

IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR
PROCESOS DE AUDITORIA Y ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LOS
PUNTOS DE VENTAS (FARMACIAS BOTICA E INGLESA) Y BODEGA DE
UNIDROGAS S.A.S. UBICADAS EN VALLEDUPAR - CESAR
INFORME FINAL DE PRÁCTICA

LUIS ALBERTO MUÑOZ TINOCO
CÓD. 1143454769
RONALDO CASTRO NAVARRO
CÓD. 1124069729

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
VALLEDUPAR
2022

IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR
PROCESOS DE AUDITORIA Y ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LOS
PUNTOS DE VENTAS (FARMACIAS BOTICA E INGLESA) Y BODEGA DE
UNIDROGAS S.A.S. UBICADAS EN VALLEDUPAR - CESAR

LUIS ALBERTO MUÑOZ TINOCO
CÓD. 1143454769
RONALDO CASTRO NAVARRO
CÓD. 1124069729

SUPERVISOR DE PRÁCTICA
FERNANDO E. BRAND CÁMARO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
VALLEDUPAR
2022

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
1. INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL.....	8
1.1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....	8
1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS	10
1.2.1. MISIÓN	10
1.2.2. VISIÓN.....	10
1.2.4. VALORES	11
1.2.5. ORGANIGRAMA.....	12
1.3. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO.....	13
1.3.1. MISIÓN	13
1.3.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	13
1.4. FUNCIONES ASIGNADAS AL PRACTICANTE	13
1.5. DIAGNOSTICO.....	14
1.5.1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN	15
1.5.2. DEPARTAMENTO DE MARKETING	15
1.5.3. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	16
1.5.4. DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO	17
1.5.5. DEPARTAMENTO DE AUDITORIA	17
1.5.6. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)	22
1.5.7. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE).....	24
1.5.8. MATRIZ DOFA.....	26
1.6. ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	28
1.6.1. TITULO	28
1.6.2. OBJETIVOS	28
1.6.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	28
1.6.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	28

1.6.3. JUSTIFICACIÓN	29
1.6.4. CRONOGRAMA.....	30
2. MARCO CONCEPTUAL.....	31
2.1. AUDITORIA	32
2.2. TIPOS DE AUDITORIA.....	33
2.3. AUDITOR.....	33
2.4. NORMAS DE CONDUCTA DEL AUDITOR.....	34
3. DESARROLLO DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	35
3.1. TITULO	35
3.2. OBJETIVOS.....	35
3.2.1. OBJETIVO GENERAL	35
3.2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	35
3.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	36
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES.....	53
ALCANCES DE LA PRÁCTICA	54
ANEXOS.....	55
3.3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

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

Las prácticas empresariales constituyen un factor fundamental en el proceso de formación de los estudiantes, ya que de esta manera se pueden identificar sus 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.

Las organizaciones dieron inicio a la implementación de recursos que ayudan a cumplir todas sus expectativas, recursos como auditorias que les permiten realizar una evaluación de la empresa o una área de la misma, esta evaluación permite generar un diagnóstico completo de las condiciones actuales de la empresa, para después emitir una conclusión concreta con sugerencias y recomendaciones para mejorar cualquier tipo de proceso que se requiera, todo esto, con el fin de ser mejor y de sostener altos estándares de calidad en cuanto a la prestación de productos y servicios.

El escenario ideal para generar conocimiento y comprender la vida laboral son las prácticas empresariales ya que es aquí donde todos los conocimientos que se adquieren en nuestra etapa de formación académica se ejecutan en un ejercicio de la vida real, donde se busque una solución eficaz para acabar algún problema, Por esta razón, en este caso en particular en UNIDROGAS S.A.S y para ser más específicos, el departamento de auditoria se evalúan 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 se torna interesante importante nuestra participación como estudiantes dando dictámenes en los procesos integrales que desarrollan en el departamento de auditoria en la regional de Valledupar-Cesar.

JUSTIFICACIÓN

La práctica profesional representa la oportunidad de ganar experiencia en el ámbito Laboral, ya que permite poner en práctica todos los conocimientos y virtudes adquiridas a lo largo de la formación académica por la Universidad de Pamplona. La práctica genera beneficios para el practicante incrementando su intelecto en el área que ha sido asignado para trabajar, Con el trabajo práctico se puede evidenciar las fortalezas, aptitudes tanto personales como profesionales con la finalidad de aportar al departamento de auditoría de la empresa UNIDROGAS S.A.S. 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 y personas que aporten al crecimiento funcional dentro y fuera de la organización.

Este proyecto tiene como finalidad la aplicación de una propuesta viable tanto en bodega como en puntos de venta de UNIDROGAS S.A.S Valledupar. Garantizando la vida útil de los productos, la optimización de tiempo y brindándole calidad al cliente, teniendo en cuenta la importancia que hoy en día tiene para las organizaciones la correcta ejecución de sus procesos, por esta razón la ejecución de este proyecto permitirá identificar oportunidades de mejora en la empresa para reducir el alto impacto en reproceso y tiempos de ejecución.

A su vez se resalta la importancia del plan de mejoramiento realizado ya que el fin del mismo es poder aportar a la empresa eficiencia y organización para los procesos que se llevan a cabo en la misma se desarrollen de la mejor manera y aportando en el área donde se desarrollaron las prácticas profesionales (área de auditoría) aportes positivos que a mediano y largo plazo le aseguren que los procesos se van a ir optimizando y abarcando un mayor campo y que puedan asegurar que los beneficios para la empresa para ser más específicos a la sucursal Valledupar sean lo mayor satisfactorios posibles.

En el transcurso de la pasantía se ha trabajado en equipo, planeación, liderazgo, ejecución de tareas, alcance de objetivos, responsabilidad, compromiso, forjando en cada uno bases importantes a resaltar con el que un profesional puede ejercer con mucho orgullo su carrera.

1. INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL

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 circulo notarial de la capital santandereana, donde consta que la sociedad UNIDROGAS S.A.S., reformo sus estatutos y en adelante se denominara “UNIÓN 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 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 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 S.A., y su función principal abastecer los más de 49 puntos estratégicos de ventas que hay en Valledupar y municipios aledaños.

Para el año 2021 la sucursal Valledupar se posicionaba de forma creciente y era altamente apetecida por los clientes, no solo los del Cesar, sino también, de La Guajira y parte del Magdalena, en cuanto al posicionamiento de los puntos de ventas de la empresa (Boticas e Inglesas) fue tanto la aceptación por parte del mercado que se dieron apertura de 8 puntos nuevos entre las zonas de La Guajira y el Cesar, esto aportando de manera altamente positiva el posicionamiento en el mercado que posee la empresa en comparación a sus competidores directos.

Para el año en curso (2022) la eficiencia de la Sucursal Valledupar en cuanto a la distribución de los productos ofertados por la empresa, llevo a que se le asignaran nuevos puntos de ventas para que estos fueran suministrados directamente de la empresa, estos puntos son 14 en total, ubicados en Fundación y Pivijay Magdalena, estos puntos eran suministrados por la sucursal Barranquilla, pero debido a la ampliación de puntos de ventas en el Atlántico, estaban presentando retrasos en los pedidos de esta zona, por lo que la alta gerencia tomo la decisión y decidió ejecutar la orden de que estos puntos pasaran a formar parte de las rutas manejadas por la sucursal Valledupar, a pesar de no llevar mucho tiempo en el mercado la sucursal Valledupar ha mostrado muy buenos resultados gracias a las estrategias establecidas por el personal al frente de la misma.

1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS

LOGOTIPO



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

- ✓ 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.
- ✓ 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 continua por el entorno, materialización del compromiso que tiene la organización con el desarrollo de la sociedad circundante, cuidado e impulso de la población y del medio ambiente.
- ❖ Orientación al logro:
Generación de valor económico para proyectarse al futuro y brindar bienestar a inversionistas, asegurando el cumplimiento de las metas trazadas y la operación en procura del alcance de los objetivos propuestos.
- ❖ 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 lo mismo.

1.2.5. ORGANIGRAMA

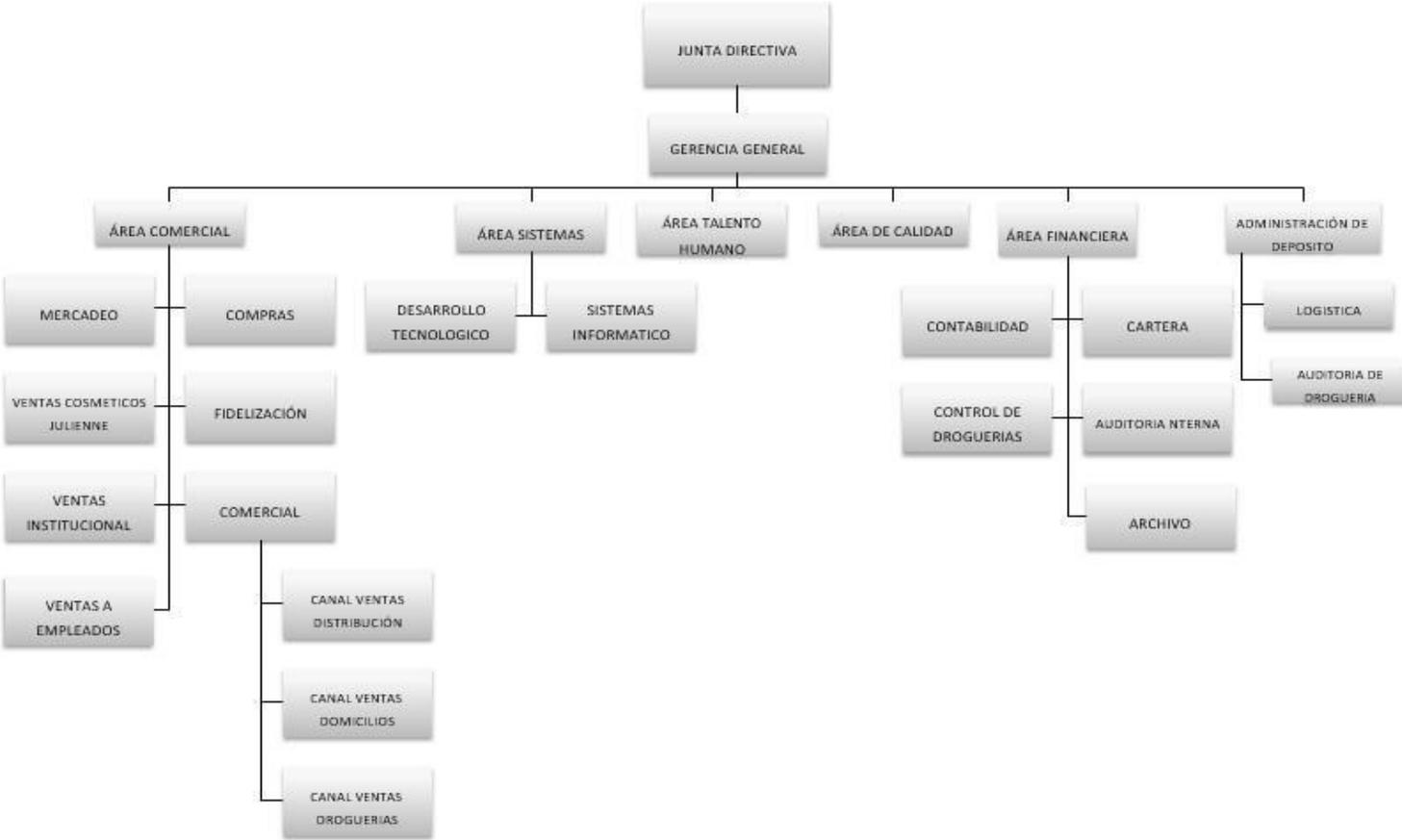


Gráfico Nº 1. ORGANIGRAMA DE UNIDROGAS S.A.S

1.3. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

DEPARTAMENTO DE AUDITORIA

1.3.1. 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.

1.3.2. DESCRIPCIÓN DEL 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. es en el área de auditoria, el cual está conformado por el jefe del departamento de auditoria quien además cumple con funciones de carácter administrativo HERNÁN BRISEÑO, 10 auxiliares, distribuidos de la siguiente manera:

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

Quienes son los que ejecutan el proceso de auditoría de inventario en los diferentes puntos de ventas (droguerías) que posee la Organización

1.4. FUNCIONES ASIGNADAS AL PRACTICANTE

- Toma de inventario
Ejercer la actividad de inventarios en los diferentes puntos de ventas y del centro de almacenamiento - distribución en las fechas que están establecidas por la organización que serían de la siguiente manera:
 - Centro de almacenamiento, se realiza de forma anual
 - Droguerías, dependiendo de los resultados obtenidos en las rodas de Kardex. Pueden realizarse, bimestral, trimestral, etc.
- Inventario de activos fijos de Droguerías y Bodega
Observar y reportar los aspectos locativos y limpieza dentro de las droguerías auditadas y bodega, todo esto con el fin de proporcionar información sobre el estado de las infraestructuras de estos puntos en particular de la empresa.

- Cardes en Droguerías y Bodega
Realizar trabajo de Auditoria de inventario (revisión de kardex) en las diferentes droguerías que posee la empresa y el centro de almacenamiento distribución ubicada en Valledupar.
- Ordenar la droguería al Finalizar la visita
Al finalizar el ejercicio de la ronda de Kardex a las Droguerías auditadas se prioriza el orden de los productos para no generar en el cliente un aspecto negativo del punto y no afecta su dinámica de ventas.
- Revisión de fechas de vencimiento en droguerías y bodega.
Se supervisa que los medicamentos cumplan con una fecha pertinente para su correcto uso y comercialización en los diferentes puntos de ventas y en bodega.
- Revisión de pedidos facturados, para despachos a Droguerías y clientes
Se aplica una minuciosa revisión a los pedidos realizados por cada una de las droguerías que maneja la organización y a su vez, a los clientes que tienen como proveedor principal a Unidrogas S.A.S.
- Surtido de Mercancía
Se realizan actividades de organización y surtido de los productos que se manejan en bodega, para minimizar toda pérdida de tiempo al momento de despachar una factura de venta.
- Revisión de pedidos en recibo de Mercancía
Se supervisa el estado de todos aquellos productos que lleguen al centro de almacenamiento - distribución, con el fin de identificar cualquier anomalía que se pueda presentar en ellos.

1.5. DIAGNOSTICO

Este diagnóstico recolecto información importante mediante una serie de encuestas que se realizaron tanto en bodega y en puntos de venta, se logró bajo la adquisición de data primera, donde la recolección de información puede ser exitosa gracias a modalidades tales como encuestas y observación en el campo laboral donde desempeñamos nuestras funciones como practicantes de auditoria en la regional Valledupar y a su vez bajo la recopilación de información suministrada por parte del personal de la empresa que desempeñan funciones específicas en las distintas

áreas de UNIDROGAS S.A.S. Las preguntas que se utilizaron en las encuestas aplicadas a las diferentes áreas se puede concluir como ópera cada uno de los departamentos que conforman a la empresa y poder analizar un poco más a fondo la esencia de cada uno de los mismos y como se unifican las actividades que desarrollan cada uno de ellos, para cumplir en conjunto las metas propuestas de la apertura de la seccional Valledupar.

1.5.1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

UNIDROGAS S.A.S. es distribuidora de todos los laboratorios multinacionales y nacionales afiliados a Afidro y Asunfar, ya que cuentan con excelentes 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 donde sus especificaciones concuerdan textualmente con lo impreso en etiquetas y empaques del producto ofrecido. UNIDROGAS S.A.S. regional Valledupar, está encargada de suministrar dichos medicamentos a todo el departamento del Cesar y Guajira, principalmente, en algunos municipios del Magdalena, gracias a la calidad de la línea de productos que maneja la empresa se garantiza la comercialización de medicamentos que son seguros y confiables.

1.5.2. DEPARTAMENTO DE MARKETING

1.5.2.1. Producto

UNIDROGAS S.A.S es una empresa que se encarga de aproximadamente 20.000 productos entre medicamentos 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, sucursales y minoristas.

1.5.2.2. Precio

Unidrogas maneja diferentes precios de sus productos según la razón social de la droguería, aunque estos por lo general no varían, dado a que las droguerías manejan precios un poco más bajos que en otras, por consiguiente, no se puede comparar el precio respecto a la competencia, porque entre la misma empresa se fijan distintos precios según la droguería. Además, con sus clientes (otras farmacias), manejan precios más bajos para que ellos puedan venderlos a un precio accesible para el usuario final.

1.5.2.3. Plaza

La variación en cuanto al tamaño de los diferentes segmentos del mercado en el que se desenvuelve la empresa varían mes a mes según los clientes y según la zona, por esto UNIDROGAS S.A.S estratégicamente hablando, va moviendo sus puntos de ventas de acuerdo a las ventas (valga la redundancia) y la ubicación geográfica que estos tengan dentro de la zona que maneja la regional Valledupar.

1.5.2.4. Promoción

Los puntos de ventas de UNIDROGAS S.A.S. aplican una estrategia de venta conocida como la fórmula magistral, que consiste en saludar, asesorar y fidelizar, básicamente es brindar una cordial bienvenida al cliente, presentándose al cliente, asesorando el producto que satisfaga las necesidades del cliente para que prefiera al punto y la entidad por encima de la competencia, 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. Esto motiva al personal a poder aumentar las ventas por mes, y a promocionar estos productos con mayor intensidad.

1.5.3. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

UNIDROGAS S.A.S., desde el punto de vista financiero esta es una empresa estable gracias a que 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.

Dentro de este departamento se desprende cartera, donde se destacan las actividades tales como 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.

1.5.4. DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

Este departamento se desarrollan actividades tales como el control de asistencia, formulación y pago de nómina, concesión de permisos, entrevistas e 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.

1.5.5. DEPARTAMENTO DE AUDITORIA

Se destacan en este departamento de la empresa las actividades tales como la ejecución, control y emisión de diagnósticos integrales oportunos e imparciales sobre todas las operaciones de la organización, para alcanzar el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales todo esto se logra bajo un exhaustivo seguimiento y supervisión de las operaciones ejecutadas por la empresa, haciendo énfasis con mayor atención en las áreas de bodega o distribución de los productos ofrecidos por la empresa, y el área de punto de ventas, áreas en la que se presentan con mayor regularidad falencias a diferencia de las otras áreas que conforman la empresa por ende se busca minimizar la mayor cantidad de errores posibles en los procesos que se ven involucrados en las mismas, para poder garantizar una mejora continua en los procesos y fortalecer la fidelización de la mayoría de clientes potenciales que les interese la adquisición de los productos y servicios que brinda la empresa.

¿Cree que el uso de nuevas tecnologías (Software) facilitaría el proceso del grupo de auditores en puntos de venta?

Los administradores de puntos de venta creen que esto ayudaría considerablemente a los auditores a optimizar tiempo, de esta forma se evitaría

estar rectificando constantemente los productos contabilizados, esta metodología traería grandes beneficios a los puntos de venta y a los auditores.

¿Conoce el método de valoración FIFO?

El 70% del personal encuestado afirma que no conoce el método valoración FIFO (primero en entrar, primero en salir), 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.

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

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

¿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.

¿Una señalización en productos prontos a caducar que beneficios tendría en el punto de venta?

Le permitiría al auxiliar de droguería llevar un control sobre los productos que están prontos a vencer, al momento de vender tendría en cuenta los productos que están en el estante de señalización y dispondría de estos.

¿Cuáles son las actividades realizadas durante el proceso de auditoría en un Punto de Venta?

Realización de Kardex; inventario de productos; revisión de activos fijos.

¿Considera que ofrecer al cliente un CRM en un punto de venta sería de ayuda para la droguería?

El 90% de los droguistas encuestados estiman que disponer de un CRM ayudaría a visualizar las falencias que tienen al momento de brindarle atención a un cliente, permitiéndoles mejorar el servicio.

¿Qué tan viable sería la opción de tener una limitación de troques de los productos en los puntos de venta?

Tener una limitación de troques permitiría estar más atentos a la hora de vender, tomándose el tiempo correspondiente con el cliente para que no haya un error del

producto adquirido, por otro lado, como droguistas no se tiene la culpa de que el cliente devuelva el producto por no saber cuál era, etc. De esta manera se entiende que el producto ya sale del sistema y se estima como vendido, esta es una de las tantas formas de troques que se encuentran en un punto de venta.

¿Cómo se realiza el proceso de verificación de fechas de expiración de los productos y medicamentos?

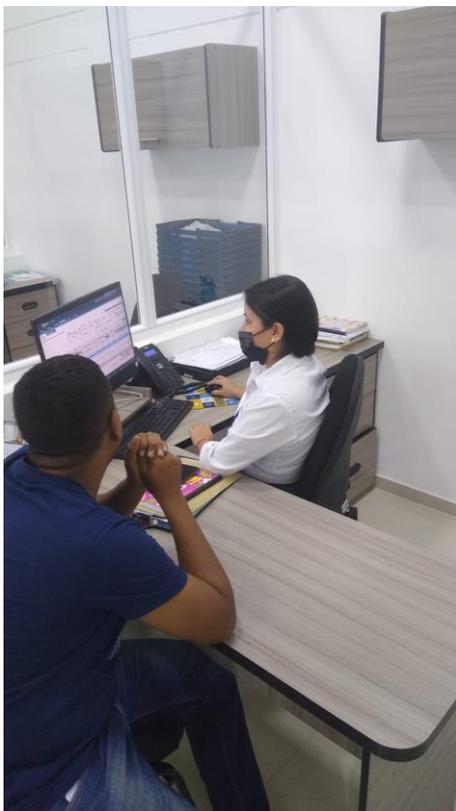
Este proceso es realizado por el personal de bodega o por los auditores en puntos de venta, se realiza con Kardex de manera manual, aunque el proceso sea demorado y no garantiza su efectividad ya que por momentos entran muchos productos para satisfacer la demanda, sin embargo, el proceso es eficiente y son pocos los errores.

¿Cada cuánto proceden hacer inventario general en las bodegas?

Los inventarios generales en la bodega se hacen anualmente, con ayuda de los auditores de la zona, droguistas, personal de bodega, practicantes de auxiliar droguería, todas estas personas ayudan a la contabilización ya que el área de la bodega es extensa.

- 1. ¿Cree que el uso de nuevas tecnologías (Software) facilitaría el proceso del grupo de auditores en puntos de venta?**
- 2. ¿Conoce el método de valoración FIFO?**
- 3. ¿Con qué frecuencia se realizan jornadas de capacitación al departamento de auditoria?**
- 4. ¿Cuál es el flujo de productos y/o medicamentos próximos a vencer o caducados en el área de devoluciones?**
- 5. ¿Una señalización en productos prontos a caducar que beneficios tendría en el punto de venta?**
- 6. ¿Cuáles son las actividades realizadas durante el proceso de auditoria en un Punto de Venta?**
- 7. ¿Considera que ofrecer al cliente un CRM en un punto de venta seria de ayuda para la droguería?**
- 8. ¿Qué tan viable seria la opción de tener una limitación de troques de los productos en los puntos de venta?**
- 9. ¿Cómo se realiza el proceso de verificación de fechas de expiración de los productos y medicamentos?**
- 10. ¿Cada cuánto proceden hacer inventario general en las bodegas?**

EVIDENCIA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL DIAGNOSTICO



1.5.6. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

La matriz de evaluación de factores internos (EFI), permite visualizar como se encuentra la situación interna de la empresa, 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.

Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación	Peso Ponderado
FORTALEZA			
Posicionamiento en zonas del Cesar y Zonas aledañas	0.15	4	0.60
Alianzas estratégicas con proveedores	0.1	4	0.40
Diversificación del portafolio de productos	0.1	3	0.30
Sistema de facturación electrónica	0.1	4	0.40
Nivel de prestación de servicios	0.1	4	0.40
DEBILIDADES			
Falta de sistematización de procesos de auditoria	0.1	1	0.10
Insuficiencia de publicidad de los productos estrellas de la empresa en promoción	0.1	2	0.20
Organización de Productos para mejorar la prestación del servicio	0.1	2	0.20
Falta de señalización de zona de productos a vencer	0.06	1	0.06
competitividad en precio	0.09	2	0.18
Suma	1.00		2.84

Tabla 1. Matriz EFI Unidrogas S.A.S.

ANÁLISIS DE LA MATRIZ EFI

Determinando las fuerzas internas de la empresa Unidrogas, indica que estas son favorables ya que el total ponderado es superior a 2,5 encontramos que uno de los valores más altos está en el determinante de fuerzas, es el posicionamiento en zonas del Cesar y zonas aledañas, con un ponderado de 0,60 a pesar de que hay muchos puntos de venta de la competencia por toda la ciudad e incluso muy cercanos que manejan medicamentos a un precio más asequible que UNIDROGAS S.A.S., esta se caracteriza por la buena atención al cliente y la calidad de sus productos lo que les permite tener un posicionamiento y reconocimiento en la ciudad.

Por otra parte, entre los valores más bajos se visualiza el determinante de debilidades, y se encuentra el factor de falta de señalización de zona de productos a vencer, con un ponderado de 0,06 en donde se puede visualizar que la empresa no cuenta con señalizaciones de productos con fechas cortas de vencimiento, por lo tanto, la debilidad es sobresaliente.

1.5.7. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

La matriz de evaluación de factores externos (EFE), permite comprender como se encuentra la situación externa de la empresa, 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.

Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES			
Posicionamiento de laboratorios estrellas de la empresa	0.15	4	0.60
Apertura de nuevos puntos de venta	0.1	4	0.40
Adquisición de nuevas tecnologías	0.1	4	0.40
Poder adquisitivo en la industria farmacéutica	0.1	4	0.40
Poder de negociación con los clientes	0.1	4	0.40
AMENAZAS			
Temperatura Ambiente	0.1	1	0.10
PQRSDF	0.07	2	0.14
Deterioro de las vías de acceso	0.09	1	0.09
Inseguridad	0.1	1	0.10
Competencia	0.09	1	0.09
Suma	1.00		2.72

Tabla 1. Matriz EFI Unidrogas S.A.S.

ANÁLISIS DE LA MATRIZ MEFE

La matriz MEFE es un instrumento de diagnóstico estratégico que permite hacer un estudio de campo, donde se pueden identificar y evaluar distintos aspectos externos que pueden afectar o influir en la expansión y crecimiento de una organización.

Estos factores externos nos permiten identificar y evaluar distintos factores que de una u otra manera influyen en el crecimiento de la empresa UNIDROGAS S.A.S. La matriz MEFE nos muestra un promedio de 2,72 el cual es el más alto y se encuentra distribuido en oportunidades, por otro lado se puede visualizar posicionamiento de laboratorios estrellas de la empresa 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.

Esto ha generado que los productos que son elaborados por ellos mismos lleguen a más personas ya que la mayoría de los puntos de venta se encuentran en lugares estratégicos, como esquinas, vía nacional entre otros lugares. Por otra parte, encontramos que otros de los valores más altos se encuentran en las amenazas y corresponde al (PQRSDF) con un ponderado de 0,14 teniendo en cuenta que la empresa como toda organización tiene algunas falencias, el artículo 21 de la ley 1755 del 2015 permite que toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades, en los términos señalados en este código, por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución completa y de fondo sobre la misma. Gracias a esto la organización puede seguir mejorando en áreas donde se vea afectada por las peticiones del cliente.

1.5.8. MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS			
DEBILIDADES		FORTALEZAS	
D1	Falta de sistematización de procesos de auditoria	F1	Posicionamiento en zonas del Cesar y Zonas aledañas
D2	Insuficiencia de publicidad de los productos estrellas de la empresa en promoción	F2	Alianzas estratégicas con proveedores
D3	Organización de productos para mejorar la prestación del servicio	F3	Diversificación del portafolio de productos
D4	Falta de señalización de zona de productos a vencer	F4	Sistema de facturación electrónica
D5	competitividad en precio	F5	Nivel de prestación de servicios
FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Posicionamiento de laboratorios estrellas de la empresa	A1	Temperatura Ambiente
O2	Apertura de nuevos puntos de venta	A2	PQRSDF
O3	Adquisición de nuevas tecnologías	A3	Deterioro de las vías de acceso
O4	Poder adquisitivo en la industria farmacéutica	A4	Inseguridad
O5	Poder de negociación con los clientes	A5	Competencia

CRUCE DE VARIABLES

ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FA
<p>D1 – O3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitalizar los procesos de auditoria para optimizar el tiempo que se ejecutan en los procesos mediante el software que se utiliza la empresa darles desarrollo a los procesos con el fin de agilizar la aplicación de auditoria garantizando un mejor control y organización de los mismos <p>D3 – O1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la organización de los productos ofrecidos al cliente donde se priorice la comercialización de los laboratorios o productos estrellas de la empresa. <p>D4 – O2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalizar los estantes tanto de los puntos de ventas como de la bodega para brindar una ayuda a cualquier empleado que realice algún proceso, ya sea de identificación del área de devoluciones para los puntos de ventas como la separación de pedidos para sucursales y clientes. 	<p>F1 –A2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimizar la calidad de la atención al cliente, mediante respuesta rápida a sus necesidades e inconformidades, utilizando nuevas herramientas. <p>F1- A5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ampliar el capital humano que posee la empresa teniendo que se encuentre altamente calificado aprovechando el crecimiento que está teniendo la misma a nivel nacional para asegurar los objetivos establecidos con mayor certeza.
ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FO
<p>D1, D2, A5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sugerir al área de mercadeo bajo conclusión de empleados los productos y laboratorios con menor rotación para poder implementar una estrategia de marketing que ayude a dinamizar la participación de los mismos en el mercado. 	<p>F1 – O4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar de la mejor manera las oportunidades de expansión y posicionamiento que brinda la región Caribe a la empresa en el mercado farmacéutico. <p>F5 – A5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la base de datos que se adquiere de los consumidores y clientes potenciales para dinamizar la interaccion que hay con ellos.

1.6. ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1. TITULO

Implementación de nuevas estrategias para optimizar procesos de auditoria y organización de productos en los puntos de ventas (farmacias botica e inglesa) y bodega de Unidrogas S.A.S. ubicadas en Valledupar - Cesar

1.6.2. OBJETIVOS

1.6.2.1. OBJETIVO GENERAL

Optimizar mediante nuevas estrategias los procesos de auditoria y organización de productos en los puntos de ventas (farmacias botica e inglesa) y bodega de Unidrogas S.A.S. ubicadas en Valledupar - Cesar

1.6.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Digitalizar los procesos realizados por parte del grupo de auditoria en el software que maneja la empresa para mejorar el control de los puntos donde realizan las funciones del practicante y optimizar el tiempo que se invierte en estas.
- Plantear un modelo de señalización visual que permita distinguir los productos prontos a caducar como lo son los fecha corta y mediana.
- Impulsar el método de valoración FIFO “firts in, firts out” que ayude como herramienta para el control de los productos próximos a vencer en el inventario en los puntos de ventas.
- Proponer un modelo de señalización en la estantería de la bodega de la sucursal Valledupar que permita identificar de forma más rápida los laboratorios que se manejan en el mismo.

1.6.3. JUSTIFICACIÓN

La propuesta es una herramienta que ayudará a mantener una optimización constante, esto quiere decir que se puede utilizar para reajustar actividades en función de las áreas de oportunidad, las implementaciones de mejoras continuas permiten un clima organizacional favorable enfocado precisamente en ese ciclo de funcionamiento óptimo de la empresa.

La propuesta de trabajo permitirá reducir en gran escala la cantidad de productos prontos a caducar que se encuentran en la organización y se piensan comercializar, con estos objetivos específicos planteados se espera un mejoramiento en el área de auditoría en la que se han encontrado algunas falencias.

Es importante recalcar lo importancia que sería la ejecución de la propuesta de mejoramiento u optimización tanto en bodega como en los puntos de ventas, ya que el método de valoración FIFO consiste que el producto primero en entrar, sea el primero en salir, garantizando que el producto que queda almacenado tenga un periodo más prolongado de vida, el modelo de señalización se hará con diferentes colores, cada color especificara la vida útil que le queda al producto, esto facilitaría de manera visual la ubicación de los medicamentos con dicha fechas correspondientes, además de eso la implementación de un software ayudara a agilizar el proceso de las actividades y a tener un mejor control por parte de las personas que desarrollan las funciones de auditoría y del jefe inmediato y limitar los troques de productos aportara beneficios para el correcto manejo de los inventarios de los puntos de ventas.

Desde el punto de vista profesional esta propuesta permite poner en práctica los conocimientos adquiridos en la formación como administrador de empresas, aportando recomendaciones al proceso de auditoría teniendo en cuenta los hallazgos y evidencias encontradas durante la ejecución y así mismo, permitiendo formalizar dentro de la organización una metodología que se ejecute.

Esta propuesta de trabajo tiene como finalidad mejorar el proceso de auditoría ya que gracias a esta se puede analizar un sector específico de una empresa y detectar los fallos en su funcionamiento y así como proponer soluciones, es fundamental realizar estrategias que traigan benéficos para mejorar y ordenar cualquier proceso en nuestra área de trabajo en UNIDROGAS S.A.S.

1.6.4. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	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 CONTRATACIÓN																				
COMPILACIÓN 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. MARCO CONCEPTUAL

La auditoría es una herramienta, altamente eficiente que permite la evaluación y verificación de los procesos de una empresa u organización para delimitar si la información que ofrece es la misma que corresponde con la situación esperada de acuerdo a lo estipulado en sus políticas establecidas, esta herramienta históricamente:

Data de los tiempos, en que el hombre primitivo tuvo la necesidad de comprobar, verificar, es de las cinco profesiones más antiguas del mundo al lado del sacerdocio, la medicina, la prostitución y la milicia, la cual surgió cuando los primitivos, que dominaban a otros, crearon cuerpos de revisores para cerciorarse del debido cumplimiento de las obligaciones fiscales de sus dominados para con ellos, posteriormente esos cuerpos revisores fueron sustituidos por dos escribanos que los soberanos exigían fueran independientes, para evitar desfalcos (ALDANA, GÓMEZ Y MANRIQUE, 2005.)

A partir del papiro de EDWIN SMITH, el cual data de 1700 años a. de JC., se puede concluir que en Egipto se evaluaba y verificaba todo acto médico, porque cuando un facultativo se apartaba de los textos antiguos era duramente castigado, frecuentemente con la muerte; en cambio era perdonado si se verificaba, a través del registro de la historia clínica, que los había seguido al pie de la letra. Puede concluirse que en Egipto la auditoría médica tenía el carácter de juicio (ALDANA, et al., 2005.)

En Roma se promulgaron leyes, tales como la Alquila y la Cornelia, expedidas para vigilar el ejercicio de los médicos a quienes hacían responsables por el resultado de sus actuaciones, en caso de negligencia. Para ello verificaban los registros médicos, que eran obligatorios. Sin embargo, la palabra auditoría solo se usó por primera vez en 1285, durante el gobierno de EDUARDO I de Inglaterra, aunque, de manera formal las auditorías solo han existido desde el siglo XV, cuando las familias pudientes establecidas en Inglaterra recurrían a los servicios de auditores para evitar ser engañadas. En 1453, las Cortes españolas crearon el tribunal mayor de cuentas, para fiscalizar las cuentas de la real hacienda. Este fue el primer uso de la auditoría gubernamental (ALDANA, et al., 2005.)

Pero fue necesario, el trascurso de casi dos siglos para que las empresas comenzarán a utilizar auditorias, no obstante que en 1494 el sacerdote FRANCISCANO LUCAS PACIOLI es su Tratado de cuenta y escritura había recomendado su uso periódico para la verificación interna. Lo hizo por primera vez Ingeniería de Fundición Soho, de Button, Watt y Compañía, en Inglaterra, en 1800, como consecuencia de las nuevas formas de organización fabril y comercial producto de la revolución industrial, a través de un contador independiente que revisaba anualmente las cuentas. Sin embargo, la auditoria solo fue reconocida como profesión, de manera implícita en Italia, con la creación de la asociación de auditores en 1857 y de forma explícita en Inglaterra, con la expedición de la ley británica de sociedades anónimas de 1862 (ALDANA, et al., 2005.)

A comienzos del siglo XX, la auditoria se había extendido, pero seguía concebida como una actividad protectora (descubrir y evitar errores y fraudes). En los Estados Unidos de América tomo un camino diferente: a la detección del fraude se añadió la prevención del mismo. Con esta visión, el congreso de ese país sentó la base primaria para el amplio alcance de la auditoria en 1921, al crear el General ACCOUNT OFFICINE (ALDANA, et al., 2005.)

La auditoría ha evolucionado, en su concepto y manejo, primero hacia un asesoramiento de la alta dirección general de las entidades económicas, teniendo en cuenta todas las actividades del negocio y segundo, permitiendo el ingreso de profesionales de otras áreas como administración de empresas, la enfermería, las ingenierías y la medicina, para asegurar una visión universal, técnica y apropiada (ALDANA, et al., 2005.)

2.1. AUDITORIA

La auditoría, según la norma Icontec ISO 19011 (2002) afirma que es un “proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias de la auditoría y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoría” (p.2). Entendiéndose los criterios de auditoria como “el conjunto de políticas, procedimientos o requisitos se utilizan como una referencia frente a la cual se compara la evidencia de la auditoría” (Norma Icontec ISO 19011, 2002.)

2.2. TIPOS DE AUDITORIA

A continuación, se presentan una clasificación de las diferentes auditorias

- **Auditoria Operativa:** Esta clase de auditoria, según WHITTINGTON y PANY (2005) afirma que es “el estudio de una unidad específica de una empresa con el propósito de medir su desempeño.”
- **Auditoría Financiera:** Este tipo de auditoria, “abarca el balance general y los estados conexos de resultados, de utilidades retenidas y flujo de efectivo, la finalidad es determinar si han sido preparados de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados” (WHITTINGTON Y PANY, 2005).
- **Auditoria Interna:** Las auditorías internas, según la Norma Icontec ISO 19011 (2002). Denominadas en algunos casos como auditorías de primera parte, se realizan por, o en nombre de, la propia organización, para la revisión por la dirección y con otros fines internos (ej. para confirmar la efectividad del sistema de gestión o para obtener información para la mejora del sistema de gestión). Las auditorías internas pueden constituir la base para la auto declaración de conformidad de una organización. En muchos casos, particularmente en organizaciones pequeñas, la independencia puede demostrarse al estar el auditor libre de responsabilidad de la actividad que se audita o libre de prejuicios o conflicto de intereses.
- **Auditoria Externa:** Las auditorías externas, según la Norma Icontec ISO 19011 (2002) Incluyen lo que se denomina generalmente auditorías de segunda y tercera parte. Las auditorías de segunda parte se llevan a cabo por partes que tienen un interés en la organización, tal como los clientes, o por otras personas en su nombre. Las auditorías de tercera parte se llevan a cabo por organizaciones auditoras independientes y externas, tales como aquellas que proporcionan el registro o la certificación de conformidad.

2.3. AUDITOR

El auditor, es según afirma AOB auditores (2016). Es una persona capacitada y experimentada, que se designa por una autoridad competente, para revisar, examinar y evaluar los resultados de la gestión administrativa y financiera de una dependencia o entidad, con el propósito de informar o dictaminar acerca de ellas, realizando las observaciones y recomendaciones pertinentes para mejorar su eficacia y eficiencia en su desempeño.

2.4. NORMAS DE CONDUCTA DEL AUDITOR

Se espera que los auditores, apliquen y cumplan los siguientes principios y normas de conducta, según Franklin (2007)

- ✓ **Objetividad:** Mantener una visión independiente de los hechos, lo cual significa evitar la formulación de juicios sin sólidos fundamentos o caer en omisiones que alteren de alguna manera los resultados de su trabajo.
- ✓ **Responsabilidad:** Observar una conducta profesional, es decir, cumplir con sus tareas de manera oportuna y eficiente.
- ✓ **Integridad:** Preservar los valores por encima de las presiones.
- ✓ **Confidencialidad:** Conserva en secreto la información y no utilizarla en beneficio propio o de intereses ajenos.
- ✓ **Compromiso:** Tener presente sus obligaciones para consigo mismo y la organización para la que preste servicios.
- ✓ **Equilibrio:** No perder la dimensión de la realidad y el significado de los hechos.
- ✓ **Honestidad:** Aceptar su condición y aportar su mejor esfuerzo con sus propios recursos, evitando compromisos o tratos de cualquier tipo.
- ✓ **Institucionalidad:** No olvidar que la ética profesional lo obliga a respetar y obedecer a la organización a la que pertenece.
- ✓ **Criterio:** Emplear su capacidad de discernimiento en forma equilibrada.
- ✓ **Iniciativa:** Asumir una actitud y capacidad de respuesta ágil y eficaz.
- ✓ **Imparcialidad:** No involucrarse en forma personal en los hechos, esto es, conservar la objetividad al margen de preferencias personales.
- ✓ **Creatividad:** Ser propositivo e innovador en el desarrollo de su trabajo.

3. DESARROLLO DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

3.1. TITULO

Implementación de nuevas estrategias para optimizar procesos de auditoria y organización de productos en los puntos de ventas (farmacias botica e inglesa) y bodega de Unidrogas S.A.S. ubicadas en Valledupar - Cesar

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Optimizar mediante nuevas estrategias los procesos de auditoria y organización de productos en los puntos de ventas (farmacias botica e inglesa) y bodega de Unidrogas S.A.S. ubicadas en Valledupar - Cesar

3.2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Unidrogas S.A.S. es una empresa dedicada a la venta y comercialización de medicamentos con una larga trayectoria en el mercado, la cual actualmente posee más de 600 puntos de venta a nivel nacional, la empresa es propietaria de la cadena de droguerías Alemana, Andina, inglesa, Medicatel, Farmasocial, Coofarma, Caracas, La Sexta, Boyfamiliar, La Botica. Específicamente en el área de auditoria a puntos de venta se realiza un método de inventario denominado Kardex el cual resulta poco eficiente al ser un proceso repetitivo y por consecuente desgastante para el personal, donde se imprimen los Kardex correspondientes a cada laboratorio existente en el punto de venta, donde se hace un barrido general sin tener en cuenta algún indicador que señale a que laboratorios o productos realizar Kardex de primera mano y que permita llevar el control riguroso sobre los productos mismos para encontrar las falencias que se puedan dar en cuanto a inventario en el punto de venta.

Este mismo procedimiento se realiza en la bodega, en el área específica de costosos (área donde se encuentran la línea de medicamentos con el valor de comercialización más caros que tiene la empresa) a su vez es se realizan actividades de revisión de mercancía, control y/o supervisión de proceso, entre otros donde el plan inicial es realizar todas estas funciones de una forma efectiva pero se ejecutan o se desarrollan de forma manual, forma que da paso a que se mantenga

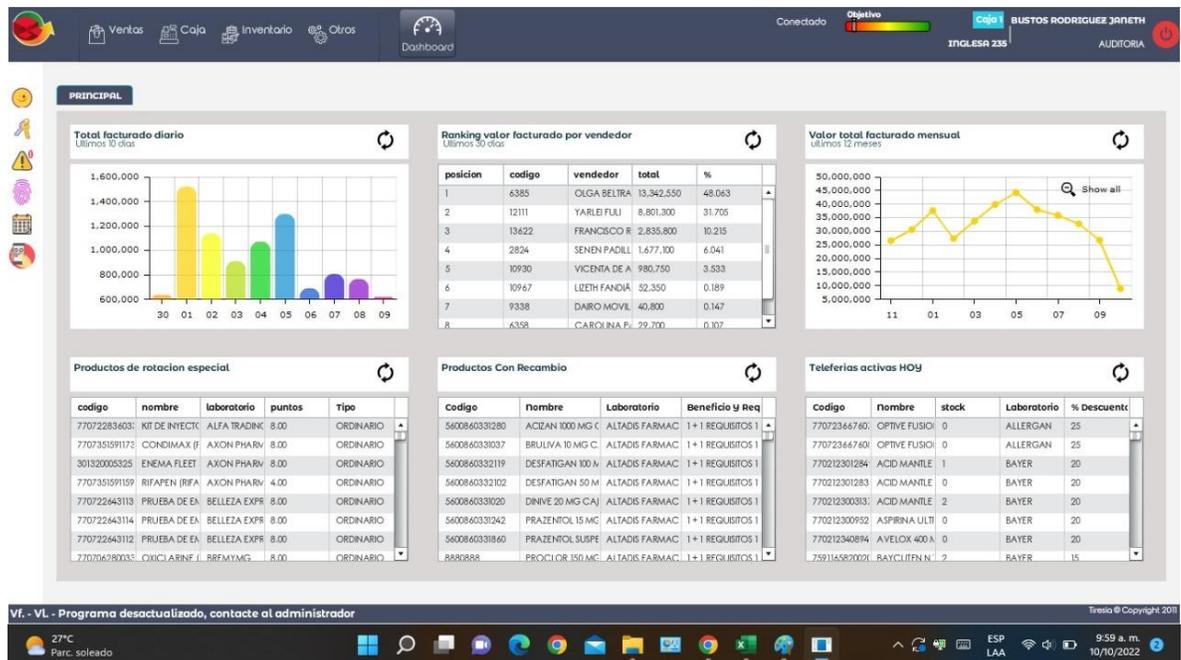
un margen de error, margen que se busca reducir a un porcentaje demasiado mínimo sugiriendo los siguientes objetivos:

3.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Digitalizar los procesos realizados por parte del grupo de auditoria en el software que maneja la empresa para mejorar el control de los puntos donde realizan las funciones del practicante y optimizar el tiempo que se invierte en estas.

DESARROLLO

Unidrogas S.A. cuenta con un software con el que se desarrollan una de las actividades principales de la empresa conocido como MAIA, en este software se llevan a cabo actividades como la facturación de pedidos para clientes y puntos de ventas de las zonas del Cesar, La Guajira y parte del Magdalena



Este es la página inicial del software, es el que se usa en los puntos de ventas para la ejecución o la generación de facturas electrónicas y llevar la base de datos de los clientes que frecuentan los puntos, conocido como MAIA POST.

MAIA CLOUD ERP

JANETH BUSTOS RODRIGUEZ
AUDITOR DE DROGUERIA SANTA MARTA
AUDITORIA SANTA MARTA

Administración General Contabilidad Compras Inventario Mercadeo RRHH y Nómina Ventas Puntos de venta NIIF Reportes

Principal Historial Kardex Remisiones

SIEIVT0013

Inventario-> Movimientos-> Remisiones-> Remisiones

Centro de distribución origen Bodega Origen Zona de supervisión Fecha Inicial Fecha Final

Estado Tipo Remisión Recibida Centro de distribución destino Bodega Destino Código Sucursal Destino Id Remisión

Todas Todas NO DEPOSITO VALLEDUPAR Buscar

Registros 1 a 66 de 66. página 1 de 1 | Ir a página: 1

Fecha Remis	Hora Remisi	Bodega Orig	Sucursal/Bo	Total a Costo	Total Costo	Total a Venta	Total Venta	Despachada	Recibida	Fecha Recep	Revertida	Usuario	Usuario
2022-10-03	14:57:56	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	515,262.48	515,262.48	864,199.44	864,199.44	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-03	15:00:37	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	29,272.00	29,272.00	46,556.84	46,556.84	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-03	15:45:27	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	349,536.00	415,947.83	1,087,853.27	1,294,545.40	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-03	16:25:07	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	13,319,940.00	13,319,940.00	38,787,880.00	38,787,880.00	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-04	11:12:50	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	65,000.00	65,000.00	103,382.00	103,382.00	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-05	10:14:33	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	240,023.00	240,023.00	134,547.00	134,547.00	SI	NO		NO	BRANDON CAMIL	
2022-10-05	16:43:58	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	999,556.20	999,556.20	1,804,035.00	1,804,035.00	SI	NO		NO	JUAN GABRIEL PA	
2022-10-06	09:52:36	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	716,222.70	716,222.70	960,239.70	960,239.70	SI	NO		NO	OSCAR SEBASTIA	
2022-10-06	11:20:27	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	365,202.15	365,202.15	1,473,750.00	1,473,750.00	SI	NO		NO	SILVIO DUBAN ER	
2022-10-06	11:20:49	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	404,039.76	480,807.31	1,807,486.92	2,150,909.44	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	
2022-10-06	11:40:36	COMERCIAL BOG	COMERCIAL VALI	1,727,815.68	2,056,100.65	5,928,189.11	7,054,545.04	SI	NO		NO	JUAN DAVID ORT	

Total remisiones a costo: 102,441,153.28 Total remisiones iva costo: 2,508,285.52 Total remisiones a venta: 264,330,276.42 Total remisiones iva venta: 6,675,875.36

Tiresia Soluciones Tecnológicas S.A.S

31°C Intervalos lluv

ESP LAA 2:43 p. m. 10/10/2022

Esta es la página inicial del software que se usa en la bodega para la ejecución de las actividades de facturación de los pedidos para clientes y sucursales este es conocido como MAIA ERP.

Como podemos observar dentro de las opciones que se manejan desde el usuario de la jefa directa de nuestro grupo de auditoria, la Señora YANETH BUSTOS, Auditora, para poder realizar unas de las actividades como la revisión de pedidos para clientes y puntos de ventas no se encuentra la opción donde se pueda llevar este proceso de manera digital, forma de la que a medida que se realizan las actividades no garantiza una óptima manejo del tiempo que se implementa para el correcto desarrollo de la actividad, debido a que se desarrolla de forma manual, forma que da un margen de error amplio, esto permite que no se cubra la mayor cantidad de pedidos que salen de la empresa.

Es ahí donde entre nuestro objetivo a proponer la idea de sistematizar el proceso para poder agilizar el mismo debido a que la rapidez que se tenga en este proceso disminuye las posibilidades de errores, con esto se busca llegar lo más posible a lo perfecto debido a que esto daría una excelente impresión a todos los clientes potenciales que maneja la empresa, con este objetivo se busca pasar de esto.



Como se evidencia en el video, el proceso se desarrolla de manera manual, forma en la que los límites de tiempo no cumplen con lo esperado para poder abarcar la mayor cantidad de pedidos revisados ya que, el tiempo empleado (esto depende de las cantidades de cajas rotuladas por pedido) por lo general es alrededor de 30 min mínimo en cada revisión por pedido, esto generando que no se cumpla con la revisión de todos debido a que podría generar atrasos en en el área de despacho al momento de cargar cada una de las rutas para la distribución en la zona de los pedidos.

Tras identificar estos tiempos que se toma la realización de las actividades en este proceso, pasamos a sugerir la inclusión al sistema de un apartado donde se pueda llevar el control de todo esto, de forma digital, proceso que también puede la jefa directa revisar en tiempo real, el desarrollo de las actividades diarias de revisión y a su vez los reportes de las inconsistencias encontradas por parte del grupo de auditoría que realiza las funciones en la bodega.

Para desarrollar esta idea se buscó al líder y sublíder, con la idea de digitalizar el proceso bajo el permiso de la jefa donde tomaron la sugerencia de forma positiva y nos comunicó con el encargado del área de sistemas para poder llevar a cabo la idea, hasta el momento el procedimiento no está listo para implementarlo de forma

completa, sin embargo se desarrollan las actividades bajo una modalidad de prueba para estudiar el ritmo, tiempo, y respuesta del sistema para la implementación completa del mismo, además de eso la respectiva aval de la bodega principal (Sucursal Bucaramanga) cuando se considere que el proceso cumple con los parámetros establecidos.

Para que se desarrollara este objetivo se le suministro una maqueta o idea de los puntos exactos que se necesitaría en la pestaña de auditoria, la idea suministrada fue la siguiente:

AUDITORIA		
REVISION DE PEDIDOS	KARDEX	REPORTES

Iniciar en el software de MAIA ERP con los siguientes ítems de las actividades que se desarrollan en la bodega, los concurridos por los grupos de auditoria que ejercen las actividades en este punto.

Despues se despliegan las activiades de las sigiente manera:

REVISION DE PEDIDOS									
NOMBRE SUCURSAL		FECHA	BODEGA						
		ID PEDIDO	CODIGO PRODUCTO						
								(LECTOR CODIGO DE BARRAS)	
FACTURADOR		LINEA DE BODEGA							
EMPACADOR									
N° CAJAS									
CODIGO	N° DE PRODUCTO	LABORATORIO	CANTIDAD	IVA	TORAL IVA	PRECIO VENTA	TOTAL	CANTIDAD INGRESADA	LOTE

En la seccìon de revisiòn de pedidos se desplegaria de la siguiente manera para abacar los puntos mas importantes o los que se tienen en cuenta al momento de revisar un pedido ya sea que vaya dirigido al cliente o punto de venta.

En cuanto al items de de Kardex, quedaria establecido de la siguiente manera:

KARDEX									
BODEGA		LINEA DE BODEGA							
FECHA		LABORATORIO						SOLO STOCK	NEGATIVOS
INFORMACION DEL PRODUCTO									
CODIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	LABORATORIO	LINEA EN BODEGA	CANTIDAD ACTUAL	UNIDAD ACTUAL				

En este ítems se busca realizar los kardex, sin necesidad de imprimir en papel y llevar el proceso de forma manual, se sugirió que el sistema en este apartado permita suministrar los datos al momento de aplicar la ronda de kardex de las cantidades encontradas y modificarlas si es necesario partiendo de las fechas postuladas para la respectiva ronda, cabe resaltar que esta actividad se realiza una vez al mes en el área de costosos (área donde se encuentran los productos con mayor valor en pesos que maneja la empresa) y el tiempo implementado para cubrir todo el área es de una semana entera.

Para el área de reportes se sugirió implementar de la siguiente forma:

REPORTES									
FECHA	<input type="text"/>	LINEA DE BODEGA			<input type="text"/>				
CODIGO PEDIDO	LINEA EN BODEGA	CANTIDAD ACTUAL	UNIDAD ACTUAL	OBSERVACION	DESCARGAR				

En este apartado lo que se busca es que la jefa directa pueda revisar el progreso de las actividades del grupo de auditoria de forma diaria, en otras palabras, en tiempo real, para que pueda presentar a gerencia las inconsistencias que se pueden presentar o bien sea que no se presente ninguna de las anteriores, todo con el fin de poder darle un orden y control más exhaustivo a la forma en la que se venía implementando el proceso.

Esto arrojo por el momento el apartado de revisión de pedidos los siguientes resultados.



Como evidenciamos en el video, la digitalización del proceso ayuda a minimizar el tiempo invertido en la revisión de los productos, la implementación del lector de código de barras se tomó a partir del proceso de facturación de los pedidos, esto ayuda optimizar el tiempo de la mejor manera y ayuda que el grupo de auditoria abarque un campo más amplio de revisión de pedidos, garantizando que los pedidos tanto para clientes como para puntos de ventas, lleguen a sus respectivos destinos en excelentes condiciones y a su vez, el control de este proceso quede registrado en la base de datos. El software de la empresa este apartado aún se encuentra en periodo de prueba y también para los demás apartados, sin embargo, se evidencia una respuesta positiva por parte del software que genera altas expectativas para poder garantizar un aporte positivo a esta área.

- **Plantear un modelo de señalización visual que permita distinguir los productos y también los prontos a caducar como lo son los fecha corta y mediana.**

Justificación:

Este objetivo ofrece beneficios para los puntos de venta permitiéndoles mantener un control visual sobre los productos, generalmente los puntos de venta disponen en colocar en un estante aparte los medicamentos ya vencidos, no tienen un control sobre los productos prontos a vencer. Plantear un modelo de señalización permitirá el control y verificación de los medicamentos y productos que se encuentran en cada uno de los puntos de venta, se espera que con la ejecución de esta modalidad se pueda evitar la acumulación de medicamentos vencidos, este modelo de señalización también permitiría que el vendedor tenga en cuenta el estante de señalización al momento de vender, disponiendo de estos productos siempre teniendo en cuenta que la fecha del producto sea la adecuada para el cliente. También les facilitaría a los administradores en los puntos de venta que 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.

Los objetivos por desarrollar en dicho modelo de señalización son los siguientes:

- Mantener organizadas las estanterías por fechas de caducidad.
- Motivar la ejecución de un control para los medicamentos y productos prontos a vencer para ofrecer a los usuarios calidad en el servicio.
- Rectificar constantemente el estante del modelo de señalización, para una mejor aplicación del modelo.

¿Qué es el modelo de señalización?

El modelo de señalización es una herramienta que permite y genera control en artículos con fechas de caducidad, gracias a esta de manera visual se identifica los productos próximos a vencer mediante la utilización de los colores; rojo, amarillo. Los cuales servirán para clasificar la mercancía de acuerdo con la fecha de vencimiento establecida por el fabricante.

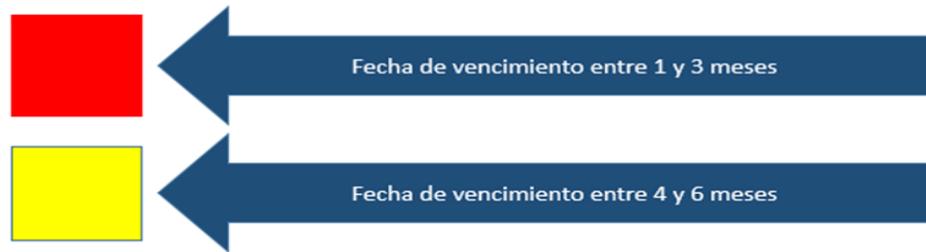
DESARROLLO

A continuación, se presentan los lineamientos a seguir en la implementación del modelo de señalización visual en los puntos de venta (boticas e inglesas) 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 modelo de señalización integra un lugar en específico en la droguería para encontrar los medicamentos o productos con las características específicas que lo hacen permanecer en ese estante, cabe resaltar que esta visual será notoria por los colores vivos que especificará los rangos de fechas que se proponen utilizar, los colores del modelo de señalización son los siguientes:

- **Rojo:** Todos los productos con fecha de vencimiento entre 1 a 3 meses.
- **Amarillo:** Todos los productos con fecha de vencimiento entre 4 a 6 meses.

MODELO DE SEÑALIZACION



- El color rojo indica que los artículos están con una fecha corta de caducidad, por lo tanto, el administrador de la droguería debe estar atento y hacer un seguimiento continuo de estos medicamentos, ya sea para comercializarlos cuanto antes o devolverlos a bodega y posteriormente al laboratorio productor.
- El color amarillo indica que los productos y medicamentos se pueden comercializar sin ningún problema, pero hay que tener presente la fecha de estos ya que en un tiempo no muy prolongado pueden expirar, y no se podrá comercializar con éxito.

El departamento de auditoría está encargado de llevar el control en los procesos de Kardex, los cuales se hacen en los puntos de venta tanto en droguerías (boticas e inglesas) como en la bodega principal de UNIDROGAS S.A.S Valledupar, en estos procesos se verifica que todos los productos se encuentren en el establecimiento, también se rectifica la fecha de vencimiento, de esta forma se puede dar inicio al modelo de señalización motivando e impulsando al personal de la droguería a llevar un control sobre todos los medicamentos que disponen.

Los productos que tienden a caducar y no alcanzan a ser vendidos por lo general la mayoría son medicamentos, con un respectivo control correcto que se haga diario o semanal se puede estar evitando la acumulación de tantos vencidos, el modelo de señalización impulsaría la minoría de medicamentos caducados ya que visualmente le recuerda al vendedor tener presente este estante, ya sea para vender o para hacer la devolución a bodega y posteriormente al laboratorio productor.

¿Cómo se llevará a cabo?

El modelo de señalización se llevará a cabo por medio de un instructivo sobre el mismo, que inicialmente será entregado a los administradores en los puntos de venta en estilo folleto y posteriormente a todo el personal en la droguería.

¿En qué área se aplicará?

La aplicación de este modelo de señalización se hará en los puntos de venta tales como droguerías (boticas e inglesas) de UNIDROGAS S.A.S Valledupar, teniendo como prioridad disminuir el margen de productos caducados o prontos a caducar.

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

La herramienta principal sería hacer correctamente y constantemente las rondas de Kardex por el personal interno de cada punto de venta, con este proceso bien realizado el porcentaje de productos prontos a vencer se pueden devolver con anticipación y así no generaría pérdida para la organización ni para los integrantes del punto de venta.

- **Impulsar el método de valoración FIFO “firts in, firts out” que ayude como herramienta para el control de los productos próximos a vencer en el inventario en los puntos de ventas.**

Método de valoración FIFO

El método de valoración FIFO consiste que a la hora de valorar inventarios compuestos por productos caducos o perecederos; en otras palabras, se seguirá el orden necesario para que las piezas a las que primero se dé salida sean las más próximas a caducar o alcanzar una obsolescencia.

La organización en los puntos de venta realiza algo parecido al método de valorización FIFO, pero esta aplicación se hace de manera incorrecta siempre terminan con una cantidad considerable de productos vencidos, cabe resaltar que para contrarrestar la suma de esta cantidad el administrador del punto delega algunos laboratorios al personal de la droguería, ellos serán los responsables de hacer rondas de kardex de los laboratorios asignados, estas rondas de kardex no siempre son eficientes ya que los droguistas no llevan el control de sacar primero el producto que tienen almacenado, por lo tanto el margen de que se mantengan productos con fechas cortas es alto. El método FIFO es un método de valoración de inventarios que valora las existencias vendidas al precio de las unidades más antiguas. FIFO es un método contable muy útil a la hora de calcular el valor de un inventario. Los ítems a desarrollar dentro de este objetivo son los siguientes:

- Realizar capacitación al personal del punto de venta.
- Guía para la aplicación Método de valoración FIFO.

CAPACITACIÓN:

Esta capacitación consiste sobre el método de valoración FIFO y sobre lo importante que será, esta capacitación se hará en los puntos de venta como los son las

droguerías (boticas e inglesas) estará a cargo del administrador del punto de venta se le entregará un instructivo para que lo socialice con las demás personas, el explicará al personal de la droguería la vital importancia de ejecutar el método de valoración FIFO, los temas que se trataran en dicha capacitación es con el fin de resaltar la importancia y los múltiples beneficios que se obtienen, Los temas serán son los siguientes:

- Ventajas del método de valoración FIFO.
- Características del método de valoración FIFO.
- Como se ejecuta el método de valoración FIFO.
- ¿Qué es el método de valoración FIFO?

DESARROLLO:

Ventajas del método de valoración FIFO

- Se agiliza la dinámica de trabajo.
- Pocas posibilidades de devolución de producto.
- El producto no se queda obsoleto, llegará a su punto de venta en las mejores condiciones.
- Se cumple con los estándares de calidad del producto.
- Se evita sufrir pérdidas económicas por productos en mal estado.
- Flujo continuo de la mercancía.
- La mercancía no pierde valor.

Características del método de valoración FIFO

Bajo el método FIFO, los primeros productos comprados son los primeros que se eliminan de la cuenta de inventario. Esto hace que los productos restantes en el inventario sean contabilizados a los costos incurridos más recientemente. De este modo, el activo de inventario registrado en el balance general contendrá costos bastante cercanos a los costos más recientes que podrían obtenerse en el mercado, sin embargo, este método también hace que los costos históricos más antiguos sean comparados con los ingresos actuales, al ser registrados en el costo de mercancía vendida. Esto significa que el margen bruto de utilidad no necesariamente refleje una combinación adecuada entre ingresos y costos.

Como se ejecuta el método de valoración FIFO

Se ejecuta teniendo en cuenta que este sistema sirve para determinar el precio de la mercancía de cara al cliente según el mismo valor sobre el cual la adquiriste en su debido momento, “primero en entrar, primero en salir”

¿Qué es el método de valoración FIFO?

El método FIFO, primero en entrar, primero en salir, es un sistema de valoración de inventario y asignación de costos que asigna costos a la mercancía en función del pedido en el que se compró; los primeros productos comprados deben ser los primeros vendidos.

- **Proponer un modelo de señalización en la estantería de la bodega de la sucursal Valledupar que permita identificar de forma más rápida los laboratorios que se manejan en el mismo**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dentro de las actividades de que realizan los grupos de auditoria que llegan a la empresa UNIDROGAS S.A.S se encuentra la realización de kardex, es aquel procedimiento que se le aplica al inventario para monitorear que las cantidades grabadas en el sistema, se verifique que si existen en físico, para esto el grupo de auditoria se ve inmerso en la interacción tanto con laboratorios y medicamentos que en su mayoría su nombre podría llegar a ser desconocido, además de eso la ubicación del mismo en el área en el que se encuentre, para esto se sugiere implementar el siguiente objetivo para poder facilitar el normal desarrollo a los grupos de auditoria que se les dicte la realización de esta actividad, que por lo general se realiza en una de las áreas con más atención por parte del líder de la bodega y a su vez por la gerencia, esta es conocida internamente como el área de costos, esta área se encuentra supervisada por 2 personas que a su vez realizan actividades de facturación, separación, surtido de estantes y bodega y el correcto orden e higiene del espacio, funciones que los mantienen en constante movimiento y limitación de tiempo, por esa razón se presenta una solución a esta problemática de implementar este objetivo para que el grupo de auditoria que este, no interfiera en las actividades que los encargados del área desarrollan en su día a día.



Como se puede evidenciar solo se encuentran en los estantes las señalizaciones puestas por la encargada de la seguridad y salud en el trabajo, señalizaciones que no aportan un beneficio directo al grupo de auditoria que realice las actividades o rondas de kardex.

Para plantear una solución a este inconveniente que se presenta y para que cualquier interrupción como se menciona anteriormente que se pueda presentar para los encargados de área se sugiere la siguiente idea de señalar los estantes donde se encuentra la mercancía de la siguiente manera:

		SESION				
		A	B	C	D	
						NIVEL
						1
ESTANTE	1					2
LADO A						3
LADO B						4
						5
						6
						7

Este plan de señalización que se presenta tiene como finalidad orientar al practicante del área de auditoria a identificar los laboratorios y a su vez todos los medicamentos que conforman a cada uno de ellos, para poder realizar una ronda de kardex efectiva.

Después de señalar los estantes se presenta una guía, guía que explica, identifica y orienta al practicante a identificar el laboratorio el cual va a realizar el respectivo procedimiento, sin necesidad de preguntar a los encargados del área, así no pierde tiempo ninguna de las dos partes involucradas en el espacio que tiene el área de costos.

LABORATORIO	SESION	NIVEL	LADO DEL ESTANTE	
			LA	LB
LAFRANCOL	A	1-5	X	
MEGALAG	A	5-7	X	
TECNOQUIMICAS	B	1-4	X	
AMERINI	B	4-7	X	
TECNOFARMA	C	1-6	X	
EUROFARMA	C	6-7	X	
GEDEON	D	1-5	X	
ELI LILLY	D	5-7	X	
ESPECIALIDADES	A	1-3		X
HUMAX	A	3-7		X
GLAXO	B	1-4		X
BOEHRINGER	B	4-7		X
BIOTOSCANA	C	1-3		X
ALLERGAN	C	3-7		X
GRUNENTHAL	D	1-4		X
ASPEN	D	4-7		X

Como se puede observar en este ejemplo, la guía se encuentra compuesta por los laboratorios que se encuentran en cada estante, la sesión en la que están cada uno de los medicamentos, y los niveles que ocupan los mismos a su vez especifica en qué lado se encuentran ya que cada estante cuenta con 2 lados llenos de productos



Para poder localizar la guía en una parte del estante que se le facilite al lector y que se encuentre a una altura ideal, se sugiere fijar la guía en mención este parte de la guía ya que aquí puede especificar en qué lado del estante se encuentran cada uno de los laboratorios que contiene el mismo.

CONCLUSIONES

- Para cualquier organización resulta eficiente y eficaz mantener identificados los riesgos dentro de un sistema, ya que esto les permitirá tener una rápida respuesta ante cualquier acontecimiento desfavorable que pueda afectar el normal funcionamiento de las operaciones productivas de la organización y generalmente de esto se encarga la auditoría.
- Los objetivos propuestos en el presente documento son de fácil implementación por la alta dirección, lo cual les permitirá resolver ciertas falencias que actualmente tiene la organización.
- En cuanto al cumplimiento de las funciones asignadas como practicante universitario en AUDITORIA VALLEDUPAR se concluyó que son de suma importancia para la empresa UNIDROGAS S.A.S. ya que al realizar estas funciones se pueden detectar falencias, las cuales la empresa busca darles solución.
- La experiencia obtenida en el transcurso de este tiempo en la organización UNIDROGAS S.A.S Valledupar ha sido muy buena fortaleciendo las virtudes tanto personal como profesional, trabajando en equipo, individual, bajo presión, adquirimos responsabilidades que contribuyen a un mejor ámbito laboral, las cuales permiten que forjemos nuestras aptitudes como personas y como futuros profesionales en el área administrativa y contable.
- Para la organización es de vital importancia establecer metodologías de acciones preventivas a través de una auditoría, teniendo en cuenta que la industria farmacéutica es un mercado de alta complejidad con procesos dinámicos, por lo tanto, exige calidad en los productos, no cumplir con los procesos de control y verificación de fechas de caducidad de medicamentos, conrae 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 de los objetivos cuya finalidad es impulsar el método de valorización FIFO, se puede justificar que este método contribuye a una mejor rotación de los productos y medicamentos tanto en bodega como en los puntos de venta.
- El modelo de señalización planteado puede llevar una clasificación de la mercancía de acuerdo a sus fechas de caducidad, logrando una óptima organización, control y visualización al disponer del producto.
- Digitalizar cada uno de los procesos en una entidad a medida que pasa el tiempo se vuelve de vital importancia, además asegura que los procesos tengan un alcance más específico y efectivo ya que se puede cubrir un mayor campo de cualquier función que se realice y minimiza en grandes porcentajes errores que pueden surgir en cualquier proceso manual que se lleve a cabo.

RECOMENDACIONES

- A manera de sugerencia partiendo del plan de mejoramiento sugerido se recomienda a la empresa UNIDROGAS S.A.S Valledupar, implementar un tipo de dispositivo tecnológico que facilite las rondas de kardex ejercidas por los auditores.
- En cuanto a los objetivos trazados en este documento la disposición del personal de trabajo de la organización hará que estos objetivos sean tan eficientes y aplicables, tanto como ellos lo quieran.
- Se sugiere que el personal asuma el compromiso de seguir con los procesos de control y mejoramiento constantemente, para lograr los objetivos trazados de esta propuesta.
- Al departamento de auditoria se recomienda que los horarios sean fijos y socializados desde un inicio ya que cuando se realiza inventario, se excede demasiado la jornada laboral y ese tiempo no es recompensado monetariamente.
- Tratar de mantener el mejor ambiente laboral para que las actividades que se desarrollen en el día a día fluyen de la mejor manera.
- Mejorar la comunicación de las áreas que se encuentran involucradas en el ciclo o cadena del proceso de venta, facturación y despacho de pedidos para clientes de las diferentes zonas que maneja la empresa.
- Debido al crecimiento que ha venido mostrando la sede ubicada en Valledupar – Cesar, se sugiere ampliar el capital humano que maneja la empresa en el área de bodega, ya que los procesos no se están cumpliendo en los tiempos estipulados por la alta demanda que se está manejando hoy en día, además esto produce inconformidad en el talento humano que ya se encuentra laborando por el no cumplimiento de los horarios, sobre todo los horarios de salida.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

Realizar las prácticas en la organización UNIDROGAS S.A.S Valledupar, como auditores, género conocimientos que pudieron ponerse en práctica día a día durante el transcurso de la pasantía, incrementando las habilidades laborales que contribuyen al crecimiento profesional y personal, dichos conocimientos adquiridos en nuestra línea de estudio los cuales se pusieron a practica en el área funcional de auditoria, se obtuvo un concepto más claro a lo que hace referencia auditoría interna, como los riesgos en los inventarios, la eficiencia y eficacia de las operaciones, la contabilidad de la mercancía e integridad de la información detectada en cada punto de venta y bodega, todos estos factores que brindan beneficios a la entidad gradualmente.

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.

Se fortaleció desde nuestro punto de vista el trabajo en equipo en grandes escalas y se puso a prueba la capacidad de tolerancia y respeto de cada uno de los integrantes del grupo de auditoria, con resultados altamente positivos ya que interactuar entre culturas y costumbres distintas resulta ser un poco complicado, el grupo supo afrontar de la mejor manera este punto, se logró incluir en cada uno de los integrantes del grupo un poco de empatía todo con el fin de entender que somos familia Unipamplona y que el apoyo del grupo resulta ser importante en esta etapa de prácticas y sobre todo cuando se interactúa en un lugar nuevo, lejos de la zona de confort de cada uno.

3.3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Franklin Fincowsky, E. (2007). Auditoria administrativa. México: Pearson Educación.
- Gómez Pineda, F., Manrique Zuluaga, A., & Aldana Granobles, H. (2005). ¿Qué es la auditoria? Una respuesta para profesionales de la salud. Cali: Universidad Libre.
- Hittington, O. & Pany, K. (2005). Principios de auditoría. México: McGraw-Hill.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC (2002). *ISO 19011*. Bogotá
- Iriarte Sánchez, M. (2011). Gestión de Calidad en Rehabilitación. [Blog] Estudiantes de la Catedra de Profundización. Available at: <http://calidadrehabilitacion.blogspot.com.co/2011/11/auditoria-medica.html> [Accessed 20 Feb 2016]