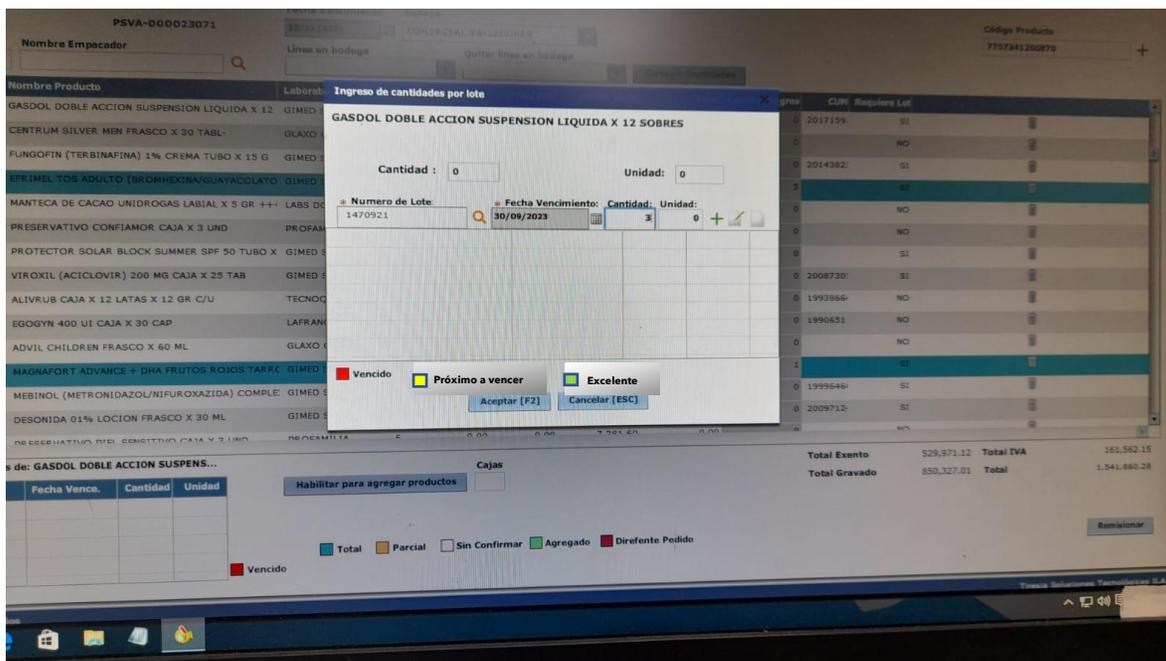


Ilustración 11 Notificación Verde

Y por último cuando el producto tiene una fecha de caducidad amplia (fecha > 4 meses), al momento de aceptar la acción, no se visualizará ninguna notificación, lo que quiere decir que el producto se puede facturar sin problemas.

Software MAIA POS (punto de venta)

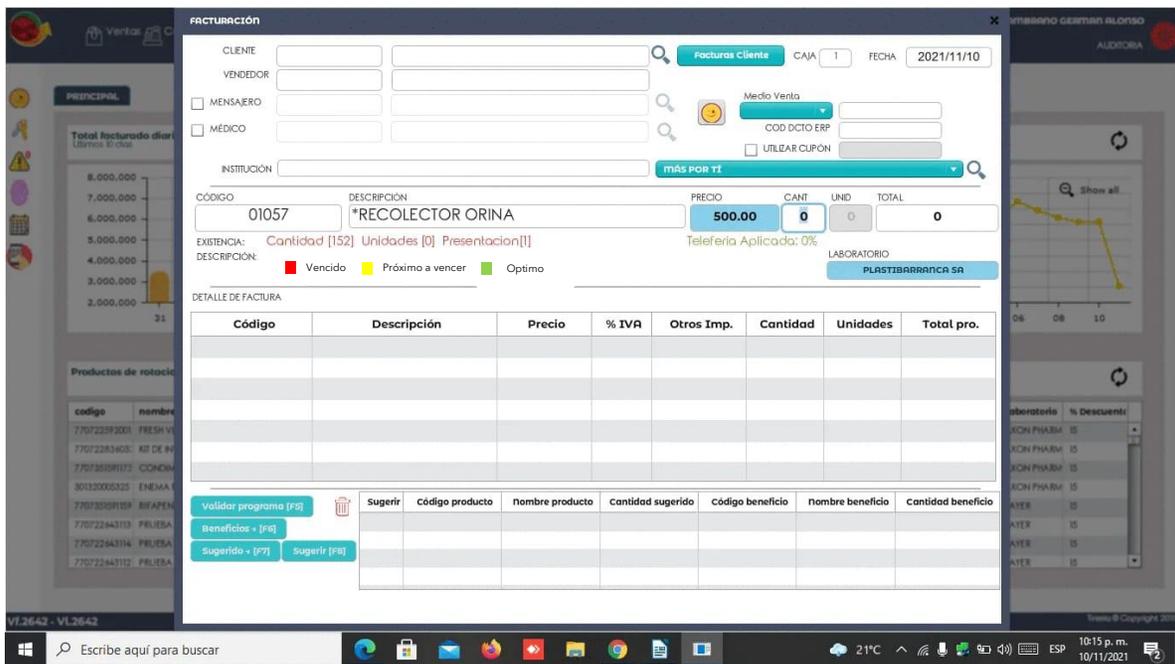


Ilustración 12 Modelo de semaforización implementado (Punto de venta)

Por otra parte la mejora implementada en el software MAIA POS (Punto de venta), se visualizara por medio de una señalización de acuerdo al modelo de semaforización, como se puede apreciar en la *ilustración 12*.

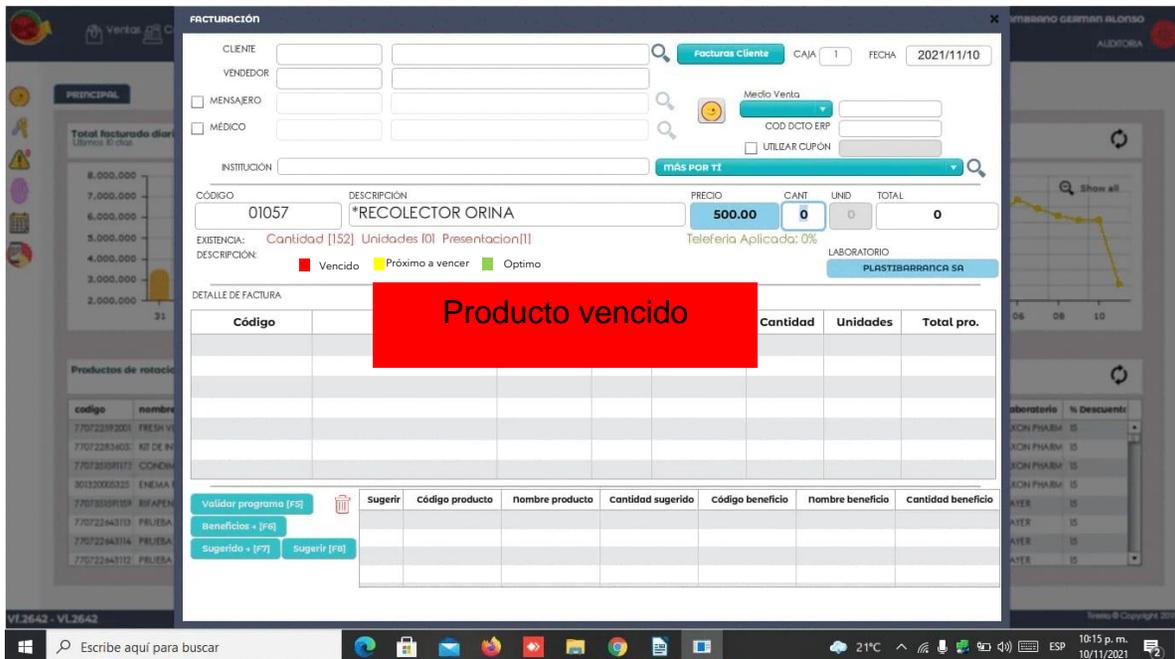


Ilustración 13 Notificación Rojo

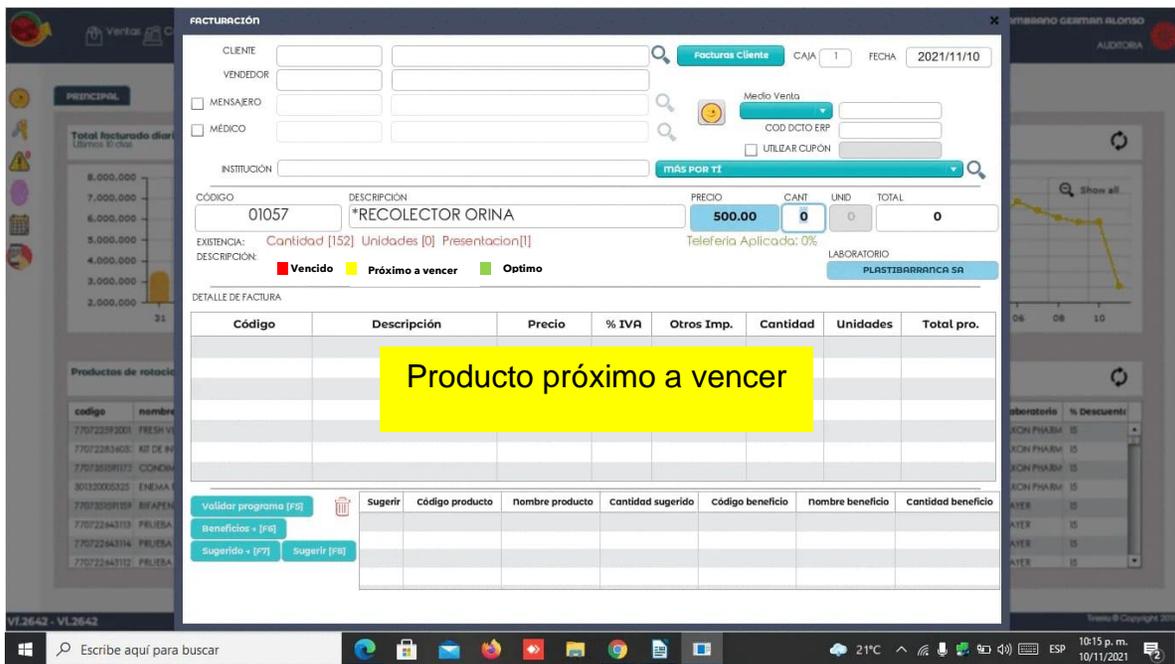


Ilustración 14 Notificación Amarillo

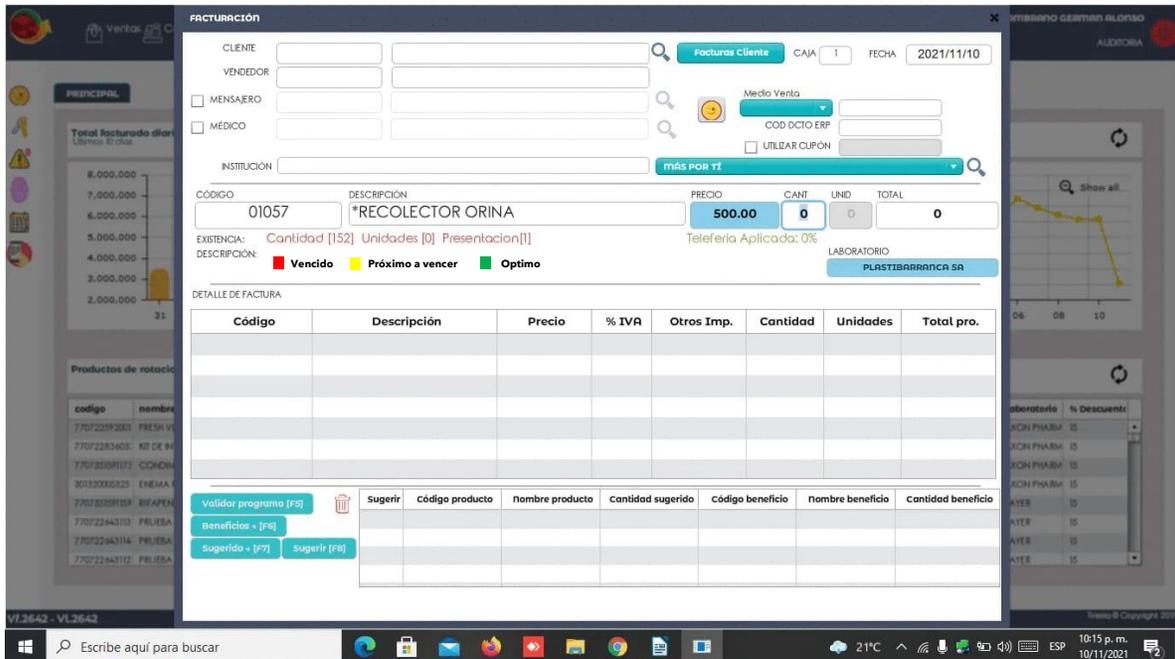


Ilustración 15 Notificación Verde

En cuanto al software MAIA POS (punto de venta), al igual que en el software MAIACLOUDERP (bodega), se visualizará una notificación que indique el estado del producto y/o medicamento de acuerdo al modelo de semaforización, como se puede apreciar en la ilustración numero 13, 14 y 15.

2.3 CONCLUSIONES

- En cuanto al cumplimiento de las funciones

De acuerdo a las funciones asignadas como practicante universitario AUDITORIA VALLEDUPAR podemos decir que son de suma importancia para la empresa UNIDROGAS ya que al realizar estas funciones se pueden detectar falencias y de esta manera darles una solución en el menor tiempo posible.

- Resultado de la propuesta de mejoramiento

Teniendo en cuenta que la industria farmacéutica es un mercado de alta complejidad con procesos dinámicos, por ende exige calidad en los productos, no cumplir con esto, con los procesos de control y a la vez con la verificación de fechas de caducidad de productos y/o medicamentos, conlleva consecuencias tanto para la organización como para el consumidor final.

De esta manera se llega a la conclusión por medio de la propuesta desarrollada que es importante llevar un control constante de los procesos internos que se implementan en la organización y de esta manera identificar las falencias y darles solución. En cuanto al desarrollo del objetivo cuya finalidad fue impulsar el método de inventario PEPS, se puede justificar que este método contribuye a una mejor rotación de los productos y/o medicamentos tanto en bodega como en los puntos de venta, por otra parte con el modelo de semaforización planteado se puede llevar una clasificación de la mercancía de acuerdo a sus fechas de caducidad, logrando una óptima organización, control y visualización, este modelo se verá reflejado por medio de las mejoras sugeridas al software MAIA, con la aplicación de esto se puede evidenciar una disminución en cuanto a la cantidad de productos y/o medicamentos despachados con fechas de caducidad cortas o ya caducados

- Experiencia obtenida

Realizar las pasantías en la empresa UNIDROGAS S.A.S Valledupar, fue una experiencia enriquecedora tanto en el ámbito profesional como personal, ya que por medio de esta fortalecimos el trabajo en equipo, el trabajo bajo presión, adquirimos responsabilidades, desarrollamos el hábito de la puntualidad entre otras, las cuales permiten que forjemos nuestras aptitudes como personas y como futuros profesionales en el área administrativa y contable.

2.4 RECOMENDACIONES

A manera de sugerencia se recomienda a la empresa UNIDROGAS S.A.S Valledupar que realice capacitaciones al personal en cuanto a los procesos internos que se llevan a cabo para la competitividad y la productividad del personal, ya que una empresa es tan competitiva como lo sean sus colaboradores.

Por otro lado para que el modelo de semaforización muestre los resultados esperados se recomienda realizar la mejora propuesta al software MAIA, para reducir el nivel de mercancía despachada con fechas próximas o caducados.

En cuanto al departamento de auditoria se recomienda que los horarios sean mas flexibles ya que cuando se realiza inventario, se excede demasiado la jornada laboral y ese tiempo no es recompensado monetariamente.

Por ultimo se recomienda que el personal asuma el compromiso de seguir con los procesos de control y mejoramiento constantemente, para lograr los objetivos trazados en esta propuesta.

2.5 ALCANCES DE LA PRACTICA

Realizar la pasantía en la empresa UNIDROGAS S.A.S Valledupar, como auditores, nos permitió desarrollar habilidades y actitudes en un entorno laboral, lo que contribuye al crecimiento profesional y personal, además de integrar los conocimientos adquiridos en nuestra línea de estudio, dando la posibilidad de aplicarlo en un ámbito profesional.

En cuanto a lo profesional, se obtuvo un concepto mas claro a lo que hace referencia auditoría interna, su alcance, responsabilidad y beneficios que le genera a una organización por la intervención de este departamento, recolectando información y evidencia que facilita la toma de decisiones por parte de la gerencia. Por otro lado en el ámbito personal fortalecimos la imparcialidad al momento de tomar decisiones, así como la responsabilidad, la puntualidad y además como debe ser el trato con el resto del personal y superiores.

Elegimos esta modalidad como trabajo de grado porque nos ofrece la oportunidad de adquirir experiencia en el ámbito profesional, desarrollando nuestras habilidades y actitudes, permitiendo a la vez que nos enfrentemos a situaciones o dificultades reales dentro de la organización con sus respectivas normas y políticas.

2.6 EVIDENCIAS

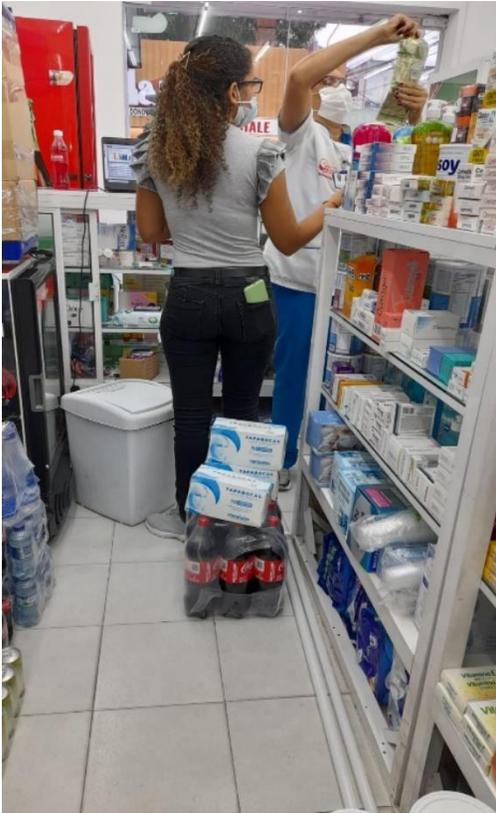


Ilustración 17 auditoria punto de venta



Ilustración 16 Inventario punto de venta

2.7 REFERENCIAS

<https://unidrogas.com/>

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/375/SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIO.pdf;jsessionid=9CBF73A83772BB57A6A837C3E4F9712E?sequence=1>

<http://susi189.blogspot.com/2009/11/almacenamiento.html>

<https://tiresia.com.co/>