

**MEJORAMIENTO INTEGRAL PARA EL PROCESO DE AUDITORÍA EN PUNTOS DE
VENTA DE LA EMPRESA UNIDROGAS S.A**

CHAVEZ CARDEÑO LEUDIS

HERNÁNDEZ DIAZ SEBASTIAN DAVID

NIEVES LOPERENA YULEIDIS

SANCHEZ SANCHEZ JESSIKA FERNANDA

URREA BEJARANO ANNGY KATHERINE

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PAMPLONA

2019

**MEJORAMIENTO INTEGRAL PARA EL PROCESO DE AUDITORÍA EN PUNTOS DE
VENTA DE LA EMPRESA UNIDROGAS S.A**

CHAVEZ CARDEÑO LEUDIS

CODIGO 1.002.424.052

HERNÁNDEZ DIAZ SEBASTIAN DAVID

CODIGO 1.116.807.946

NIEVES LOPERENA YULEIDIS

CODIGO 1.122.411.867

SANCHEZ SANCHEZ JESSIKA FERNANDA

CODIGO 1.102.725.434

URREA BEJARANO ANNGY KATHERINE

CODIGO 1.121.937.608

Informe presentado como requisito final para optar por el título de

Administrador de Empresas

Supervisor de Practica

ÁLVARO PARADA CARVAJAL

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PAMPLONA

2019

DEDICATORIA

- Sebastián Hernández.

Primeramente, a Dios, por brindarme la sabiduría y fortaleza para culminar una etapa más de mi vida, a mi madre Carmen Diaz y hermano Ricardo Pedroza, pilares fundamentales para estar donde me encuentro actualmente, a la Universidad de Pamplona por formarme como profesional y aportar a mi desarrollo personal, a mis amigos, quienes fueron incondicionales en esta etapa, a nuestro director de trabajo Álvaro Parada quien con su sabiduría y experiencia contribuyó al desarrollo de este trabajo, a todos y cada uno de los profesores que se vieron involucrados en mi formación profesional y personal. Este solo es un paso más que se da en la vida de los muchos que se avecinan.

- Fernanda Sanchez

Primero que todo agradezco a Dios por permitirme llegar a este punto por darme las fuerzas de salir adelante, a mi mamá por ayudarme y no dejarme sola por estar siempre conmigo y darme el apoyo con mi bebé y demostrarme que todo lo que uno se propone lo puede cumplir, y a mi papá que ya no está conmigo que todo lo que he logrado se lo dedico a él, gracias a los profesores que han aportado de sus conocimientos para mi futuro.

- Yuleidis Nieves

Este trabajo de grado está dedicado a DIOS primero que todo por sus infinitas bendiciones y a mis padres ALEJANDRO ENRIQUE NIEVES y GLENIS YANETH LOPERENA quienes han puesto toda su confianza para lograr un sueño más en mi vida, que con su amor y esfuerzo hoy es una realidad, gracias por a ver inculcado en mí el ejemplo de seguir adelante y a mis hermanos por su apoyo incondicional, también a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero agradecer a la universidad de pamplona, directivos y docentes por la oportunidad de enseñarme a crecer día a día como profesional, así mismo agradezco a mi mejor amiga ADRIANA GARZON por sus lindos consejos y momentos compartidos en Pamplona. GRACIAS.

- Anngy Bejarano

Le agradezco a Dios primeramente porque es el que me bendice cada día para salir adelante, a mi madre Teresa Bejarano por todo el esfuerzo y sacrificio para ayudarme a sobresalir en mi estudio, a mi abuela Blanca Nieves Vega que está en su santa gloria y me cuida donde este, porque siempre quiso lo mejor para mí y sé que está orgullosa por este logro, a mi familia que es mi motor y prioridad en la vida, me siento orgullosa por que luche, trabaje y me esforcé para poder cumplir con este objetivo.

- Leudis Chavez

Primeramente, a Dios por permitirme seguir avanzando a pesar de las dificultades y tropiezos de la vida, por nunca abandonarme y estar siempre ahí en los momentos más difíciles, a mi familia por toda la motivación que me dieron y por apoyarme cuando más los necesité, por haber estado ahí siempre en todo momento, a mi madre por el apoyo incondicional que me brindo durante todo mi proceso, por su amor, esfuerzo, dedicación y sacrificio. A mi Padre por ser motivo de inspiración cada día, y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron durante esta etapa.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	3
INDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES.....	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS	9
1.2.2 Misión.....	9
1.2.3 Visión	9
1.2.4 Objetivos.....	10
1.2.5 Valores	11
1.2.6. Política de Calidad	11
1.2.7. Referenciación Geográfica Unidrogas S.A.....	12
1.3 DIAGNOSTICO	15
1.3.1 ÁREA DE MERCADEO	15
1.3.2 ÁREA FINANCIERA	18
1.3.3 ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	18
1.3.4. ÁREA DE TALENTO HUMANO Y ORGANIZACIONAL	19
1.3.5 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos).....	25
1.3.7 Matriz DOFA	28
FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA	32
ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	33
1.6.1 Título	33
1.6.2 Objetivo General	33

1.6.3 Objetivos Específicos.....	33
1.6.4 Justificación.....	34
1.6.5 Cronograma de actividades.....	35
PROPONER LA CLASIFICACIÓN DE INVENTARIOS MEDIANTE EL METODO ABC	36
EVALUAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS EN LOS PUNTOS DE VENTA REGIONAL SANTANDER	51
PROPONER EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA UNA TOMA FÍSICA DE INVENTARIOS EFICIENTE	60
ZONIFICACAR Y CODIFICAR DEL ESPACIO PARA LA REALIZACION DE UNA TOMA FISICA DE INVENTARIOS EFICIENTE EN LOS PUNTOS DE VENTA ...	69
PROPONER UN MODELO DE GESTION DE TRANSFERENCIAS ENTRE PUNTOS DE VENTA.....	76
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	86
ALCANCES DE LA PRACTICA.....	87
BIBLIOGRAFIA	88
ANEXOS.....	89

INDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logotipo Unidrogas S.A.....	9
Ilustración 2. Depósitos Unidrogas S.A.....	12
Ilustración 3. Zona Bucaramanga Unidrogas S.A.....	13
Ilustración 4. Zonas de Supervisión Nacional Unidrogas S.A.....	14
Ilustración 5. Organigrama actual Unidrogas S.A.....	19
Ilustración 6. Organigrama Propuesto Unidrogas S.A.....	20
Ilustración 7. Zonas Método ABC.....	42
Ilustración 8. Grafica Clasificación Método ABC.....	43
Ilustración 9. Método ABC Definitivo.....	50
Ilustración 10. Plano General Punto de Venta.....	73
Ilustración 11. Visualización Propuesta MAIA POS.....	74
Ilustración 12. Visualización Propuesta MAIA POS.....	74
Ilustración 13. Estructura Gestión de Inventarios.....	79
Ilustración 14. Módulo de Transferencia MAIA.....	83
Ilustración 15. Módulo de Transferencia MAIA.....	84
Tabla 1. Matriz EFI Unidrogas S.A.....	25
Tabla 2. Matriz EFE Unidrogas S.A.....	26
Tabla 3. Matriz DOFA Unidrogas S.A.....	28
Tabla 4. Estrategias DOFA Unidrogas S.A.....	29
Tabla 5. Cronograma de Actividades.....	35
Tabla 6. Primer paso Método ABC.....	47
Tabla 7. Tercer paso Método ABC.....	48
Tabla 8. Clasificación Método ABC.....	49
Tabla 9. Zonas Clasificación Método ABC.....	50
Tabla 10. Formato de Evaluación de Desempeño.....	54
Tabla 11. Formato de Evaluación de Desempeño.....	57
Tabla 12. Formato de Evaluación a Supervisores.....	58

ABSTRACT

Organizations are currently in constant change where each of these seek to stay in the market depending on their resources and capabilities, In this way they direct their efforts towards the achievement of objectives through effective strategic planning that allows them to become more and more competitive.

Organizations are beginning to appreciate the need to audit their processes, the main objective of which is to gather important information for the organization, where, after the collection of such information, a thorough evaluation may be carried out in order to reach a judgement, which will contribute to the organization's sound decision-making and contribute to the process of continuous improvement of the organization in a comprehensive manner.

Given the growth and complexity of the audited areas or activities, the methodology and procedures carried out at the time of conducting an audit have been adapted, which is why the expected results of the audit process depend on the methodology used to carry out the audit, it must be structured according to the company's guidelines and the regulations in force for its application, thus allowing a greater probability of meeting the company's objectives and the specific area effectively.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones actualmente se encuentran en constante cambio donde cada una de estas buscan mantenerse en el mercado dependiendo de sus recursos y capacidades, de este modo orientan sus esfuerzos hacia el logro de objetivos a través de una planeación estratégica efectiva que les permita ser competitivas cada vez más.

Visto de esta forma las organizaciones están comenzando a valorar la necesidad de realizar auditorías a sus procesos, cuyo objetivo principal recopilar información importante para la organización, donde después de la recopilación de dicha información se podrá realizar una evaluación exhaustiva para poder llegar a emitir un juicio, el cual contribuirá a la organización a una toma de decisiones certera y que este aporte al proceso de mejoramiento continuo de la organización de forma global.

Dado el crecimiento y la complejidad de las áreas o actividades auditadas, la metodología y procedimientos llevados a cabo al momento de realizar una auditoría se han venido adaptando es por ello que los resultados esperados del proceso dependen de la metodología utilizada para la ejecución de la misma, esta debe estructurarse de acuerdo a los lineamientos de la empresa y la normatividad vigente para su aplicación permitiendo así una mayor probabilidad en el cumplimiento de los objetivos de la empresa y del área en específico de forma efectiva.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 Logotipo – Unidrogas S.A



Ilustración 1. Logotipo Unidrogas S.A

Fuente: Página Oficial Unidrogas S.A.

1.2.2 Misión

Proveer medicamentos para el consumo humano a través de un excelente servicio a los mejores precios del mercado, con los mejores estándares de adquisición y garantizando las buenas prácticas de almacenamiento, además de la eficacia de nuestros productos, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en general y al desarrollo de la región; logrando un crecimiento permanente de nuestros colaboradores y un rendimiento justo a sus accionistas.

1.2.3 Visión

En 2025 Unidrogas S.A. será líder a nivel nacional por el excelente servicio de distribución y comercialización de medicamentos para el consumo humano, expandiendo su campo de acción en la región andina y supliendo las necesidades de los clientes con procesos y servicios de calidad cumpliendo con el compromiso de mejora continua contribuyendo a la salud y bienestar de los clientes.

1.2.4 Objetivos

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

- Disponer de un amplio surtido de productos que nos presente siempre como la primera opción de compra y conduzca a la fidelización de nuestros clientes.
- Establecer una cultura de servicio al interior de la organización, representada por el desarrollo humano y el trabajo en equipo.
- Suministrar a nuestros clientes productos farmacéuticos en condiciones de oportunidad, flexibilidad y buen manejo, brindando el respaldo que requieren.
- Satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo por medio del desarrollo del plan de mercadeo, alcanzando así cada una de las metas propuestas por la compañía.
- Enfocar a toda la organización hacia los clientes, buscando siempre satisfacer sus necesidades y expectativas, aprovechando la experiencia y conocimiento del negocio.
- Hacer seguimiento periódico al desempeño de los procesos utilizando métodos adecuados que permitan orientar sus acciones hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas.
- Establecer y mantener la infraestructura necesaria para garantizar el soporte a las operaciones de la empresa, generando oportunidades para la concentración de esfuerzos en la razón de ser del negocio.

1.2.5 Valores

Los Valores Organizacionales definidos para UNIDROGAS S.A. se presentan a continuación:

- **Enfoque al Cliente:** Concentración de esfuerzos y recursos de la empresa para comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfaciendo sus requisitos y esforzándose en exceder las expectativas de los mismos.
- **Aliados Estratégicos:** Generación de valor y crecimiento, en forma mancomunada, con sus proveedores.
- **Desarrollo Integral:** Bienestar integral proporcionado al talento humano con que se cuenta, mediante la proyección e impulso de sus habilidades, capacidades y recursos.
- **Gestión Responsable:** Preocupación continua por el entorno, materialización del compromiso que tiene la organización con el desarrollo de la sociedad circundante, cuidado e impulso de la población y del medio ambiente.
- **Orientación al Logro:** Generación de valor económico para proyectarse al futuro y brindar bienestar a inversionistas, asegurando el cumplimiento de las metas trazadas y la operación en procura del alcance de los objetivos propuestos.

1.2.6. Política de Calidad

La política de calidad de UNIDROGAS S.A es 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 sus procesos.

1.2.7. Referenciación Geográfica Unidrogas S.A

En base a los siguientes mapas de referenciación geográfica se podrá evidenciar la presencia de Unidrogas S.A en todo el territorio nacional y la ubicación estratégica de sus depósitos que a su vez permitirá referenciar la magnitud de la empresa y el impacto que pueden llegar a tener las propuestas realizadas.

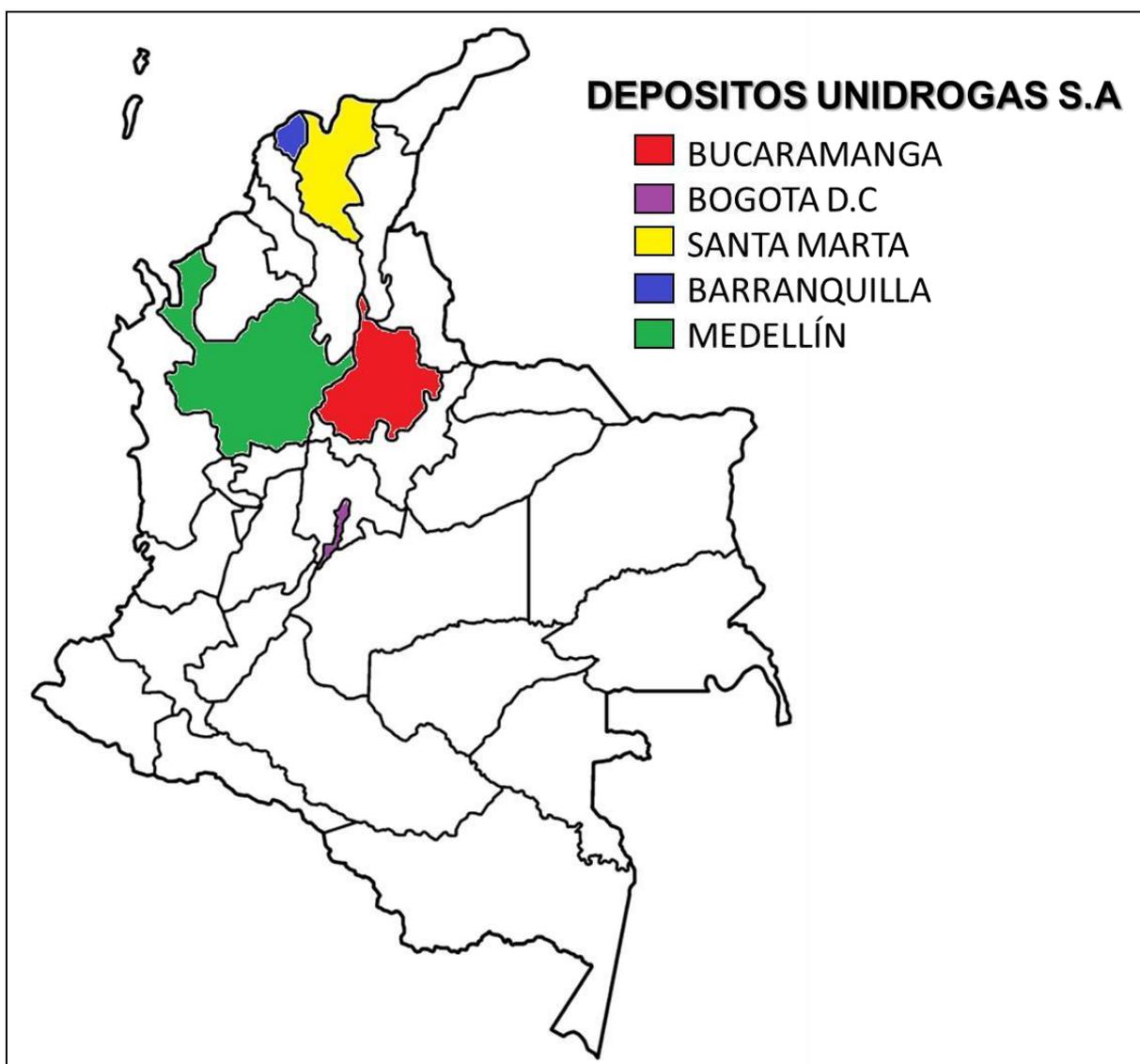


Ilustración 2. Depositos Unidrogas S.A

ZONA BUCARAMANGA

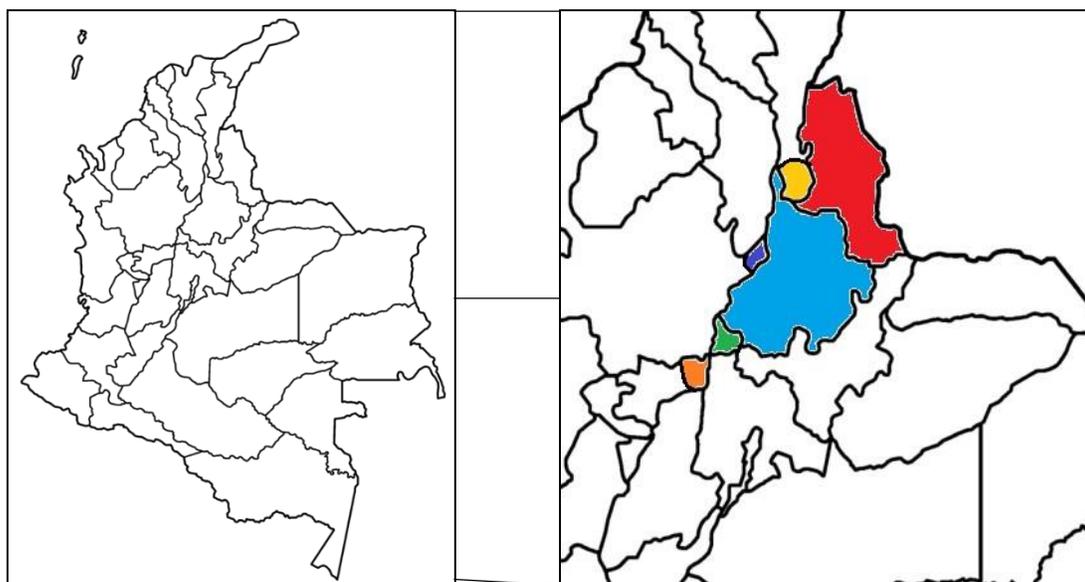


Ilustración 3. Zona Bucaramanga Unidrogas S.A

PUNTOS DE VENTA

NORTE DE SANTANDER (48) ANTIOQUIA

CUCUTA (34) YONDÓ (1)

CHINACOTA(1)

PAMPLONA (4)

LOS PATIOS(2)

EL ZULIA (1)

OCAÑA (6)

LOS PATIOS(2)

CALDAS

LA DORADA (2)

BOYACÁ

PUERTO BOYACÁ (3)

SANTANDER (76)

BUCARAMANGA (32)

FLORIDABLANCA (8)

GIRON (2)

LEBRIJA (2)

BARBOSA (1)

ZAPATOCA (1)

SAN VICENTE DE CHUCHURÍ (1)

PIDECUESTA (7)

SAN GIL (4)

SOCORRO (5)

BARRANCABERMEJA (15)

CESAR

SAN ALBERTO (2)

AGUACHICA (2)



Ilustración 4. Zonas de Supervision Nacional Unidrogas S.A

1.3 DIAGNOSTICO

1.3.1 ÁREA DE MERCADEO

- **Productos y servicios:**

Unidrogas S.A. 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, Droguería Inglesa, Caracas, San Juan, Coofarma, Andina, Hospitalaria, Atenas, La 25, Monserrate, Boyfamiliar y La Sexta. Sus clientes pueden obtener sus productos acercándose directamente a los puntos de venta o por medio de domicilios y lo pueden pagar en efectivo o con tarjeta. Está conformada por un grupo de coordinadores y supervisores en las diferentes zonas del país los cuales se encargan de velar por la buena gestión de cada una de las droguerías que la conforman, los coordinadores están ubicados en distintas ciudades del país que son: Bucaramanga, Medellín, Bogotá, Santa Marta y Barranquilla, cada una de estas tienen sus respectivos supervisores, cada supervisor tiene asignada una zona la cual tiene cierto número de droguerías a 14 cargo. Además, en cada droguería hay un administrador y un número de vendedores según sus activos y según el horario que esta maneja.

- **Clientes**

Unidrogas es una empresa que se destaca por su efectividad y rapidez a la hora de entregar los productos, lo cual genera confianza y lealtad por parte de sus clientes internos y externos, permitiendo así una mejor calidad y excelente servicio. Entre sus principales clientes se destacan: la Policía Nacional de Santander, Acueducto

Metropolitano, Hospital Universitario de Santander, Hospital Psiquiátrico San Camilo, Vip Ltda., Colseguros Santander, Ecopetrol, Comfenalco, Cajasan y más de 500 droguerías, bodegas, clínicas, hospitales y demás sector de la salud a nivel nacional, prefieren a Unidrogas a la hora de tomar una decisión de compra.

En caso de alguna inconformidad del cliente, la empresa acepta devoluciones por malformación del producto o cualquier desconcierto que haya por parte del cliente. Al momento de atender al cliente el vendedor debe entregar por obligación la factura de compra en donde el cliente ira acumulando puntos para obtener beneficios que ofrece la empresa.

- **Política de distribución:**

Las áreas geográficas que cubre Unidrogas en el país están en el oriente, costa, eje cafetero, centro y Leticia con aproximadamente 500 puntos de venta. Unidrogas en Bucaramanga Santander, dentro de su plan estratégico proyecta la reorganización geográfica de sus instalaciones a ubicaciones en donde tenga todas las prestaciones y logística para ofrecer mejores servicios a sus clientes; razón por la cual ha decidido instalar su Centro de Distribución en Zona Franca Santander, lo que le permitirá contar con una localización estratégica a mercados nacionales e internacionales, teniendo en cuenta que dentro de su plan se encuentra la ampliación de su mercado nacional y a largo plazo la incorporación al mercado internacional; y así mismo aprovechar la Infraestructura de talla mundial que tiene la Zona Franca de Santander, los beneficios aduaneros, y contribuir a su vez con el desarrollo del municipio de Floridablanca, al ofrecer oportunidades laborales a los residentes del mismo.

- **Precios**

Unidrogas maneja diferentes precios de sus productos según la razón social de la droguería, aunque estos 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 mayoristas como lo son empresas u otras farmacias, manejan precios más bajos para que ellos puedan venderlos a un precio accesible para el usuario final.

- **Mercado**

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

Hay laboratorios y productos en específico donde Unidrogas da un porcentaje de bonificación por la venta de cada uno de estos, 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.

- **Competencia**

Las empresas que hacen parte de la competencia para Unidrogas son las comercializadoras de productos farmacéuticos en Colombia, las principales empresas competidoras son: Copidrogas, Cruz Verde, Drogas La Rebaja, Farmatodo Colombia y Locatel.

Por otro lado, también tienen un buen posicionamiento en el mercado: Cooperativa Epsifarma, Medicamentos Pos, Distribuidora Pasteur, Eve Distribuciones, Depósito Principal de Drogas, Distribuciones Axa, Droservicio, Cohan, y Multidrogas de Colombia.

Las estrategias que usa Unidrogas son tener varias droguerías con diferentes aspectos que las hacen ver a los ojos de los clientes distintos, estos aspectos pueden ser el nombre y los precios.

1.3.2 ÁREA FINANCIERA

Unidrogas es una empresa financieramente consolidada que genera las operaciones necesarias para mantener un flujo de caja suficiente para atender los compromisos con los clientes y proveedores. En los últimos años han venido duplicando las operaciones de venta. Según La Vanguardia (17 de mayo de 2019) Unidrogas ha tenido para el año 2018 unos ingresos operacionales \$537 millones y un total de activos de \$299 millones de pesos que la posiciona entre las 25 empresas de Santander más grandes de Colombia.

1.3.3 ÁREA DE PRODUCCIÓN

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

1.3.4. ÁREA DE TALENTO HUMANO Y ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA UNIDROGAS ACTUAL

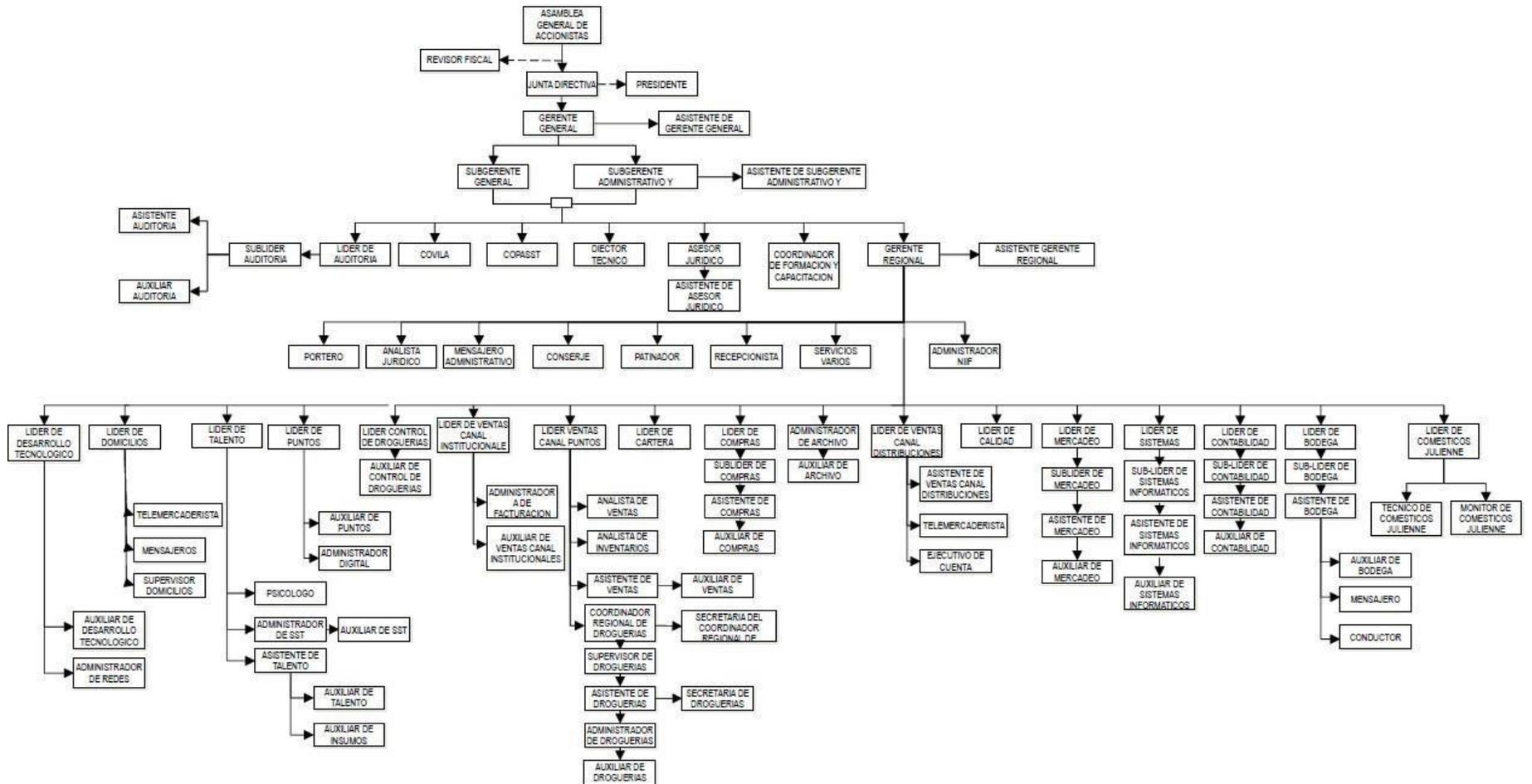


Ilustración 5. Organigrama actual Unidrogas S.A

Dada la complejidad de la empresa y su tamaño, se evidenció en el organigrama actual una serie de inconsistencias que no iban alineadas al direccionamiento organizacional de la empresa Unidrogas S.A, donde se encontraban cargos operativos ubicados al mismo nivel estratégico quitando jerarquía o relevancia a cargos que realmente si lo acotaban dentro de la empresa así mismo la inherencia de la línea de Cosméticos Julienne, la cual es una empresa que hace parte del Clúster Empresarial Unidrogas pero que a su vez su presencia en el organigrama no presenta relevancia sino al contrario, desorientación ya que dicha empresa no infiere en el direccionamiento estratégico de Unidrogas S.A

Áreas que no se han especificado anteriormente en el desarrollo del trabajo:

- **De Personal:**

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

- **Recurso Humano:**

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

- **De Auditoría:**

Este departamento está vinculado a procesos de supervisión y con objeto de tener garantías de que la actividad operacional de la empresa se realiza con criterios de eficacia, oportunidad y que se integran debidamente los procesos. De esta manera esta área es la encargada de la evaluación permanente de los diferentes

procedimientos desarrollados en Unidrogas. Entre sus funciones tiene el control de pólizas de seguro de la empresa, revisión de los gastos financieros y administrativos, realización de conciliaciones bancarias, verificación de inventarios y sus respectivos ajustes, entre otras que por su naturaleza de funciones se presenten.

- **De Contabilidad:**

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

- **De Sistemas:**

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

- **De Bodega:**

No solo es el espacio disponible para el almacenamiento y manipulación de los fármacos, sino además funcionalmente programa la adquisición de mercancía, bajo la responsabilidad de mantener un stock suficiente de suministros, ordenar el adecuado mantenimiento y conservación de mercancía e insumos, de igual manera llevar actualizados el registro de ingresos y egresos de bodega y reportarlos a contabilidad, recibir la mercancía, controlar y documentar devoluciones, surtir

oportunamente a las sucursales (locales y provincias), despachar debidamente los pedidos de acuerdo al proceso.

- **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 vendedores para garantizar la cobertura total y abastecimiento a los locales comerciales y clientes. En este departamento se prepara día a día el pedido de ventas a manufactura según su requerimiento y trabaja en conjunto con mercadeo para lanzamiento de productos, promociones y ofertas. El telemercaderista a través del uso innovador de equipos y sistemas de telecomunicaciones parte de la categoría de ventas personales que va al cliente, de ahí sus funciones como investigación de mercado, atención al cliente, recepción de órdenes de compra, actualización de bases de datos, entre otras.

- **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.

- **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.

- **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 valida y la rendición de informes los cuales permiten controlar la buena gestión de todos los convenios de la empresa con las demás entidades.

- **De Compras:**

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

1.3.5 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos)

Con esta matriz lograremos conocer de manera interna las fortalezas y debilidades que tiene actualmente la empresa Unidrogas S.A.

Matriz EFI			
Variables	Peso	Valor	Total
FORTALEZAS			
Fidelización de los clientes	0,11	2	0,22
Lugares estratégicos para la distribución de la mercancía	0,12	3	0,36
Laboratorio y marca propia	0,12	3	0,36
Reconocimiento en el mercado nacional	0,15	4	0,6
Diversificación del portafolio de productos y servicios	0,11	2	0,22
Subtotal FORTALEZAS	0,61		1,76
DEBILIDADES			
Inconformidad en salarios y horarios	0,07	3	0,21
Falta de actualización en las páginas web	0,08	2	0,16
No dan a conocer los manuales de funciones	0,05	3	0,15
Poca capacitación al personal	0,09	2	0,18
No existen soluciones eficaces por parte de los supervisores en los puntos de ventas	0,1	4	0,4
Subtotal DEBILIDADES	0,39		1,1
Total	1,00	-	2,86

Tabla 1. Matriz EFI Unidrogas S.A

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 lo que establece que los lugares estratégicos para la distribución de la mercancía y su laboratorio y marca propia, hace que haya un aumento en la productividad y sea más eficaz su trabajo, como también cuentan con una amplia diversificación de sus productos, además

de eso cuentan con una buena diversificación de clientes para alcanzar el factor de éxito anhelado. Por el contrario, lo que contrarresta a un mayor éxito son: Que no existen soluciones eficaces por parte de los supervisores en los puntos de ventas y la poca capacitación del personal, el cual impide el mejoramiento continuo de los procesos involucrados a la actividad comercial de la empresa, lo cual no permitirá llevar a cabo un mejoramiento continuo en busca del éxito empresarial.

1.3.6 Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)

Matriz EFE			
VARIABLES	Peso	Valor	Total
OPORTUNIDADES			
Convenios con otras empresas	0,15	2	0,3
Poder adquisitivo en la industria farmacéutica	0,07	3	0,21
Apertura de nuevos puntos de venta	0,11	2	0,22
Ubicación estratégica	0,17	3	0,51
Adquisición de nuevas tecnologías	0,1	1	0,1
Subtotal OPORTUNIDADES	0,45		1,34
AMENAZAS			
Competencia de precios en el mercado	0,04	1	0,04
Costos de producción altos	0,08	2	0,16
Nuevas oportunidades de trabajo	0,13	3	0,39
Deterioro de las vías de acceso	0,15	2	0,3
Nuevos competidores	0,15	3	0,45
Subtotal AMENAZAS	0,55		1,34
Total	1,00	-	2,68

Tabla 2. Matriz EFE Unidrogas S.A

Análisis de la matriz EFE

En este caso el peso ponderado total de las oportunidades y amenazas de 2,68 lo cual establece que el ambiente externo es favorable a Unidrogas y sirve como punto de referencia para crecer y construir en la toma de decisiones estratégicas. Podemos notar que el factor más importante es “la ubicación estratégica” que van de la mano con “los convenios de otras empresas” como lo señala el peso de 0,51 y 0,3 respectivamente, la empresa está siguiendo estrategias que capitalizan muy bien estas oportunidades, que les permite tener una idea a futuro de crecer fuertemente en el mercado, generando mayores ganancias y clientes, como lo señala la calificación en las dos oportunidades. Cabe señalar las amenazas más fuertes que son “Nuevos competidores” y “Nuevas oportunidades de trabajo” que contrarrestan los factores determinantes hacia el éxito. El total ponderado de 2,68 indica que la empresa está justo por encima de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas.

1.3.7 Matriz DOFA

FACTORES INTERNOS			
DEBILIDADES		FORTALEZAS	
D1	Inconformidad en salarios y horarios	F1	Fidelización de los clientes.
D2	Falta de actualización en las páginas web	F2	Lugares estratégicos para la distribución de la mercancía.
D3	No dan a conocer los manuales de funciones	F3	Laboratorio y marca propia.
D4	Poca capacitación al personal	F4	Reconocimiento en el mercado nacional.
D5	No existen soluciones eficaces por parte de los supervisores en los puntos de ventas.	F5	Diversificación del portafolio de productos y servicios.
FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Convenios con otras empresas de la industria	A1	Competencia de precios en el mercado
O2	Poder adquisitivo en la industria farmacéutica	A2	Costos de producción altos
O3	Apertura de nuevos puntos de venta	A3	Nuevas oportunidades de trabajo
O4	Ubicación estratégica	A4	Deterioro de las vías de acceso
O5	Adquisición y apropiación de nuevas tecnologías	A5	Nuevos competidores

Tabla 3. Matriz DOFA Unidrogas S.A

ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FA
<p>03, D4. Brindar capacitación al personal para una eficiente atención en los nuevos puntos de venta.</p> <p>D4, O5. Capacitar al personal de acuerdo con las tecnologías requerías por la empresa.</p>	<p>F3, A1, A5. Fortalecer la marca propia y posicionarla para contrarrestar los nuevos competidores.</p>
ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FO
<p>A3, D1. Mejorar las condiciones de trabajo a los empleados de la empresa para que estén conformes que su trabajo y contrarrestar las ofertas externas.</p>	<p>O2, F4. Teniendo en cuenta el poder adquisitivo en la industria farmacéutica que cuenta la empresa, buscar alianzas para impulsar la marca a nivel nacional.</p> <p>F1, O3. Garantizar la calidad de los productos en los diferentes puntos de ventas, para así obtener mayor fidelización de los clientes.</p> <p>F5, O1. Dado que Unidrogas S.A. cuenta con un amplio portafolio de productos, se puede hacer convenios con diferentes empresas y tener un mejor posicionamiento en el mercado.</p>

Tabla 4.. Estrategias DOFA Unidrogas S. A

Análisis Matriz DOFA

Se puede concluir que Unidrogas es una empresa que está muy bien consolidada en el mercado lo que permite que sea reconocida, pero tiene varios aspectos por mejorar para poder tener un crecimiento y desarrollo empresarial.

A si mismo se plantearon estrategias las cuales permitirá mitigar las posibles falencias que se están presentando dentro de la organización como:

- La busca de nuevos aliados para poder expandirse y darse a conocer internacionalmente
- Mejorar las condiciones de cada trabajador para tener un mayor rendimiento en su área de trabajo.
- Posicionar la marca para contrarrestar los nuevos competidores

Con base a esto Unidrogas puede desarrollar y fortalecer las estrategias mencionadas para que pueda expandirse a otras regiones de Colombia, esto a causa de las alianzas o convenios que se realicen, teniendo en cuenta que es una empresa que cuenta con un amplio portafolio de servicios y excelentes proveedores lo que permite que sea aceptada fácilmente.

En cuanto el área de auditoria, se da a conocer sobre el servicio prestado y detectar fraudes que se están cometiendo, en consecuencia, a esto se puede decir que auditoria es muy importante para Unidrogas, ya que el desarrollo que se hace en cada sucursal se evidencia que es necesaria para conocer a fondo las falencias y garantizar un buen servicio por parte de los trabajadores de cada punto de venta.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE TRABAJO

1.4.1 Auditoria de los puntos de venta

El departamento de auditoria está dirigido por un líder, compuesto por dos grupos y cada grupo tiene un sublíder. 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 fijo.
- Verificación de aspectos locativos como: iluminación adecuada (funcionen todos los bombillos), paredes limpias (no existan filtraciones ni paredes húmedas), puertas principales cierren bien, alarma funcione, uso adecuado de las neveras, baños limpios, zona de inyectología (camilla tenga sabanilla, guardián este fijo en la pared), extintor (fecha vigente), presentación personal de los vendedores y administrador (usen uniforme y carnet, cabello adecuado y manos limpias, entre otras) y no existan muestras médicas.
- Realización de 4 arqueos de caja para que las bases de la caja estén al día: caja menor (que es el sencillo), caja registradora (venta que se tiene hasta el momento ya que en cada turno se va recogiendo), venta del día (mediante las tiras que arroja la impresora por cambio de turno) y, consignación del día anterior.
- Aplicación de un 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 conocer si tienen 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 continua con la droguería, esta acta contiene el inventario inicial, inventario final y el cobro que genera esta diferencia.
- Se hace un informe diario por cada punto de venta que se audite en modo digital, este informe es un resumen que se le envía al representante legal de la empresa, al supervisor y coordinador de la zona y al líder de auditoria para que ellos lo revisen y tomen 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 auditoria.

FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA

El practicante fue asignado al área de auditoria en Unidrogas S.A., 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.
- Apoyo de control en los puntos de venta: apoyar la vigilancia y control en los puntos de venta para estar atentos que no ingresen productos o saquen/escondan los sobrantes.
- Realizar kárdex en los puntos de ventas: realizar kárdex de los distintos laboratorios y resaltar los productos que no coincidan los datos del sistema

con Los físicos. En este kárdex se evidencian las cantidades del sistema desde su impresión.

- Revisar los pedidos de clientes y sucursales: verificar que los productos del pedido coincidan con la factura e informar si falta, sobra o está en mal estado un producto.
- Apoyar en la digitación de los productos dictados en el inventario: digitar en el sistema las cantidades de los productos dictados y estar pendientes que ésta coincida con lo que se observa o no se salten productos.
- Realización de kárdex en el depósito de Bucaramanga: verificación de los productos físicos vs sistema, teniendo en cuenta la facturación que se realiza durante el proceso.
- Brindar apoyo al proceso de inventario en los puntos de venta: apoyar en las distintas actividades proporcionadas por el líder.

ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 Título

Mejoramiento integral para el proceso de auditoría en puntos de venta de la empresa Unidrogas S.A

1.6.2 Objetivo General

Mejorar de forma integral el proceso de auditoría de puntos de venta en la empresa Unidrogas S.A

1.6.3 Objetivos Específicos

- Proponer la clasificación de inventarios mediante el método ABC.
- Evaluar el cumplimiento de las políticas establecidas para el control de inventarios en los puntos de ventas regional Santander.
- Proponer el uso de las nuevas tecnologías para una toma física de inventarios eficiente.
- Codificar el espacio para la realización de una toma física de inventarios eficiente en los puntos de venta.
- Proponer un modelo de gestión de transferencias entre puntos de venta.

1.6.4 Justificación

Esencialmente el área de auditoria en las empresas sin importar su tamaño u objeto social contribuyen a la empresa a detectar falencias y promover las mejoras pertinentes a realizarse en las distintas áreas de la empresa.

La finalidad del área de auditoria objetivamente es llevar un control interno de la empresa y verificar el cumplimiento de pautas, objetivos y políticas establecidas por la organización. Con el fin de proteger sus activos y minimizar los riesgos que pueda tener en el entorno del desarrollo de su actividad comercial.

Entonces así con el proceso de auditoría para una empresa es más fácil comprobar que se están llevando las cosas correctamente en cada una de sus áreas, analizando de forma objetiva y tomando decisiones sobre cada una de las mismas.

Por lo tanto, se ha evidenciado la transformación del proceso de auditoria dentro de la empresa Unidrogas S.A donde se ha venido mejorando continuamente con el fin de lograr la efectividad y el cumplimiento mismo de las metas establecidas por el departamento, aun así, se ha reflejado mejoras que se pueden realizar en el proceso de auditoría que permiten la mejora continua del proceso de auditoría.

Por lo cual, con esta propuesta de mejoramiento integral se busca abarcar diversas falencias que se presentan al momento de realizar el proceso de auditoria el cual se está viendo afectado por áreas externas lo cual no permite el correcto funcionamiento del proceso y se presente dilatación en el desarrollo del mismo.

1.6.5 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Agosto	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Proceso de contratación	■																
Asignación al área de trabajo e inducción de las Funciones		■															
Recopilación de información general de la empresa			■	■	■												
Lluvia de ideas y creación de la propuesta						■	■	■	■	■							
Entrega del I Informe de Practica											■						
Determinar y analizar de forma objetiva los problemas existentes en el área											■						
Desarrollo de las soluciones planteadas en base al plan de mejoramiento integral del área											■						
Definir de manera concreta las soluciones o medidas de mitigación a los diferentes problemas												■					
Entrega del II Informe de Practica												■					
Correcciones, conclusiones y recomendaciones de la propuesta de mejoramiento													■	■			
Entrega del Informe Final															■		
Sustentación del Trabajo de Grado																■	

Tabla 5. Cronograma de Actividades

**PROPONER LA CLASIFICACIÓN DE INVENTARIOS MEDIANTE EL
METODO ABC**

INTRODUCCIÓN

Actualmente la empresa Unidrogas S.A se encuentra en un proceso de expansión y mejoramiento de la calidad, en aras de contribuir al mejoramiento se realiza un enfoque al método de clasificación de inventarios de la empresa Unidrogas S.A ya que al ser una empresa dedicada a la comercialización de bienes finales específicamente medicamentos se encuentra que los inventarios mismos son el pilar fundamental de su razón de ser.

Se encuentra razonable aplicar el método de clasificación de inventarios ABC ya que este otorgará un control más riguroso sobre sus inventarios, enfocado específicamente desde el área de auditoria ya que el método mismo permitirá identificar donde se debe llevar un mayor control de inventarios a su vez esta clasificación contribuirá a la productividad misma del área en específico

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Unidrogas S.A 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, 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.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Implementar la clasificación de inventarios mediante el método ABC en la empresa Unidrogas S.A

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Clasificar de acuerdo a los parámetros establecidos por el método ABC cada laboratorio.
- Diseñar una herramienta que permita la clasificación de inventarios de acuerdo al punto de venta donde se necesite utilizar.

INVENTARIOS

1. DEFINICIÓN

La base primordial de toda empresa que se dedique a la comercialización es la compra y venta de bienes y productos ya terminados; aquí radica la importancia del manejo de inventarios por parte de la misma. Es por esto que es necesario recurrir a implementar técnicas y mecanismos que permitan la gestión efectiva del mismo.

2. OBJETIVOS DE LOS INVENTARIOS

Su propósito es proveer o distribuir adecuadamente los materiales necesarios a la empresa, colocándose a disposición en el momento indicado, para así evitar aumentos de costos o pérdidas de los mismos. Permitiendo satisfacer las necesidades reales de la empresa, a las cuales debe permanecer adaptándose constantemente al cambio del mismo. Por lo tanto, la gestión de los inventarios debe ser atentamente controlada y vigilada.

3. TIPOS DE INVENTARIOS

➤ INVENTARIO INICIAL

Es el que se realiza al dar comienzos a las operaciones. Representa el valor de las existencias de mercancías en la fecha que comenzó el período contable.

➤ INVENTARIO FINAL

Es aquel que realiza el comerciante al cierre del ejercicio económico, generalmente al finalizar un periodo, y sirve para determinar una nueva situación patrimonial, después de efectuadas todas las operaciones mercantiles de dicho periodo.

➤ INVENTARIO FÍSICO

Es el inventario real. Es contar y anotar todas y cada una de las diferentes clases de bienes, mercancías, que se hallen en existencia en la fecha del inventario. La realización de este inventario tiene como finalidad, convencer a los auditores de que los registros del inventario representan fielmente el valor del activo principal, también nos da a conocer el número de existencias en almacén.

4. MÉTODO DE COSTEO DE INVENTARIOS

4.1 MÉTODO COSTO PROMEDIO O PROMEDIO PONDERADO

Este método consiste en hallar el costo promedio de cada material que hay en el inventario final cuando las unidades son idénticas en apariencia, pero no en el precio de adquisición, por cuanto se han comprado en distintas épocas y a diferentes precios. Se basa en el supuesto de que tanto el costo de ventas como el de los inventarios finales deben valorar a un costo promedio, que tenga en cuenta el peso relativo del número de unidades adquiridas a diferentes precios:

- Costo de los artículos disponibles
- Unidades disponibles para la venta.

Cuando se utiliza el sistema permanente de inventarios pueden presentarse dos situaciones que arrojarían resultados diferentes para la valuación del inventario final y la determinación del costo de ventas. En la primera, si los costos únicamente se registran al final del período (mes, trimestre, semestre o año), en esa fecha se calcula un sólo costo promedio. En la segunda situación, los costos relacionados con las ventas se registran a medida en que ellas se realizan y, por lo tanto, los costos promedio deben estimarse al momento de cada venta. Esto obliga a calcular otro costo promedio ponderado después de cada nueva compra que se realice, llegando así al método conocido bajo el nombre de "promedio móvil".

5. AUDITORÍA DE INVENTARIOS

La auditoría de inventarios es un conjunto de procedimientos cuya finalidad son el comprobar el correcto registro, flujo y valuación de los inventarios, así como la correcta aplicación de los métodos y técnicas de administración de inventarios definidas por la compañía.

Su importancia radica en que los inventarios son un factor de vital importancia en el cálculo de utilidades y en la fijación del costo de ventas, por ende, una correcta auditoría de inventarios permite: determinar si estos son suficientes para las necesidades de la empresa, si los métodos de valuación empleados son los indicados y si son correctamente implementados.

6. TÉCNICAS PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS

6.1 MÉTODO DE CLASIFICACIÓN DE INVENTARIOS ABC

El proceso que consiste en dividir los artículos de tres clases, de acuerdo con el valor de su consumo, de modo que los gerentes puedan concentrar su atención en los que tengan el valor monetario más alto. Para llevar a cabo el control de inventarios, es frecuente recurrir al sistema de clasificación ABC, que distingue entre los artículos en función de su valor económico para la empresa. Lo normal es que cualquier empresa, especialmente las manufactureras, mantenga una gran cantidad de elementos inventariados. Sin embargo, sólo una parte de ellos son tan valiosos que se los debe controlar muy cuidadosamente.

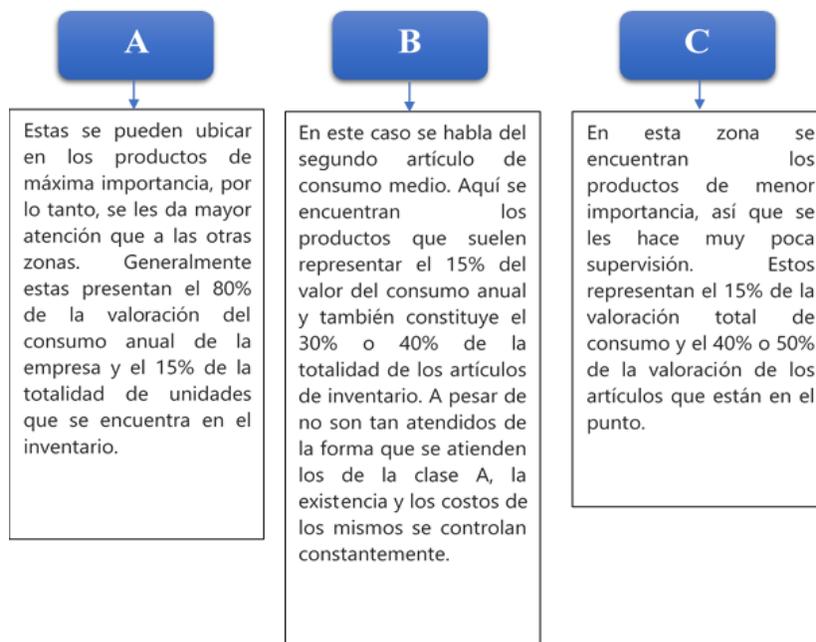


Ilustración 7. Zonas Metodo ABC

El principio que rige al modelo ABC es que cada categoría o clase requiere distintos niveles de control. Mientras mayor sea el valor económico de los materiales inventariados, mayor será el control. Para aplicar el sistema ABC el primer paso consiste en determinar el valor económico de cada categoría de elementos. Este valor se obtiene multiplicando el número de unidades almacenadas de un artículo

por su precio. Posteriormente se clasifican los artículos por orden decreciente con respecto a su valor. Por ejemplo, el 10% superior se podrá incluir en la categoría A, el 30% siguiente en la categoría B y los restantes en la C. Este resultado es orientativo, pero no está muy lejos de la realidad. El siguiente paso consiste en establecer niveles de control para cada categoría. Los artículos A deben tener un control más estrecho. Es necesario reducir las existencias en la medida de lo posible, esto da como resultado mejores estudios de la demanda, sistemas de inventarios continuos y mejores políticas de compras. Sin embargo, para los elementos de las categorías B y C la mera observación puede ser un método de control válido. Se pueden emplear modelos periódicos de inventarios para cada una de estas categorías.

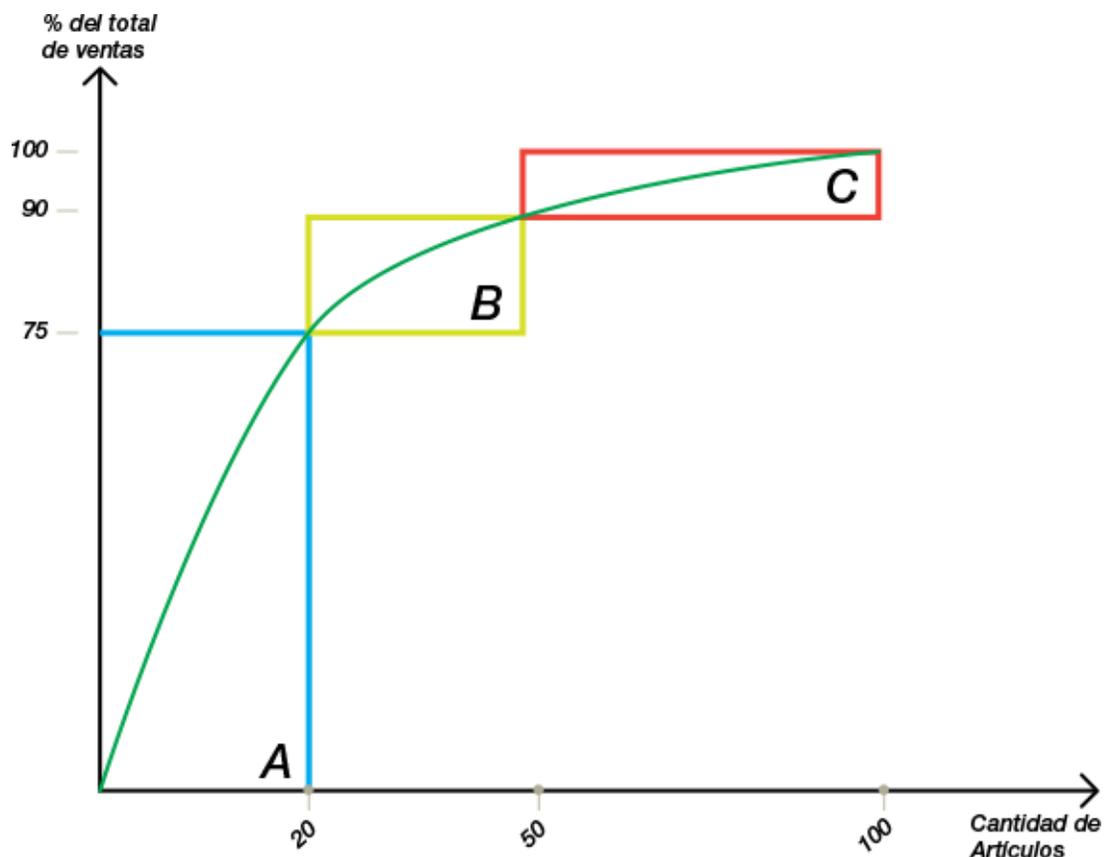


Ilustración 8. Gráfica Clasificación Metodo ABC

Aunque para muchos el método ABC es solo aplicable en las empresas de manufactura, sin embargo, su aplicabilidad se extiende a las empresas de servicio y de comercialización como en este caso Unidrogas S.A.

7. DESARROLLO

7.1 DEFINICIÓN

Se define este método como un proceso gerencial que ayuda en la administración de actividades y procesos del negocio, en y durante la toma de decisiones estratégicas y operacionales".

7.2 OBJETIVO

Identificar los laboratorios que tienen un impacto importante en un valor global (de inventario, de venta, de costos) que a su vez permitirá crear categorías de laboratorios que necesitan niveles y modos de control distinto

7.3 PROPUESTA

La propuesta consiste en obtener una gestión de inventarios más eficiente por medio de la priorización de materiales, con base en el método de control de inventarios ABC.

Se propone utilizar el método de control de inventario ABC para dar prioridad a determinados laboratorios a la hora de realizar un conteo físico, es decir de mayor a menor relevancia.

- A: Control prioritario
- B: Control intermedio
- C: Control bajo

CONTROL PARA ZONAS “A”

Las unidades pertenecientes a la zona "A" requieren del grado de rigor más alto posible en cuanto a control. Esta zona corresponde a aquellas unidades que presentan una parte importante del valor total del inventario. El máximo control puede reservarse a las materias primas que se utilicen en forma continua y en volúmenes elevados. Para esta clase de materia prima los agentes de compras pueden celebrar contratos con los proveedores que aseguren un suministro constante y en cantidades que equiparen la proporción de utilización, tomando en cuenta medidas preventivas de gestión del riesgo como los llamados "proveedores B". La zona "A" en cuanto a Gestión del Almacenes debe de contar con ventajas de ubicación y espacio respecto a las otras unidades de inventario, estas ventajas son determinadas por el tipo de almacenamiento que utilice la organización.

CONTROL PARA ZONAS “B”

Las partidas B deberán ser seguidas y controladas mediante sistemas computarizados con revisiones periódicas por parte de la administración.

Los lineamientos del modelo de inventario son debatidos con menor frecuencia que en el caso de las unidades correspondientes a la Zona "A". Los costos de faltantes de existencias para este tipo de unidades deberán ser moderados a bajos y las existencias de seguridad deberán brindar un control adecuado con el quiebre de stock, aun cuando la frecuencia de órdenes es menor.

COTROL PARA ZONAS “C”

Esta es la zona con mayor número de unidades de inventario, por ende, un sistema de control diseñado, pero de rutina es adecuado para su seguimiento. Un sistema de punto de reorden que no requiera de evaluación física de las existencias suele ser suficiente.

REALIZAR LA CLASIFICACION DE LOS INVENTARIOS

La clasificación ABC se realiza con base en el producto, el cual expresa su valor por unidad de tiempo (regularmente anual) de las ventas de cada ítem i , donde:

D_i = Demanda "anual" del ítem i (unidades/año)

v_i = Valor (costo) unitario del ítem i (unidades monetarias/unidad)

Valor Total $i = D_i * v_i$ (unidades monetarias/año)

Antes de aplicar el anterior ejercicio matemático a los ítems es fundamental establecer los porcentajes que harán que determinadas unidades se clasifiquen en sus respectivas zonas (A, B o C).

Luego de aplicarse las operaciones para determinar la Valorización de los artículos, se procede a calcular el porcentaje de participación de los artículos, según la valorización (suele usarse también en cantidad, "participación en cantidad"). Este ejercicio se efectúa dividiendo la Valorización de cada ítem entre la suma total de la valorización de todos los ítems.

luego se precede a organizar los artículos de mayor a menor según sus porcentajes, ahora estos porcentajes se acumulan. por último, se agrupan teniendo en cuenta el criterio porcentual determinado en la primera parte del método. De esta manera quedan establecidas las unidades que pertenecen a cada zona.

Ejemplo:

La empresa Unidrogas S.A presenta los siguientes datos relacionados con el inventario de un punto de venta:

LABORATORIO	DEMANDA	INVERSION
GIMED	9	\$ 39.000.000
GENFAR	4	\$ 25.000.000
BAYER	5	\$ 12.004.041
BIOFLUIDOS	3	\$ 1.597.044
BEIERSDORF	1	\$ 3.467.413
EDGEWELL	6	\$ 44.468.834
TECNOQUIMICAS	7	\$ 678.000
EUROETIKA	2	\$ 3.346.823
LAFRANCOL	8	\$ 6.457.345
TAKEDA	2	\$ 234.567
TECNOFARMA	4	\$ 34.246
INCOBRA	5	\$ 456.457
GSK	7	\$ 5.345.345
LA SANTE	5	\$ 7.658.456
UNIPHARM	4	\$ 3.453.452
SIEGFRIED	8	\$ 2.343.464
PROCAPS	3	\$ 234.234
NESTLE	2	\$ 5.466.456
MEAD JOHNSON	1	\$ 343.456
KIMBERLY	7	\$ 234.234
FAMILIA	9	\$ 6.456.435
ALCON	4	\$ 234.234
PFIZER	1	\$ 364.554
MERCK SHARP DOHME	6	\$ 23.424.236
MERCK	7	\$ 2.342.355
NOVO NORDISK	4	\$ 234.675

\$ 194.880.356

Tabla 6. Primer paso Método ABC

La clasificación porcentual respecto al valor mismo del inventario es:

Clase A = 79,9% del total de las ventas

Clase B= 6,7% del total de las ventas

Clase C= 13,3% del total de las ventas

Determinar la participación porcentual, y esta se acumula. luego se ordena de mayor a menor porcentaje del valor total.

LABORATORIO	INVERSION	%ACUMULADO
GIMED	\$ 39.000.000	20,0%
GENFAR	\$ 25.000.000	32,8%
BAYER	\$ 12.004.041	39,0%
BIOFLUIDOS	\$ 1.597.044	39,8%
BEIERSDORF	\$ 3.467.413	41,6%
EDGEWELL	\$ 44.468.834	64,4%
TECNOQUIMICAS	\$ 678.000	64,8%
EUROETIKA	\$ 3.346.823	66,5%
LAFRANCOL	\$ 6.457.345	69,8%
TAKEDA	\$ 234.567	69,9%
TECNOFARMA	\$ 34.246	69,9%
INCOBRA	\$ 456.457	70,2%
GSK	\$ 5.345.345	72,9%
LA SANTE	\$ 7.658.456	76,8%
UNIPHARM	\$ 3.453.452	78,6%
SIEGFRIED	\$ 2.343.464	79,8%
PROCAPS	\$ 234.234	79,9%
NESTLE	\$ 5.466.456	82,7%
MEAD JOHNSON	\$ 343.456	82,9%
KIMBERLY	\$ 234.234	83,0%
FAMILIA	\$ 6.456.435	86,4%
ALCON	\$ 234.234	86,5%
PFIZER	\$ 364.554	86,7%
MERCK SHARP DOHME	\$ 23.424.236	98,7%
MERCK	\$ 2.342.355	99,9%
NOVO NORDISK	\$ 234.675	100,0%
	\$ 194.880.356	

Tabla 7. Tercer paso Método ABC

Luego para de acuerdo a la clasificación de los inventarios bajo el método ABC, quedará cada laboratorio asignado de la siguiente manera:

LABORATORIO	INVERSION	%ACUMULADO	ZONA	%
GIMED	\$ 39.000.000	20,0%	A	79,9%
GENFAR	\$ 25.000.000	32,8%	A	
BAYER	\$ 12.004.041	39,0%	A	
BIOFLUIDOS	\$ 1.597.044	39,8%	A	
BEIERSDORF	\$ 3.467.413	41,6%	A	
EDGEWELL	\$ 44.468.834	64,4%	A	
TECNOQUIMICAS	\$ 678.000	64,8%	A	
EUROETIKA	\$ 3.346.823	66,5%	A	
LAFRANCOL	\$ 6.457.345	69,8%	A	
TAKEDA	\$ 234.567	69,9%	A	
TECNOFARMA	\$ 34.246	69,9%	A	
INCOBRA	\$ 456.457	70,2%	A	
GSK	\$ 5.345.345	72,9%	A	
LA SANTE	\$ 7.658.456	76,8%	A	
UNIPHARM	\$ 3.453.452	78,6%	A	
SIEGFRIED	\$ 2.343.464	79,8%	A	
PROCAPS	\$ 234.234	79,9%	A	
NESTLE	\$ 5.466.456	82,7%	B	6,7%
MEAD JOHNSON	\$ 343.456	82,9%	B	
KIMBERLY	\$ 234.234	83,0%	B	
FAMILIA	\$ 6.456.435	86,4%	B	
ALCON	\$ 234.234	86,5%	B	
PFIZER	\$ 364.554	86,7%	B	
MERCK SHARP DOHME	\$ 23.424.236	98,7%	C	13,3%
MERCK	\$ 2.342.355	99,9%	C	
NOVO NORDISK	\$ 234.675	100,0%	C	

Tabla 8. Clasificación Método ABC

LABORATO	INVERSION	%ACUMULA	ZONA	%	PUNTO DE VENTA	LABORATORIOS
GIMED	\$ 39.000.000	20,0%	A	79,9%		LABORATORIOS
GENFAR	\$ 25.000.000	32,8%	A			Etiquetas de fil.
BAYER	\$ 12.004.041	39,0%	A			GIMED
BIOFLUIDOS	\$ 1.537.044	39,8%	A			GENFAR
BEIERSDORF	\$ 3.467.413	41,6%	A			BAYER
EDGEWELL	\$ 44.468.834	64,4%	A			BIOFLUIDOS
TECNOQUIMICA	\$ 678.000	64,8%	A			BEIERSDORF
EUROETIKA	\$ 3.346.823	66,5%	A			EDGEWELL
LAFRANCOL	\$ 6.457.345	69,8%	A			TECNOQUIMICAS
TAKEDA	\$ 234.567	69,9%	A			EUROETIKA
TECNOFARMA	\$ 34.246	69,9%	A			LAFRANCOL
INCOBRA	\$ 456.457	70,2%	A			TAKEDA
GSK	\$ 5.345.345	72,9%	A			TECNOFARMA
LA SANTE	\$ 7.658.456	76,8%	A			INCOBRA
UNIPHARM	\$ 3.453.452	78,6%	A			GSK
SIEGFRIED	\$ 2.343.464	79,9%	A			LA SANTE
PROCAPS	\$ 234.234	79,9%	A			UNIPHARM
NESTLE	\$ 5.466.456	82,7%	B	SIEGFRIED		
MEAD JOHNSON	\$ 343.456	82,9%	B	PROCAPS		
KIMBERLY	\$ 234.234	83,0%	B	NESTLE		
FAMILIA	\$ 6.456.435	86,4%	B	MEAD JOHNSON		
ALCON	\$ 234.234	86,5%	B	KIMBERLY		
PFIZER	\$ 364.554	86,7%	B	FAMILIA		
MERCK SHARP	\$ 23.424.236	96,7%	C	ALCON		
MERCK	\$ 2.342.355	99,9%	C	PFIZER		
NOVO NORDISK	\$ 234.675	100,0%	C	MERCK SHARP DOHME		
	\$ 194.880.356			MERCK		
				NOVO NORDISK		
				Total general		

Columna	Columna	LABORATOR	% LAB	% ACUMULA	%INVERSIO	%INV ACUMULA
A	0-80%	17	65%	65%	79,9%	79,9%
B	80%-95%	6	23%	88%	6,7%	86,7%
C	95%-100%	3	12%	100%	13,3%	100,0%
		26				



Ilustración 9. Metodo ABC Definitivo.

ZONA DE CLASIFICACION	% RELATIVO	LABORATORIOS	% LABS	% ACUMULADO	%INVERSION	%INV ACUMULADA
A	0-80%	17	65%	65%	79,9%	79,9%
B	80%-95%	6	23%	88%	6,7%	86,7%
C	95%-100%	3	12%	100%	13,3%	100,0%
		26				

Tabla 9. Zonas Clasificación Método ABC

**EVALUAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS
PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS EN LOS PUNTOS DE
VENTAS REGIONAL SANTANDER**

INTRODUCCIÓN

La Supervisión es la constante observación, identificación, análisis y registro de todas y cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro del departamento de auditoría. Incluye un proceso de recopilación de la información sobre cada uno de los aspectos de los proyectos diseñados para el logro de objetivos, asegurando los avances de todas las actividades realizadas por los integrantes del equipo de trabajo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el siguiente trabajo se da a conocer la problemática que se viene presentando con los supervisores y los puntos de ventas de las distintas zonas de Santander a la hora que se va a realizar un inventario o Kardex por parte de auditoría ya que no dan soluciones a tiempo con respecto a:

- Transferencias
- Remisiones
- Recambios
- Devoluciones
- Compras
- Reclamos a bodegas

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el cumplimiento de las políticas establecidas para el control de inventario para los puntos de ventas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Diseñar un formato de evaluación de cumplimiento de las políticas establecidas para el control de inventario

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

En Unidrogas S.A el departamento de auditoría externa es el encargado de realizar las visitas a las droguerías donde su principal función es hacer inventario o Kardex, el cual presenta dificultad a la hora de realizar dichos procesos porque no cumplen con las políticas establecidas por la empresa, por ende, se diseña un formato de evaluación de cumplimiento de las políticas establecidas para el control de inventarios.

POLÍTICAS DE CONTROL A SUPERVISORES Y PUNTOS DE VENTA

- Producto se solicita por transferencias por medio del correo y el supervisor y menos de 24 horas debe descargar la transferencia.
- Las compras que llegan deben ser enviadas al día siguiente por correo electrónico y físicamente al departamento de control interno.
- Los recambios pueden ser realizados del 1 al 25 de cada mes el día que realice la venta del producto
- Las devoluciones se deben realizar el mismo día que el cliente haga la devolución.
- El cargue de pedido debe ser al momento que llegue el pedido.
- Las reclamaciones de pedidos tienen 24 horas después de haber legado el pedido para reclamos.

FORMATO DE EVALUACION DE DESEMPEÑO

Objetivo	Evaluar el cumplimiento de las políticas establecidas para el control de inventarios		
Punto de venta:		Fecha:	
Evaluador:			
	Cumplen	No cumplen	Observaciones
Envía correos al momento de entregar la mercancía para transferencia.			
Remite las facturas y formato de compras a terceros.			
Descarga recambios al día (hasta el 25 de cada mes)			
Devoluciones al cliente al día.			
Realiza las devoluciones por vencimiento a bodega.			
Reportar inconsistencias recibidas en los pedidos.			
FIRMA DEL EVALUADOR:			

Tabla 10. Formato de Evaluación de Desempeño

CONCLUSIÓN

Teniendo en cuenta los formatos anteriores se logrará llevar un control de rendimiento de los supervisores y de los puntos de ventas, evaluando si han mejorado desde la última visita por parte de auditoria, y así llegar a crear estrategias donde sean beneficiarias a la hora de hacer cumplir los objetivos permitiendo un mejor control y brindando soluciones eficaces.

**PROPONER EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA UNA TOMA
FÍSICA DE INVENTARIOS EFICIENTE**

INTRODUCCION

La metodología que se llevara a cabo para realizar la propuesta de mejoramiento integral para el proceso de auditoría de puntos de venta de la empresa Unidrogas S.A. en la cual se tendrán en cuenta algunos aspectos importantes como el uso eficiente de las tecnologías para mejorar los equipos de trabajo que son utilizados en el proceso de inventarios, así mismo se busca optimizar el tiempo en los puntos de venta logrando agilizar el proceso de manera eficiente.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Proponer el uso de las nuevas tecnologías para la toma física de inventarios efectiva

OBJETIVO ESPECIFICO

- Mejorar los equipos de trabajo utilizados para el proceso de auditoria en los puntos de ventas
- Disminuir el tiempo el tiempo en los puntos de venta

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo al trabajo que se realiza en los puntos de venta de la empresa se encuentra una gran falencia con el sistema de inventario en especial con los equipos de trabajo (lectores de código de barras, portátil, software) que se utilizan para realizar el inventario, ya que en el momento de abrir el inventario cada usuario tiene que utilizar a Dos personas la que está digitando y la que va a escanear el producto demorando un tiempo de ocho horas en los puntos de ventas, lo cual hace que los Administradores y vendedores no puedan cumplir con la cuota establecida generando una perdida para la empresa debido a que no sólo es por los puntos de ventas sino también por el gasto que hace para cubrir los días del grupo de auditoría que se encuentra en las zonas de Santander, norte de Santander, César, Antioquia, Caldas, etc. Lo cual no permite agilizar el proceso de inventario. Actualmente las herramientas del trabajo que maneja el grupo de auditoria no son adecuadas debido a que los lectores requieren una conexión de cable USB y de algunas extensiones para poder llegar a todos los productos.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El presente trabajo pretende proponer un sistema que permite el proceso de inventario de forma ágil y segura, de manera que los productos que se vayan a pasar por el lector de código de barras sean escaneados rápido y de modo inalámbrico; esta información de los productos que se van a sincronizar con las personas de trabajo de auditoría son por medio de un software, obteniendo un mejor proceso.

Por tal motivo, a continuación se realiza una propuesta de mejoramiento de un sistema de lector masivo de artículos, que ayude a reducir el tiempo dentro del punto de venta a la hora de realizar el inventario debido a que ya no serán las dos personas en realizar dicho proceso si no las Diez personas de auditoría y las del punto de venta tendrán un dispositivo, obteniendo de esta manera un porcentaje de tiempo más para hacer cumplir la cuota asignada, y también los días disminuirán en las diferentes zonas.

Un lector de código de barras escáner es capaz de leer los códigos de barras por medio de un láser. Se trata de un dispositivo electrónico cuya función principal es escanear los códigos de cada producto y enviar los datos mediante una antena WiFi o cable a un ordenador o servidor.

A continuación, se va a explicar el funcionamiento de los dispositivos a utilizar.

LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO GHB



LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO GHB			
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	CARACTERÍSTICAS
<ul style="list-style-type: none"> Este escáner de código de barras es compatible con varios tipos de teclado Soporta edición, operaciones incluyen (inserción, extracción, filtración, convertir el caso). <ul style="list-style-type: none"> no es necesario instalar controladores o aplicaciones de forma manual. 	<ul style="list-style-type: none"> diseño ergonómico, el lector código de barras USB se agarra cómodo. es capaz de programar preámbulos, epílogos y cadenas de terminación, con indicadores de lectura como pitido y red para todas tus necesidades. USB superior, compatible con Novell automáticamente y otras piezas dominantes 	<ul style="list-style-type: none"> € 19,99 \$73203,75 	<ul style="list-style-type: none"> lee rápidamente y exactamente, reduciendo los errores y mejorando la eficiencia. más de 180 opciones configurables y ASCII extendido. soporta codabar, code 128, UPC, EAN, etc. ideal para transacciones al por menor y los procesos automatizados compatible con USB.

LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO TERA



One to one —one scanner to one receiver



LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO TERA			
PRODUCTO	DESCRIPCION	PRECIO	CARACTERISTICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Modo inalámbrico a 2.4Ghz • incluye USB receptor y una distancia de transmisión de hasta 20(Interior)/ 100(AI aire libre) metros y modo con cable USB • se puede usar el escáner en modo "manos libres". 	<ul style="list-style-type: none"> • Permite cargar directamente los códigos de barras o bien almacenarlos para descargarlos posteriormente. • La memoria interna soporta hasta 100.000 códigos diferentes. • Dispone de una CPU de 32 bits con unacapacidad de decodificación de hasta 300 escaneos por segundo • Un escáner se puede conectar a un receptor inalámbrico, pero también se pueden conectar varios escáneres a un mismo receptor. 	<p>34,99 €</p> <p>\$135,458,07</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con batería recargable integrada: 1300mAh. Duración de la batería: de 3 a 10 días (depende del uso). • Vida media: 12000 horas. • Dispone además de protección IP54 contra el polvo y salpicaduras.

LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO WELQUICK



LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO WELQUICK			
PRODUCTO	DESCRIPCION	PRECIO	CARACTERISTICAS
<ul style="list-style-type: none"> • 2.4g inalámbrica androide, Windows o Linux muchos tipos de dispositivos. • se puede conectar con su teléfono o tableta a través de un dongle USB para iniciar el modo inalámbrico o conectarse a un dispositivo a través del cable USB. 	<ul style="list-style-type: none"> • en escanear - código de barras desde la pantalla • no sólo lee la lectura de códigos de barras de papel, sino también desde el teléfono, ordenador portátil o la pantalla del pc. • una gran comodidad para el pago móvil en las tiendas, supermercados y sistema pos. 	<p>69,99 €</p> <p>\$256304,69</p>	<ul style="list-style-type: none"> • modo inalámbrico 4g: alrededor de 50 metros de lado y 100 metros al aire libre • 2000 mah batería recargable. y se tarda de 3 a 4 horas a carga completa del escáner. • tiene una distancia larga y estable comunicación bajo

PDA UNITECH EA600 DE 5"



PDA UNITECH EA600 DE 5"			
PRODUCTO	DESCRIPCION	PRECIO	CARACTERÍSTICAS
<ul style="list-style-type: none"> Unitech EA600 todo en uno, proporciona a sus trabajadores móviles la potencia necesaria, en aplicaciones de toma de datos críticas. Combina una excelente conectividad al mismo tiempo que una capacidad de lectura automática 	<ul style="list-style-type: none"> El EA600 integra lector 2D de alta precisión, al mismo tiempo que un lector HF/NFC RFID con escritura/lectura, GPS, así como una cámara de alta resolución de 8.0 MB. 	\$ 952,000	<ul style="list-style-type: none"> Procesador 1.2GHz Quad-Core, así como un sistema Operativo Androide 5.1, 2GB RAM, 16GB ROM and slot de expansión SD (hasta to 32GB de capacidad). Proporciona una batería de alta capacidad intercambiable de 4000mAh

CONCLUSIÓN

Para dar una mejor solución se consultaron cuatro tipos de lectores diferentes para mejorar el proceso dentro del inventario en el cual se va a trabajar con el “lector de código de barras PDA Unitech EA600 de 5” ya que cuenta con una capacidad de lectura automática, lo que le convierte en la solución ideal para una amplia variedad de aplicaciones y en la Toma física de inventario, debido a que es el más adecuado en los puntos de ventas para realizar dicho proceso de un modo fácil y rápido, con este nuevo modelo los trabajadores pueden acelerar su carga de trabajo. En este caso se conectarán a través de modo inalámbrico para mejorar la movilidad y el tiempo.

De acuerdo a los lectores inalámbricos también se tiene en cuenta para la mejora del proceso el lector de códigos de barras inalámbrico “TERA” ya que se puede elegir entre cargar directamente los códigos o guardarlos en su memoria interna y al finalizar el proceso pasarlos. Además, incluye un decodificador muy amplio para poder leer muchos tipos de códigos de una manera sencilla. Y como se puede conectar a la red, se pueden conectar varios dispositivos a un solo centro, lo que hace que sea una gran opción para la empresa.

**CODIFICAR EL ESPACIO PARA LA REALIZACION DE UNA TOMA FISICA
DE INVENTARIOS EFICIENTE EN LOS PUNTOS DE VENTA**

INTRODUCCIÓN

Según las falencias encontradas en el Departamento de Auditoría se plantearon propuestas para dar solución a esta problemática; la codificación de estantes hace referencia a la secuencia de códigos cuyo objetivo es mejorar el sistema de inventarios para los puntos de ventas de las droguerías, así mismo se tendrá en cuenta la búsqueda de productos de manera rápida y eficiente, de tal forma que en el software se logre visualizar cuantos estantes fueron escaneados y el nombre de la persona que los registro.

OBJETIVO GENERAL

Clasificar las estanterías de los puntos de ventas de la empresa Unidrogas para lograr de manera efectiva el proceso de toma física de inventarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar el sistema de inventarios para los puntos de ventas.
- Realizar la toma física de inventarios efectiva.
- Proponer el diseño de la columna Estante en el software MAIA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la empresa Unidrogas exactamente en el departamento de Auditoria maneja en su sistema de inventarios dos conteos, en el cual uno de ellos, el proceso que se realiza no se hace de la manera más óptima, en el primero se realiza el escaneo de todos los productos que se encuentren en físico dentro de la droguería, prosiguiendo así después al cierre de inventario donde luego se efectúa el segundo conteo donde el líder encargado del grupo da indicaciones para la búsqueda de los productos con inconsistencias, en el que se realiza la comparación de las existencias en el sistemas con el conteo físico para identificar diferencias de faltantes y sobrantes en las cantidades de cada producto. De esta manera el problema radica a la hora de buscar los productos en los estantes dado que estos no se encuentran identificados por algún código o nombre del laboratorio el cual impide que el proceso se realice de manera eficiente.

Por lo tanto, se codificaran las estanterías de las droguerías donde se encuentran ubicados los productos de tal manera que estos queden identificados con un código en donde la persona antes de pasar los productos deberá registrar primero el código, el cual es el que indicara los productos que se encuentren en esa relación y el que permitirá una búsqueda más efectiva y rápida de la comúnmente conocida debido a que este nos indicara en que estantería se encuentra el producto y el nombre de la persona que lo registro.

Unos de los sistemas más comunes para clasificar los medicamentos están:

Ordenamiento alfabético, según el nombre genérico o por categoría farmacéutica o farmacológica.

Uno de los sistemas más comunes empleados en las droguerías Alemanas, Inglesas, MedicateL y Coofarma, es la clasificación por forma farmacéutica en donde los medicamentos se presentan en diferentes formas: comprimidos, suspensión e inyectables y de uso externos pueden ser ungüentos y cremas.

A partir de la problemática encontrada se plantea la siguiente propuesta:

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Para desarrollar la propuesta cada estantería incluyendo las vitrinas, neveras de refrigerados, nevera de los helados, nevera de bebidas y las palomeras o zonas aéreas, tendrán asociada una codificación numérica, donde se le asignara un código de secuencia simple a cada una de las estanterías, el cual iniciara desde 1 y así consecutivamente con los demás estantes (1.....n), este ira ubicado en la parte de arriba del estante o neveras, en donde se logre visualizar, llevando así un orden acorde a las demás numeraciones de las estanterías; en donde se le asigne a dos personas, la que estará escaneando el producto y el digitador, las funciones de realizar los estantes (vitrinas, neveras, zonas aéreas) con códigos o numeración 1,2,5,7 los cuales podrían corresponder a:

1 Estante, 2 Nevera de bebidas, 5 Nevera de helados, 7 Estante

Este modelo se puede aplicar de esta manera dando códigos aleatorios o salteados sin afectar el orden del inventario ya que al final se tendrá el mismo resultado sin importar el orden del código por el que empieza ya que cada grupo se le asignará el número o código del estante correspondiente y el cual deberá realizar.

El número de códigos dependerá del tamaño o la cantidad de estantes que contenga la droguería dado a esto están clasificadas en tres tipos:

TIPO A: Pertenecen todas las Droguerías grandes y que tienen mayores ventas.

TIPO B: Corresponden las Droguerías grandes o medianas con ventas altas.

TIPO C: Son todas aquellas droguerías más pequeñas con unas ventas más bajas.

Lo primero que debe realizar la persona a cargo del computador o el digitador es hacer el registro de su código para así saber quién es el encargado del estante que se va a escanear, así mismo deberá registrar el o los códigos de los estantes que vaya a llevar a cabo para saber cuál es el estante que es escaneado y quien es la persona responsable.

De igual manera las zonas aéreas o llamadas palomeras llevaran el código correspondiente al estante donde se encuentren.

Zonas aéreas o palomeras de la droguería	
1	2

1 indica el número o código del estante, y corresponderá al código de la zona aérea.

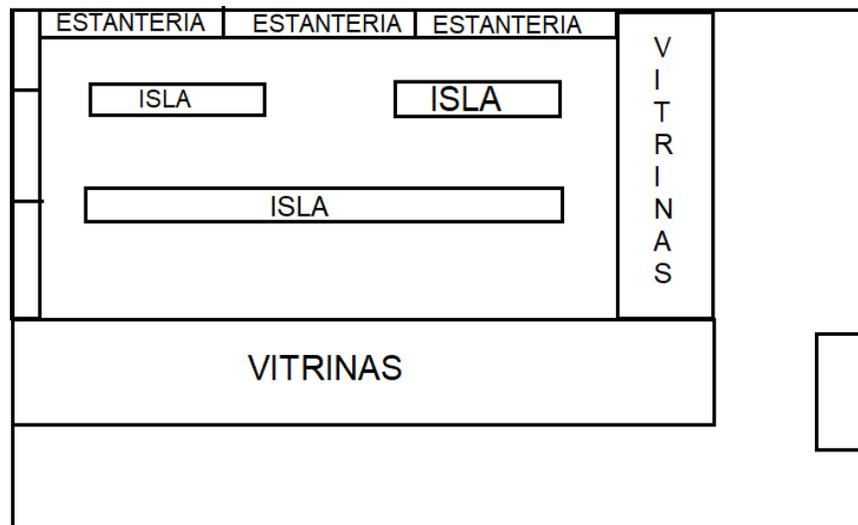


Ilustración 10. Plano General Punto de Venta

Así mismo se tendrá en cuenta una relación en el software MAIA POS para que esta codificación quede registrada en una columna la cual llevara el nombre de ESTANTE, en donde nos indicara el número de Estante que se registró ya sea el 1,2,3, 5...n y/o el nombre de la persona quien paso el estante que corresponde a esos códigos. Así mismo se tendrá la opción adicional de saber en qué estantes y quienes contaron el mismo producto en diferentes lugares de la droguería.

CODIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	ESTANTE
7707882672	Shampoo H & S	5	0	(1,2,5) Mariana L

Ilustración 11. Visualización Propuesta MAIA POS

Esta imagen hace referencia a la columna ESTANTE donde se evidencia el estante que se realizo y el nombre de la persona.

CODIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	ESTANTE
7707882672	Shampoo H & S	5	0	(1,4,6) Mariana L, Juan Perez

Ilustración 12. Visualización Propuesta MAIA POS

En esta imagen se referencia la columna ESTANTE la cual indica los estantes en los que se contaron los mismos productos en diferentes puntos de la drogueria y el nombre de la persona que los realiza.

De acuerdo a esta nueva técnica se encuentran las siguientes ventajas.

VENTAJAS

- Búsqueda de los productos de forma rápida y eficaz
- Reducción de líneas de errores con la modificación del producto
- El código indicara donde está el producto y el nombre de la persona que lo escaneó

CONCLUSIÓN

Este nuevo método le ayudara a la empresa tener una mayor agilidad y rapidez a la hora de realizar la búsqueda de los productos. El uso de este tipo de sistema permite mejorar y volver más eficiente el proceso que normalmente se realiza; disminuyendo el tiempo empleado en la búsqueda de los productos, mejorando así el sistema de inventario en los puntos de venta.

**PROPONER UN MODELO DE GESTION DE TRANSFERENCIAS ENTRE
PUNTOS DE VENTA**

INTRODUCCIÓN

Proponer un módulo de inventarios que ofrece a las empresas, planificación, orientación, control y evaluación, para de este modo poder obtener sus productos de forma eficiente y eficaz que permitirá mantener el nivel de calidad en el servicio ofrecido.

La gestión eficiente de inventarios encaminará al éxito a la empresa ayudando así a reducir costos y la optimización de los tiempos individuales de respuesta evitando contratiempos que afecten a la organización y al cliente.

De modo tal que un correcto sistema de gestión de inventarios entre puntos de venta efectivo ayudará a solidificar sus resultados y no permitir sesgo alguno en toda la cadena de distribución.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Unidrogas actualmente cuenta con más de 600 puntos de venta a nivel nacional, desde los puntos se presenta la problemática de transferencias de productos entre puntos de venta, de modo que para realizar una transferencia se debe generar un correo electrónico solicitando al supervisor de zona el cargue y descargue del mismo, dependiendo únicamente de la eficiencia del mismo para realizar esta labor que permita dar continuidad de forma ágil al proceso de venta y distribución de los productos a sus clientes.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer un módulo de transferencias entre los puntos de venta de la empresa Unidrogas S.A

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Seleccionar el módulo de inventarios que se adapte a la necesidad actual de los puntos de venta
- Desarrollar el módulo de transferencias propuesto para los puntos de venta de la empresa Unidrogas S.A.

MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS

GESTIÓN DE INVENTARIOS

La Gestión de Inventarios se puede entender como todo lo relativo, al control y manejo de las existencias de determinados bienes, en la cual se pueden aplicar métodos y estrategias que llegan a hacer productiva la tenencia de estos bienes y a su vez permite evaluar los procedimientos de entradas y salidas.

En la gestión de inventarios se encuentran involucradas tres actividades básicas:

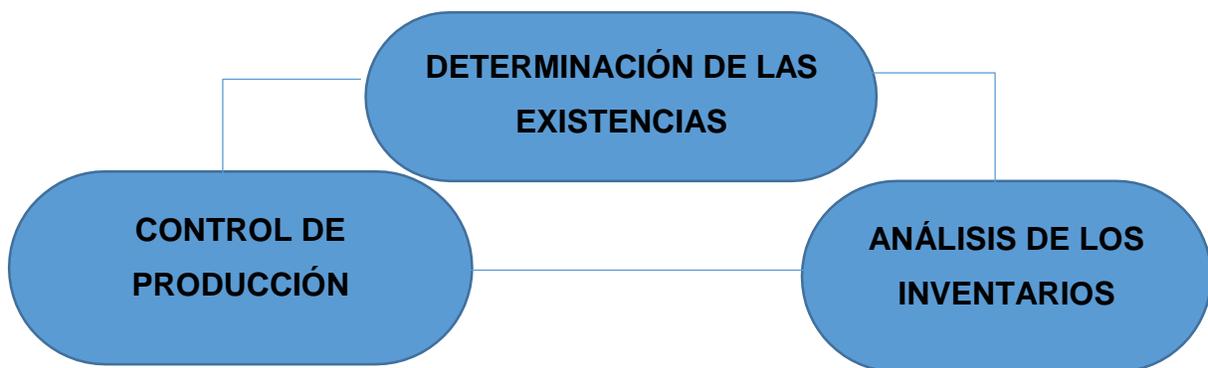


Ilustración 13. Estructura Gestion de Inventarios

1. DETERMINACIÓN DE LAS EXISTENCIAS

La cual nos refiere a los procesos necesarios que nos permiten consolidar la información referente a las existencias físicas de los productos a controlar cuyos procesos son:

- Toma física de inventarios
- Auditoria de existencias
- Evaluación a los procedimientos de recepción y ventas (entradas y salidas)
- Conteos cíclicos

2. ANÁLISIS DE LOS INVENTARIOS

Indica todos los análisis estadísticos que se realizan para establecer si las existencias que fueron previamente determinadas son las que deberíamos tener en nuestro almacenamiento es decir “nada sobra, nada falta” pensando en la rentabilidad que pueden dejar las existencias.

3. CONTROL DE PRODUCCIÓN

Es la evaluación de todos los procesos realizados en el proceso a controlar, es decir donde hay transformación de materia prima en productos terminados para su comercialización.

4. FUNCIÓN DE LOS INVENTARIOS

Los inventarios son vitales para la salud de la empresa, por lo tanto, su función es vital ya que:

- Ayuda a la independencia de la relación operación – continuidad de las variaciones de demanda.
- Determina condiciones económicas de aprovisionamiento.
- Determina las óptimas secuencias de operaciones.
- Hace uso óptimo de la capacidad productiva.

5. IMPORTANCIA DEL INVENTARIO

El manejo de inventarios ha llegado a la cumbre de los problemas de la administración de empresas debido a que es un componente fundamental de la productividad. Si se mantienen inventarios demasiado altos, el costo podría llevar a una empresa a tener problemas de liquidez financiera, esto ocurre porque un inventario "parado" inmoviliza recursos que podrían ser mejor utilizados en funciones más productivas de la organización. Además, el inventario "parado" tiende a tornarse obsoleto, a quedar fuera de uso y corre el riesgo de dañarse. Por otro lado, si se mantiene un nivel insuficiente de inventario, podría no atenderse a los clientes de forma satisfactoria, lo cual genera reducción de ganancias y pérdida de mercado, al no afirmar la confiabilidad de los clientes en la capacidad de reacción de la empresa, ante las fluctuaciones del mercado.

Es vital para toda empresa, industria y comercio llevar inventarios sanos, ya que esto garantizará una mayor confiabilidad en el proceso diarios de movimiento de sus productos dentro de los almacenes.

MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS

CONTROL DE INVENTARIOS JUSTO A TIEMPO

Las empresas utilizan un sistema de fabricación y de gestión de inventario Just-in-Time para mejorar la eficiencia de la empresa y reducir los costos. El sistema obliga a los fabricantes a comprar sólo cuando las órdenes de los clientes crean una demanda. Las empresas deben desarrollar una relación con los proveedores para asegurar que las partes lleguen a la instalación a tiempo para la fabricación de productos según la solicitud del cliente. Las empresas sólo producen inventario cuando hay un pedido de un cliente en su lugar. El sistema no permite que el negocio produzca o almacene el exceso de inventario. Los sistemas Just-in-Time funcionan en organizaciones grandes y pequeñas y en aquellas que producen productos o servicios. Con los ajustes, los principios de la gestión de inventarios y de fabricación Just-in-Time pueden funcionar en cualquier empresa.

El sistema Justo a Tiempo tiene cuatro objetivos esenciales que son:

- Atacar los problemas fundamentales que se originan por el mal control, manejo y distribución de mercancías; así como las barreras para la flexibilidad y cambio de un ambiente de calidad.
- Eliminar los costos que se originan por el manejo, mantenimiento y todo que no agrega valor al producto o servicio que se originan dentro de las operaciones de la empresa.
- Buscar la simplicidad de los procesos y productos,
- Diseñar sistemas para identificar problemas, así como las técnicas y procedimientos que nos lleven a implantar sistemas que están encaminados al control total de la calidad.

PROCESAMIENTO DE ORDENES

Es la actividad que dispara el proceso de distribución y dirección las acciones a ser tomadas para satisfacer la demanda.

CONTROL DE INVENTARIOS

El control de inventarios se liga a la actividad crítica dentro la filosofía del Justo a Tiempo ya que requiere mantener balanceado el nivel de inventario de forma tal que permita satisfacer la demanda al menor costo posible.

MODULO DE TRANSFERENCIAS PARA LOS PUNTOS DE VENTA DE LA EMPRESA UNIDROGAS S.A

El traslado de productos entre puntos de venta, permite administrar las actividades mismas del inventario para el control proporcionado más certidumbre del inventario que posee el punto de venta.

Antes de proceder a crear una transferencia entre puntos de venta es necesario asegurar que se cuenta con stock de productos a solicitar en el punto de venta de origen.

1) Para registrar el traslado de productos a través del módulo MAIA POS Se debe generar un formulario de registro que permita configurar:

- A. Punto de Venta de Origen del Producto
- B. Punto de Venta de Destino del Producto
- C. Fecha de la transferencia
- D. Detalles de Productos.

MODULO 1. REGISTRO DE TRANSFERENCIA		
TRANSFERENCIA ENTRE PUNTOS DE VENTA		
CONFIGURAR PUNTOS DE VENTA		FECHA
SELECCIONE PUNTO DE VENTA ORIGEN		CODIGO VENDEDOR
ALE0012		
SELECCIONE PUNTO DE VENTA DESTINO		
ALE0006		
DETALLE DE PRODUCTOS		
CODIGO	DETALLE PRODUCTO	UNIDADES A TRANSFERIR
GENERAR SOLICITUD DE TRANSFERENCIA		SOLICITUD No. 123456789
Comentario:		

Ilustración 14. Modulo de Transferencia MAIA

- 2) Registro de productos para el traslado del mismo
 - A. Se seleccionan los productos a solicitar en modalidad de transferencia
- 3) Se crea la transferencia después de haber diligenciado la información necesaria para la generación de la misma.
 - A. Como resultado de este paso, se obtiene un consecutivo de solicitud de transferencia
- 4) Se le informa al punto de venta origen que la transferencia ya ha sido creada de acuerdo al consecutivo generado automáticamente por el sistema.
- 5) El punto de venta origen ingresa el consecutivo de solicitud y procede a finalizar el proceso de transferencia con la entrega del producto que ahora pertenece al punto de venta destino.
 - A. El Punto de Venta de Origen encargado de finalizar el proceso no podrá realizar modificaciones a la solicitud de transferencia.
 - B. Dado que se cuenta que la condición que un número de solicitud corresponde a una transferencia determinada y no se puede modificar, solo en caso que el Punto de Venta Destino la anule y genere una nueva con nueva información.

MODULO 2. TRANSFERENCIA ORIGEN-DESTINO		
TRANSFERENCIA ENTRE PUNTOS DE VENTA		
CONFIGURAR PUNTOS DE VENTA		FECHA
SELECCIONE PUNTO DE VENTA ORIGEN	ALE0012	
		CODIGO VENDEDOR
SELECCIONE PUNTO DE VENTA DESTINO	ALE0006	
DETALLE DE PRODUCTOS		
CODIGO	DETALLE PRODUCTO	UNIDADES A TRANSFERIR
77098009202	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1
77043235235	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1
GENERAR TRANSFERENCIA	TRANSFERENCIA No.	SOLICITUD No.
		123456789
Comentario:		

Ilustración 15. Modulo de Transferencia MAIA

- 6) De este modo con la generación de solicitud y con el comprobante de entrega queda la evidencia documental y digital del proceso de transferencia de quien entrega y quien recibe.

CONCLUSIONES

La empresa Unidrogas S.A es una empresa que se ha mantenido a lo largo de los años gracias a su adaptación al cambio constante que generan los mercados, lo que la ha conllevado a realizar grandes transformaciones que finalmente contribuyen a su gran éxito empresarial del que disfruta actualmente posicionándola como una de las empresas más grandes de Santander y de Colombia.

En este trabajo y práctica profesional se pudo colocar en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y adquiridos por cuenta propia llegando a si a contrastarlo con el campo de acción real dentro de una empresa, caso particular realizar nuestras prácticas profesionales en Unidrogas S.A.

Se plantea un plan de mejoramiento integral al proceso de auditoría a los puntos de venta con el fin de llevar a cabo dicho proceso de manera eficiente en base a lo vivido en el campo de acción o desarrollo de las funciones asignadas, propuestas que al final buscan el beneficio tanto para la empresa como para sus trabajadores lo que permitirá ahorrar esfuerzos y realizar las cosas de manera más eficiente contribuyendo a la competitividad misma de la empresa.

Realizar las prácticas profesionales en Unidrogas S.A bajo la representación de la Universidad de Pamplona, es una gran oportunidad para el mercado laboral donde el esfuerzo y dedicación dejadas en estas, contribuyen a seguir forjando el buen nombre de la Universidad de Pamplona en el mercado mismo llegando así a abrir las puertas en lugares que nunca nos podríamos llegar a imaginar.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a la propuesta de mejoramiento integral se recomienda realizar una clasificación de inventarios de acuerdo a los métodos ya establecidos lo que finalmente contribuirá a llevar un control total sobre todo el inventario disponible en su Deposito como en cada uno de sus puntos de venta.

Así mismo realizar el seguimiento al cumplimiento de las políticas establecidas para los supervisores y puntos de ventas para así poder emitir conceptos reales del cómo se están realizando los procesos y si estos se hacen de acuerdo a los lineamientos de la empresa, agregando como propuesta medir el clima organizacional que se da en cada uno de los puntos de venta y su relación interpersonal con cada uno de los supervisores de modo tal que se pueda evidenciar una armonía al momento del cumplimiento de cada una de sus funciones.

Colocar en práctica el uso de las nuevas tecnologías para la toma física de inventarios donde en base a lo vivido en el desarrollo de las prácticas y en socialización con cada uno de los vendedores de puntos de venta y líder de auditoria se llega al consenso que cerrar un punto de venta para realizar un inventario físico lo que trae consigo directamente es pérdidas para la empresa, rescatando así la implementación de las nuevas tecnologías para llegar a un punto donde ningún punto de venta tenga que ser cerrado para realizar dichos inventarios.

ALCANCES DE LA PRACTICA

La experiencia adquirida durante el proceso de estas prácticas profesionales en Unidrogas S.A ha sido y será de manera significativa un aporte a nuestras vidas profesionales y personales, cuya empresa siempre basada en el logro de sus metas para mantener su éxito empresarial aportó al desarrollo de diferentes habilidades, todo esto logrado de la mano a nuestro líder el cual por sus capacidades y aptitudes contribuyeron a llevar a cabo de manera satisfactoria nuestras prácticas.

En el desarrollo de nuestras prácticas profesionales se aprendió lo valioso que es trabajar en equipo y la importancia del trabajo bajo presión, la adaptación al cambio que tanto se recalca en nuestra formación profesional y lograr salir de la zona de confort.

Siempre estar a disposición de los nuevos retos que nos depara ahora el campo laboral y la realidad después de nuestra formación misma, el mercado laboral y sus constantes cambios nos demostraron que no siempre se labora en lo que uno se formó específicamente dejando como lección el estar en búsqueda del conocimiento general en todas las áreas posibles para así llegar a encajar en cualquier organización donde se presenten las oportunidades.

Concluyendo así que nosotros como nuevos Administradores de Empresas, debemos ser receptivos al entorno para así poder permanecer en el mismo y no decaer.

En el desarrollo de nuestra práctica profesional deja una gran huella, donde se dio todo de nosotros para el logro de la misma y resaltar el nombre de la Universidad de Pamplona, teniendo en cuenta que somos personas que muchas veces cometemos equivocaciones, pero en base a la experiencia caemos en cuenta que el realizar un mejoramiento continuo sobre nosotros mismos es de gran relevancia lo cual nos permitirá ofrecer resultados de calidad en el área o labor que nos desempeñemos en el futuro teniendo en cuenta que cada día trae consigo una nueva enseñanza.

BIBLIOGRAFIA

Olivos Aarón S, Penagos Vargas J. Modelo de Gestión de Inventarios: Conteo Cíclico por Análisis ABC. ingeniare tomado de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/ingeniare/article/view/617>.

Sistema de control de inventario aplicando los métodos ABC, Just In Time y Poka Yoke en una empresa de confecciones, Guizado Díaz, Andrés de Felipe Hermoza Salas, Ángel, tomado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11818/728>

Auditoria de Inventarios, <https://www.bind.com.mx/Glosario/Definicion/3-auditoria-de-inventarios>.

Codificación de esanteriasen un almacen, <https://www.dimensia.es/blog/tipos-de-codificacion-usadas-en-almacen>

ANEXOS