

Sistema de Distribución Interna de la Empresa C.I Compras Américas S.A.S

Gaspar Correa Jiménez
(Practicante de Negocios Internacionales)

Gisela Rodríguez
(Tutora)

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Negocios Internacionales
Universidad Del Magdalena

Santa Marta D.T.C.H

2019

Tabla de contenido

Introducción	3
Filosofía Institucional	4
Información del Trabajo Realizado	4
Descripción del Área de Trabajo	5
Descripción de las Actividades Asignadas	5
Autoevaluación	9
Conclusiones	9
Recomendaciones Generales	10
Propuesta	10
Nombre de Propuesta	11
Diagnostico.....	11
Planteamiento o Identificación del Problema.....	12
Justificación	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos.....	14
Referentes Teóricos	14
Plan de Acción	17
Resultados Obtenidos	20
Conclusión	21
Bibliografía	22

1) INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se pretende dar a conocer el proyecto planteado durante el periodo de prácticas profesionales como estudiante de Negocios Internacionales, comprendido entre mediados del año 2018 y comienzos del año 2019. Dichas prácticas se desarrollaron en el área de compra y venta dentro de la empresa CI Compras Américas S.A.S. Esta empresa es una filial de Hirsholmen (HHK) con sede principal en Dinamarca y es una comercializadora de productos en el exterior adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas. Por otra parte, esta organización también es exportadora de banano hacia distintos países de Europa.

Dentro de este marco, la experiencia ayudó a afianzar el enfoque del comercio exterior y la logística de la carrera estudiada, además se logró conocer cómo son las dinámicas laborales con los procesos internos de la compañía lo que permite adquirir las destrezas necesarias para una formación integral como profesional en Negocios Internacionales. Adicionalmente, en el transcurrir de las prácticas profesionales se desarrolló este informe y trabajo de grado el cual consistió en desarrollar un sistema de distribución interno óptimo para el control de los productos que distribuye la compañía. También, se detallan las actividades que fueron asignadas al cargo del practicante de asistencia de gerencia del área de compra y venta de dicha compañía.

2.2) FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

MISIÓN

Somos una empresa que brinda servicios de transferencia de Know How, enfocados en la búsqueda continua de precios competitivos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en el mercado mundial.

Producimos y comercializamos Productos Colombianos en el exterior a través de la optimización de recursos; apoyados en una cultura empresarial, que se orienta en el mejoramiento continuo y el trabajo en equipo; con un personal altamente calificado y comprometido, buscando la sostenibilidad socio-ambiental para nuestros productos, la comunidad local y los trabajadores que son nuestro capital más valioso.

VISIÓN

Seremos para el año 2020 una empresa líder en el ámbito de exportación de bienes y servicios logrando posesionamos en el mundo; con un dinamismo profesional en los sectores alimenticios dedicados a crecer éticamente y cumplir nuestros objetivos de forma responsable; conservando el medio ambiente y proporcionando mejor calidad de vida a las personas que colaboran en el proceso.

2) INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

El trabajo realizado durante el periodo de prácticas profesionales estuvo encaminado a fortalecer el conocimiento adquirido durante los semestres académicos en la Universidad del Magdalena y de la misma forma contribuir al desarrollo de la empresa para la cual se estuvo trabajando. Además, se tuvo la oportunidad de realizar funciones de varios de los empleados de la empresa con la intención de entender y aprender las labores cotidianas.

3.1.) DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO.

El área de trabajo estuvo compuesta por personas muy profesionales en sus áreas tales como:

- Ingeniera de calidad.
- Profesional en comercio exterior.
- Asistente en procedimientos de comercio internacional.
- Administrador de cuentas y logística.

Por otra parte, la dependencia dentro de la cual se estuvo involucrado fue la de compras y ventas de dicha compañía. Allí se tratan asuntos como: fijar precios internacionales de compra y venta de productos, seguimiento y control de exportaciones, manejo de cuentas internas que hacen parte de los movimientos financieros de la empresa, recibir pedidos y facturación para proceder con el envío de cajas a sus respectivos clientes.

A lo largo de todo este tiempo de prácticas profesionales, cada uno de ellos mostró interés en explicar al practicante de Negocios Internacionales e informar sus distintas funciones dentro de la compañía para así lograr entender todo el proceso de funcionamiento empresarial desde lo más simple hacia lo más complejo. Estos procesos tienden a ser algo difícil para la persona que no ha estado involucrado/a en tales asuntos, pero al estar determinado tiempo adquiriendo conocimientos prácticos, se logra la destreza para desarrollar las distintas actividades que involucran el correcto desarrollo de la empresa.

3.2) DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

Dentro de las actividades asignadas durante el periodo de prácticas cabe anotar las siguientes:

Estas funciones fueron asignadas por el jefe inmediato.

1. **Uso y manejo de la herramienta empresarial de comercio exterior llamada Sicex:** en la cual se investiga sobre los distintos productos que importan y/o exportan las empresas, además, en esta plataforma se

tiene acceso a información como: proveedores, posición arancelaria, país de origen, continente de origen, transportador, aduana, a través e que banco se realiza la transacción comercial, deposito aduanero, agente aduanero, ciudad de ingreso, país de procedencia, entre otros aspectos importantes. Todos estos datos son filtrados en el mes y año que se desee.

Luego de obtener todos estos datos actualizados se procedió a crear un cuadro en Excel con el fin de clasificar por posición arancelaria y por nombre del producto consultado. El objetivo principal de lograr acceder a esta información lo más rápido posible para tener una visión acerca de los competidores potenciales.

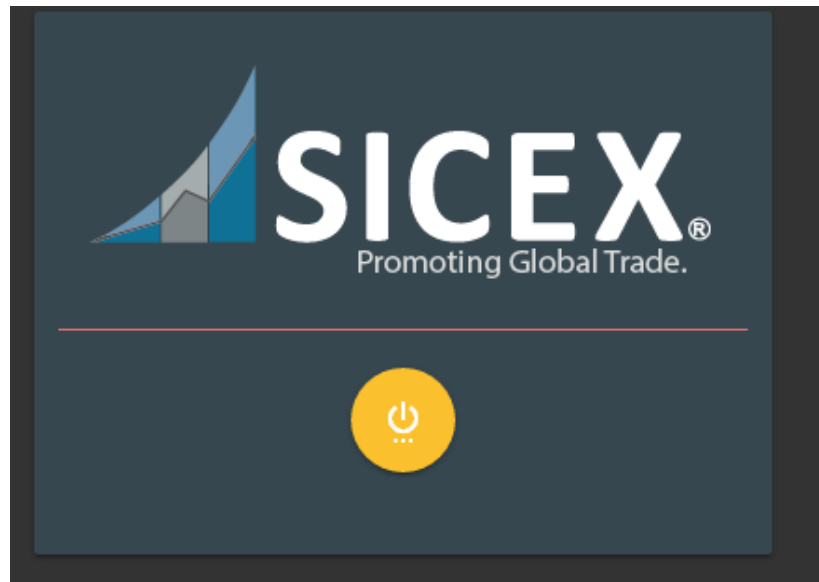


Gráfico 1: plataforma Sicex

- 2. Verificación y control de facturas de los distintos clientes nacionales:** Una vez recibida la orden de compra con su respectiva factura se continúa a plasmar los datos (en un cuadro en Excel) de contacto, nombre de quien recibirá la mercancía, dirección de envío, numero de factura, numero de orden de compra, cantidad de cajas y número de unidades en cada caja.

Una vez terminado este proceso, se envía una copia a la persona encargada en bodega con el objetivo de constatar con su base de datos que la información esta correcta, luego ellos proceden a realizar el envío de la mercancía a su respectivo cliente teniendo en cuenta la cantidad de cajas solicitada por determinado comprador.

3. Manejo de la plataforma Marketplace de Rainforest Alliance

¿Qué significa ser Rainforest Alliance?

Al igual que nuestro logotipo organizacional, el sello Rainforest Alliance Certified™ muestra una rana por una muy buena razón. Las ranas son especies indicadoras, lo que significa que son un símbolo de la salud ambiental, y se encuentran en todos los continentes excepto en la Antártida. Nuestro sello de certificación con la rana verde indica que una empresa agrícola, forestal o turística ha sido auditada para cumplir con los estándares que requieren sostenibilidad ambiental, social y económica. Miles de productos que llevan el sello de certificado Rainforest Alliance se encuentran en estantes, anuncios y sitios web alrededor del mundo. (Rainforest Alliance, s.f.)

Por su parte, dado que la empresa posee fincas de banano, requiere para la comercialización de este producto en el exterior, contar con una certificación agrícola internacional y que sea reconocida. Es por ello, que durante años se ha venido trabajando en seguir y aprobar los protocolos establecidos con la finalidad de ser parte de una o varias certificaciones.

Asimismo, y en conjunto con la ingeniera de calidad de la empresa C.I Compras Américas S.A.S, se logró tener acceso a la plataforma Marketplace 2.0, dentro de la cual se me asignó realizar el registro de las ventas de banano. Para tal fin, se debe tener previamente

información detallada de las exportaciones realizadas y luego constatar esta información en la página web. Se resaltan algunos puntos como lo son:

- Cantidad de cajas, peso y medidas
- Tipo de contenedor
- Numeración BL
- Patch
- País de destino
- Nombre del comprador

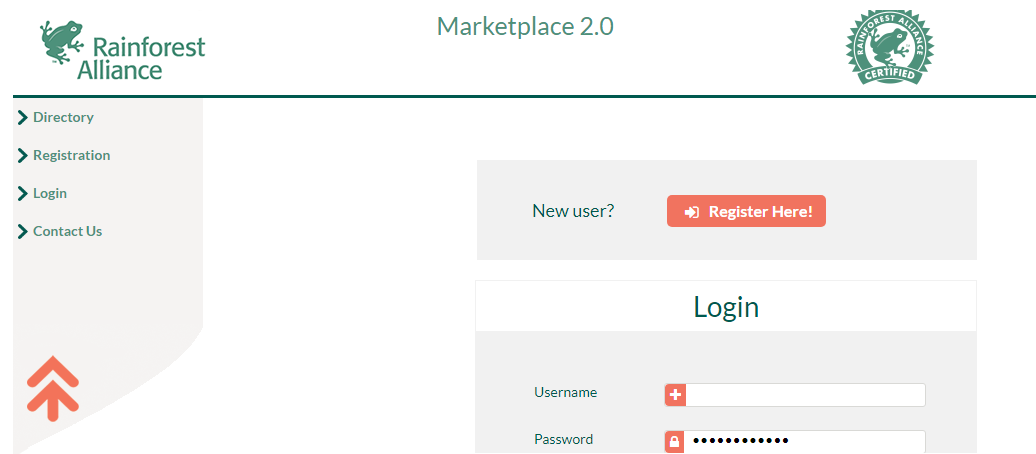


Gráfico 3: Marketplace 2.0

4. Investigación de mercados en la búsqueda de nuevos socios comerciales: En esta función se propuso investigar los países en los cuales la empresa C.I Compras Américas S.A.S aún no está presente, luego de esto y utilizando una herramienta denominada Trade map, se procedía a obtener datos de contacto de aquellas empresas en estos países que estuviera desarrollando funciones afines a C.I Compras Américas S.A.S, para así, enviarles precios de productos y poder realizar alianzas comerciales.

Trade Map proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.

Importaciones Exportaciones

Servicio Producto

Single Grupo

✕ i [Búsqueda avanzada](#)

País Region

✕ i

Indicadores
 Series Anuales
 Series Trimestrales
 Series Mensuales
 Empresas

Gráfico 3: Trade map: utilizada para realizar investigación de mercados

3) AUTOEVALUACIÓN

Desde el inicio de todo el proceso de prácticas profesionales, se evidenció el aprendizaje de toda la carrera en ciertos aspectos fundamentales como lo es: manejo de los INCOTERMS, conocimiento de los documentos necesarios a la hora de importar y/o exportar. Sin embargo, esto no fue suficiente dado que se abarcan un gran número de conceptos y tareas a la hora de ejecutar funciones dentro de la empresa.

Partiendo de los supuestos anteriores, se evidenció la ausencia de saberes, que no fueron motivos para decaer, sino por el contrario, ayudaron a identificar los puntos donde existían debilidades de conocimiento para luego tomar medidas encaminadas a aprender y afianzar determinados procesos que enriquecen la formación integral como profesional.

4) CONCLUSIONES.

A manera de conclusión, cabe resaltar que la experiencia como practicante de negocios internacionales en la empresa C.I Compras Américas S.A.S fue

bastante satisfactoria. Esto se debe, primero a la calidad humana de cada una de las personas que conforman esta compañía lo que ayudó a relacionarse de una forma más fácil a los procesos internos, segundo y no menos importante, la razón social de la empresa esta enlazada en muchas áreas a lo estudiado en la carrera lo que posibilita, un aprendizaje mucho más óptimo.

5) RECOMENDACIONES GENERALES

En el periodo que el estudiante de negocios internacionales estuvo trabajando como practicante, observó que dentro de la empresa existe una armonía y buen trato entre los distintos trabajadores. A pesar de la presión laboral que existe por el hecho de ejercer determinadas funciones complicadas, no se vive un ambiente difícil ni incomodo, por tanto, no existe recomendaciones hacia esta compañía.

6) PROPUESTA

Una vez entendidos los procesos de la empresa y de observar las falencias que generan problemas o conflictos, resulta clara la necesidad de buscar una solución para eliminar la causa que lo genera. De esta forma se lograría mejorar la forma en que se vienen realizando las actividades dentro de la empresa y actuar eficazmente ante un eventual conflicto que afecte la productividad de la compañía.

Teniendo en cuenta esto, se observó una falta de comunicación en la cadena de abastecimiento lo que repercute en errores que afecta la solución rápida de inconvenientes a la hora de entregar un producto. Tanto la empresa como los encargados en las bodegas de reparto deben ser conscientes de la importancia de estar en contacto para tratar cualquier asunto que comprometa el normal desarrollo y funcionamiento de la misma.

Es por esto que se propone implementar ciertos cambios que no solo mejorarían el actual inconveniente, sino que, crearía un entorno más comunicativo entre las partes que conforman la cadena de abastecimiento empresarial con el fin de optimizar recursos, cortar tiempos, tomar decisiones para corregir errores, incrementar la credibilidad y confianza con los clientes potenciales y aumentar las ganancias netas.

7.1) NOMBRE DE LA PROPUESTA.

Sistema de distribución interna de la empresa C.I Compras Américas S.A.S

7.1) DIAGNÓSTICO.

La empresa C.I Compras Américas S.A.S posee una experiencia en el mercado por más de 10 años lo que la convierte en una compañía que conoce y pone en práctica las dinámicas empresariales que van direccionadas a satisfacer la necesidad del mercado. No obstante, la empresa ha estado incursionando en nuevos mercados extranjeros con la finalidad de ampliar su portafolio tanto de clientes como de nuevos productos para fortalecer su posición y su marca.

Bajo esta óptica, la empresa C.I Compras Américas S.A.S maneja productos alimenticios de consumo masivo los cuales son adquiridos por grandes marcas como: Olímpica, Makro, Éxito. La mayor parte de estos productos son de origen extranjero para luego ser distribuidos al mercado interno lo que ayuda al desarrollo de la economía nacional.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, nace la necesidad de controlar sus productos y poder rastrearlos a lo largo de toda la cadena de distribución del mismo. Esto es debido a que se distingue claramente, una gran potencia en su fuerza de ventas y en su carácter innovador y de buena calidad, lo que amerita ser estudiada a fondo con el objetivo de proponer ajustes en los puntos clave que generan debilidad para la empresa.

En consecuencia, por medio del método de observación, se logró este diagnóstico para plantear estrategias enfocadas hacia sostenibilidad y el fortalecimiento de sus ventajas y en su propuesta de valor las cuales están claramente plasmadas en su Visión. Como resultado se tiene la iniciativa de implementar un plan de mejoramiento en la logística interna, que no solo muestre aspectos favorables, sino que, ayude a llevar a la empresa a un plano mucho más competitivo y globalizado. Todo esto se hace teniendo en cuenta que la empresa no cuenta actualmente con dicho plan.

7.1) **PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Partiendo de los supuestos anteriores, se demuestra que existe una falta de comunicación acertada entre las partes que conforman la cadena de distribución de mercancía de la empresa lo que repercute en pérdidas financieras, disminución de la credibilidad, retrasos en el tiempo de entrega de determinado pedido. A continuación, se explicará de una manera fácil y sencilla el proceso de distribución:

1. Se recibe la orden de compra a través de una plataforma interna. En esta orden se especifica información como: Datos de la empresa (Dirección, Teléfono, Nit), Nombre del cliente quien realiza el pedido, cantidad de cajas y unidades solicitadas, precio unitario, Subtotal, IVA, dirección de entrega.
2. Una vez recibida la orden de compra con su respectivo código, se procede a facturar siguiendo los protocolos establecidos para facturas en Colombia. Se debe tener en cuenta que el precio unitario reflejado en la factura debe coincidir con el precio unitario de la orden de compra.
3. Luego de obtener la factura, esta se envía por DHL a bodega que está situada en la ciudad de Cartagena, allí se continua con la remisión de los pedidos a sus respectivos compradores. Además de enviar este documento, se requiere diligenciar un cuadro en *Excel*

(este cuadro debe ser enviado vía correo electrónico a la persona encargada en la bodega de Cartagena) donde se especifica la información necesaria que debe ser compartida con la persona encargada de los camiones de reparto. En tal cuadro se relaciona datos como:

- Orden de compra
- Factura
- Remitente
- Origen
- Ciudad de destino
- Dirección
- Nombre destinatario
- Teléfono
- Cantidad de cajas

Finalmente, luego de realizar todos estos pasos, resulta imperativo que la persona encargada en bodega informe de manera regular datos como: el producto fue entregado a determinado cliente, existe un error en factura por tanto no se logró entregar, la orden de compra está vencida y por tal motivo el cliente no recibe el pedido, cantidad de cajas no coincide con lo reflejado en factura, cliente cambio su razón social y no está escrita correctamente en la factura.

Cada uno de los reportes mencionados anteriormente, es información vital que la empresa necesita conocer en tiempo real con la finalidad de tomar decisiones para solucionar cualquier eventual error que afecte la entrega oportuna de los productos. La manera habitual de dar a conocer tal información es vía correo electrónico ó a través de llamada telefónica.

Teniendo en cuenta las generalizaciones anteriores, y basándose en lo observado durante el periodo de prácticas, se enumeran los siguientes problemas:

- Tiempo para informar de algún error en factura supera lo normal.

- Vencimiento de orden de la orden de compra, por tanto, el cliente no recibe dicho producto
- Error de digitación en factura, razón por la cual el cliente no recibe su producto.

7.2) JUSTIFICACIÓN

El principal motivo por el cual se decidió realizar la presente propuesta es con el fin de mejorar procesos específicos (anteriormente descritos) dentro de la empresa que afectan de manera directa las ganancias y la fidelidad de los clientes. Estos problemas se ven evidenciados a la hora de entregar un pedido.

7.3) OBJETIVO GENERAL

- Optimizar el sistema de distribución interno de la empresa C.I Compras Américas S.A.S

7.4) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reducir retrocesos operacionales a la hora de entrega de pedidos.
- Identificar el sistema de distribución interno de la empresa C.I Compras Américas S.A.S.
- Implementar un control documental del sistema de distribución interno de la empresa C.I Compras Américas S.A.S.

7.5) REFERENTES TEÓRICOS

El símbolo de La rana identifica el sello o certificación internacional Rainforest la cual otorga un reconocimiento a la empresa que lo posee, de buen trato hacia el medio ambiente. Además, indica que una empresa agrícola, forestal o turística ha sido garantizada para cumplir los estándares que requieren sostenibilidad. Este sello es uno de los que tiene la empresa para lograr exportar banano de buena calidad hacia distintos países de Europa (Rainforest Alliance, s.f.).

Considerando que, las empresas tienen la necesidad de atender el mercado, se debe contar con un sistema que organice y planifique todos los procesos internos de la compañía. El autor Julio Anaya define en su libro logística integral: “El control de flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente con dos condiciones básicas: La primera máxima rapidez en flujo de productos y la segunda mínimos costes operacionales” (Anaya, 2007, pág. 25).

Se debe notar que, el concepto que engloba la parte operativa de una empresa es la gestión de la cadena de suministro que es ni más ni menos que la administración, planificación, y organización de las tareas a realizar para una correcta distribución y/o comercialización de los productos. Por su parte el autor Ignacio Soret nos explica este concepto: “ Se entiende por Gestión de la Cadena de Suministro (Supply Chain Management, SCM) la coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio al interior de una empresa y entre las diferentes empresas dentro de una cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto de las empresas individualmente como de toda la cadena de suministro (Council of Logistics Management, CLM). En definitiva, es la estrategia a través de la cual se gestionan actividades y empresas de la cadena de suministro”. (Soret, 2006, pág. 19).

Por consiguiente, y para complementar el anterior concepto, la logística hace parte del proceso de gestión de la cadena de suministro con la ejecución de funciones como: gestión de transporte entrante y saliente, gestión de flotas, gestión de proveedores de servicios logísticos, etc. El mismo autor Ignacio Soret explica la definición de logística como: “ La logística es, sin embargo, la parte del proceso de gestión de la cadena de suministro encargada de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva el almacenaje y flujo directo e inverso de los bienes, servicios y toda la información relacionada con estos, entre el punto de origen y el punto de consumo o

demanda, con el propósito de cumplir con las expectativas del consumidor (CLM) (Soret, 2006, pág. 19).

Dentro de esta perspectiva, se agrega el concepto de Logística integral interna, el cual enmarca las actividades operativas internas de la empresa, tanto coordinación como ejecución. El escritor Ignacio Soret explica: “Puede entenderse por logística integral interna la gestión coordinada de todas las actividades operativas de la empresa; es necesaria una visión holística, es decir, ver el conjunto de procesos como un todo. La logística integral parece evolucionar hacia el concepto “Operaciones Fluidas de Distribución y Producción, concepto que supondrá el avanzar en la integración funcional y en la efectividad operacional. Un sistema de operaciones fluidas debe proporcionar ventajas competitivas tangibles si antes se han desarrollado algunos elementos clave:

- Visibilidad del inventario, Gestión de stocks.
- Gestión del flujo, no del aprovisionamiento.
- Distribución flexible.
- Fabricación e integración Just In Time (JIT).
- Cohesión interfuncional.
- Sistema de información Avanzado (Soret, 2006, pág. 20).

Por su parte, uno de los documentos más usados por las empresas que comercializan y/o distribuyen productos es la orden de compra en donde el cliente realiza un pedido con el fin de pagar por ello. El escritor Jorge Olavarrieta plantea la siguiente definición “La orden de compra, mejor conocida como pedido, es el documento que autoriza al proveedor enviar los bienes solicitados y a cobrar por ellos la suma especificada como precio. Viene a ser un documento contractual cuando se emite en respuesta a una cotización aceptada por el comprador (Olavarrieta, 1999, pág. 38).

Del mismo modo, otro de los documentos utilizados por las empresas es la factura, donde se hace constar la adquisición de un producto o servicio. El escritor Jorge Olavarrieta establece la siguiente definición: “La factura es el

documento mediante el cual el proveedor solicita el pago de los bienes entregados. Debe referirse al pedido correspondiente, siguiendo en todo, descripciones, cantidades, precios, etc., lo indicado en el mismo. Al recibirse la factura, es usual ponerle un sello con la fecha de recepción y que indique la ruta que debe seguir el documento para su proceso completo. El orden de los pasos puede variar, pero lo que implica la revisión de la factura antes de recibir aprobación para su pago es lo siguiente:

- Verificación contra lo recibido por el almacén, naturaleza y cantidad.
- Verificación de los requisitos de calidad, conformidad con especificaciones.
- Ausencia de necesidad de ajustes por demoras, faltantes, daños en tránsito.
- Comprobación del precio, condiciones de pago, pagos por concepto de fletes y seguros aduanales, descuentos y todo lo referente a la cantidad a pagar. (Olavarrieta, 1999, pág. 39).

7.6) PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVO GENERAL: Optimizar el sistema de distribución interno de la empresa C.I Compras Américas S.A.S

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RECURSOS	CRONOGRAMA	RESPONSABLE	INDICADORES	EVALUACIÓN
Reducir retrocesos operacionales a la hora de entrega de pedidos.	Reducción de retrocesos operacionales.	Observación y experiencia.	Herramienta Excel.	Diciembre 25 – Enero 25	Paulo Douglas – Gerente Departamento de Ventas	Porcentaje de pedidos entregados satisfactoriamente.	
Identificar el sistema de distribución interno.	Identificación del sistema de distribución interno.	Observación y experiencia.	Herramienta Excel.	Diciembre 25 – Enero 25	Paulo Douglas - Gerente Departamento de Ventas	Porcentaje de efectividad de cumplimiento en el actual sistema de distribución	

						interno.	
Implementar un control documental del sistema de distribución interno.	Implementación de un control documental del sistema de distribución interno.	Observación y experiencia.	Herramienta Excel.	Diciembre 25 – Enero 25	Paulo Douglas - Gerente Departamento de Ventas	Porcentaje de éxito en la entrega de pedidos, luego de la implementación del sistema de distribución interno.	

La estrategia utilizada para contrarrestar el problema diagnosticado anteriormente se basa en la adaptación de un cuadro en Excel donde se diligencia información vital para una correcta distribución de los productos. Cabe resaltar que tal cuadro ya se encontraba implementado, pero requería ciertas modificaciones para que ser más fácil de manejarlo y entenderlo. A continuación, se procede a explicar:

ORDEN DE COMPRA	FACTURA	REMITENTE	ORIGEN
880000560216	25-FC3949	BDP COLOMBIA	CARTAGENA

Gráfico 4: Inicio Plantilla Excel

Orden de compra y factura son ítems que siempre cambian por tanto no se puede predecir. Por su parte, remitente y origen siempre son los mismos

CIUDAD DESTINO	DIRECCION	NOMBRE DESTINATARIO	TELEFONO
	#N/A	#N/A	#N/A
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Barranquilla Bogota Cali Medellín Cartagena </div>	#N/A	#N/A	#N/A

Gráfico 5: Continuación Plantilla Excel

CIUDAD DESTINO	DIRECCION	NOMBRE DESTINATARIO	TELEFONO
Barranquilla	B/Q -Calle 4 no.1E-408, al lado de la Sede Deportiva Adelita de Char (Bomboná) en Malambo.	B/Q -Eddie Riveros, B/Q - Tamerlan Jaimes	B/Q - 3187122003, B/Q - 3187120630

Gráfico 6: Plantilla Excel

En estas columnas se especifica información como ciudad de destino del pedido dirección, nombre del destinatario y teléfono. Teniendo en cuenta esto, se hace necesario buscar una forma de reducir tiempos a la hora de escribir los respectivos datos, por tal motivo, se añadió una formula en conjunto con la lista desplegable, para que al momento de seleccionar una ciudad de destino aparezcan la información en las posteriores columnas.

CANTIDAD DE CAJAS ATUN ACEITE	CANTIDAD DE CAJAS ATUN AGUA	BDP CARTAGENA	OBSERVACIONES
		VALIDADO ENTREGADO ERROR DE FACTURA EN ENVIO	

Gráfico 7: Plantilla Excel

BDP CARTAGENA
VALIDADO
ENTREGADO
ERROR DE FACTURA
EN ENVIO

Gráfico 8: Final Plantilla Excel

En estas imágenes podemos observar los datos siguientes a diligenciar y se mencionan a continuación: cantidad de cajas atún en aceite, cantidad de cajas atún en agua, BDP Cartagena (*Bodega*) y observaciones. El cambio

realizado en esta parte de la plantilla es la creación de la columna” BDP Cartagena” (*en esta celda solo la puede diligenciar la persona encargada en bodega de la gestión del envío de los pedidos*) y la lista desplegable con cuatro únicas respuestas: Validado, Entregado, Error de Factura, En envío. Esto se hace con el fin de tener un control y conocimiento de en qué punto de la cadena de distribución se encuentra el producto. Cabe considerar, el significado de las opciones de respuesta para la columna BDP:

Validado: Quiere decir que la información se ha recibido con éxito y es correcta.

Entregado: Alude al hecho de que el pedido ha sido entregado a su respectivo comprador.

Error de factura: Significa que existe algún error en factura estos posibles errores ya han sido descritos anteriormente.

En envío: El producto se encuentra en proceso de entrega.

En resumidas cuentas, estos cambios implementados proponen la mejora de esta herramienta para obtener resultados que faciliten la comunicación acertada entre las partes involucradas, además, se destaca el hecho de que esta plantilla solo tendrán acceso las personas que están cargo de realizar dichas funciones y por tanto se hace necesario que al momento de empezar a realizar las labores cotidianas dentro de la empresa, cada uno de ellos, tenga abierto una pestaña en su navegador de preferencia donde redacten o escriban los datos anteriormente descritos.

7.7) RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados obtenidos fueron favorables debido a que se tuvo la oportunidad de adaptar esta plantilla en Excel, con una cuenta empresarial, durante un tiempo de prueba en donde se le explicó tanto a la persona encargada en bodega como a quien maneja esta información en la oficina para conseguir que todos estén manejando un mismo método de comunicación. Lo más importante es que cuando alguien escribe en esta plantilla, todos los que tienen permisos de visualizar y editar, pueden recibir notificaciones en tiempo real de quien está realizando cambios, y así, tomar correctivos ante un eventual error observado.

Por otra parte, una de las ventajas que otorga la utilización de esta plantilla compartida, es la facilidad de recibir notificaciones en el celular cuando alguien está editando el archivo, lo que posibilita la rápida acción de respuesta cuando así se requiera. Por ejemplo: que exista un error en factura por tanto el cliente no recibe el pedido y este debe ser devuelto a bodega. En el momento en que la persona encargada escriba esta información en la plantilla, de manera instantánea, se recibirá una notificación la cual puede ser resuelta en cuestión de minutos sin necesidad de realizar una llamada telefónica o enviar un correo electrónico.

Teniendo lo anteriormente expuesto, se logró precisar que al existir un error en factura y por ende el cliente no recibe su pedido en el tiempo estipulado, esto repercute de manera directa en la liquidez financiera de la empresa dado que, al no entregar el pedido, no se recibe el dinero por dicha venta. Además del hecho de que se ve afectada la credibilidad, confianza y satisfacción que se tienen con los clientes potenciales por no cumplir con lo pactado inicialmente.

Por otra parte, el stock se ve afectado debido a que este cuenta con un tiempo determinado de entrega y al no cumplirse se estaría incurriendo en gastos tanto de transporte, averías o vencimiento del mismo. La logística inversa se encuentra presente en estos casos y es cuando el producto retorna de la cadena de suministro hacia la bodega de la empresa.

7.8) CONCLUSIÓN

Como conclusión se tiene que el objetivo descrito se propuso desde un inicio como una meta principal e importante dado que la empresa necesitaba un cambio de mejora y optimización en su cadena de abastecimiento para sus productos. Es por esto, que se hizo la respectiva identificación del problema para luego ser abordado desde distintos puntos de vista y llegar a una solución que no solo diera resultados a corto plazo, sino, que otorgara mecanismos duraderos para que se apliquen durante y después del periodo de prácticas del estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad del Magdalena.

7.9) BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Anaya, J. J. (2007). *Logística Integral: La gestión Operativa de la Empresa*. Madrid.

Olavarrieta, J. (1999). *Conceptos Generales de Productividad, Sistemas, Normalización y Competitividad*.

Rainforest Alliance. (s.f.). Obtenido de <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/rainforest-alliance-certified-seal>

Serra, D. (2000). *Logística Empresarial en el Nuevo Milenio*.

Soret, I. (2006). *Logística y Marketing Para la Distribución Comercial*. Madrid.