

Informe de práctica empresarial – Postobon S.A



WALTER BENEDICTO ESPINEL MUNAR



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
VILLAVICENCIO  
2022

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – POSTOBÓN S.A

Walter Benedicto Espinel Munar

Informe de práctica presentado como requisito para obtener el título de Profesional en Negocios  
Internacionales

Asesor

Mg. Martha Ximena Silva Manrique

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
VILLAVICENCIO

2022

**Autoridades académicas**

**FRAY JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.**

Rector General

**FRAY EDUARDO GONZALES GIL, O.P.**

Vicerrector Académico General

**FRAY JOSÉ ANTONIO BALAGUERA RESTREPO, O.P.**

Rector Sede Villavicencio

**FRAY RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.**

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

**Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBON**

Secretaria de División Sede Villavicencio

**Dr. ERNESTO JOSE CAMARGO**

Decano Facultad de Negocios Internacionales

**Nota de aceptación**

---

---

---

**ERNESTO JOSE CAMARGO**

Decano Facultad de Negocios Internacionales

---

**MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE**

Director Trabajo de Grado

---

**ALFONSO CANONIGO GALVIS**

Jurado

Villavicencio, enero 2022

### **Dedicatoria**

Mi dedicatoria es primeramente para Dios porque me ha permitido tener la suficiente fuerza y sabiduría para luchar por este sueño y que no fue fácil pero es quien me ha dado la valentía de afrontar cada obstáculo, a mi madre porque desde el inicio me apoyo y me ayudo a encontrar la opción para ingresar a esta grandiosa universidad a formarme y de la cual me siento muy feliz de haber culminado mi carrera y con la frente en alto diré soy profesional Tomasino, este sacrificio que ha hecho mi madre merece todos las dedicatorias de mi parte porque me ha enseñado desde niño a tener valores y es para ella este triunfo.

Me siento absolutamente orgulloso al haber contado con personas maravillosas quienes me brindaron su apoyo después de haber abandonado mis estudios en esta hermosa universidad, pero que fueron también personas que me llamaron a decirme que por más dificultades que hubieran siempre habían soluciones para retomar y así fue . A cada uno de los docentes que hicieron parte de mi proceso como estudiante que con cada experiencia diaria alimentaron mi conocimiento como un gran profesional para educarme y por también convertirse en un apoyo como varios de ellos lo fueron para mí y quienes tuvieron la paciencia para ayudarme en las falencias que tenía.

### **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por concederme la sabiduría, la fortaleza y la oportunidad de culminar mis estudios universitarios como Profesional en Negocios Internacionales; a mi madre que sin su apoyo incondicional no hubiera sido posible cumplir este sueño, a mi hermana y a mi sobrina quien me lleno de más fuerza para seguir luchando por este sueño; a todos y cada uno de mis seres queridos que a lo largo de este grato camino me aportaron su granito de arena para salir adelante y con gran satisfacción ; sin duda alguna el haber elegido a la Universidad Santo Tomas como garante de mi educación profesional en Negocios Internacionales.

A la universidad y al comité de Opciones de Grado porque se encargaron de buscar la empresa en donde hice mis prácticas que fue Postobón S.A una hermosa empresa la cual me enseñó demasiado y al cual le debo y le agradezco mucho.

## Contenido

	Pág.
Glosario.....	11
Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción .....	14
1. Perfil de la Compañía.....	15
1.1. La compañía .....	15
1.2. Ubicación .....	16
1.3. Misión.....	17
1.4. Visión .....	17
1.5. Historia.....	18
1.6. Organigrama.....	19
1.7. Principios de la compañía .....	20
1.7.1. Integridad y transparencia.....	20
1.7.2. La corresponsabilidad .....	20
1.7.3. Inclusión y diversidad.....	21
1.7.4. Coherencia y congruencia.....	21
2. Gobierno corporativo .....	22
2.1. Política de transparencia.....	22
2.2. Política para la gestión integral de riesgos .....	22
2.3. Política SARLAFT.....	22
2.4. Código de buen gobierno .....	22
2.5. Código de conducta empresarial .....	23
2.6. Política integral .....	23
2.7. Código conducta Así Somos en Postobón.....	24
3. Presencia de la compañía .....	25
3.1. Países con participación .....	25
3.2. Centros de producción.....	25

3.3.	Centros de distribución (CEDI) .....	26
3.4.	Cadena de valor .....	26
4.	Portafolio de servicios.....	28
4.1.	Categorías y segmentos .....	28
5.	Estrategia y sostenibilidad .....	29
5.1.	Materialidad .....	29
5.2.	Focos de actuación .....	29
5.3.	Grupos de interés.....	30
6.	Gaseosas de Córdoba Villavicencio.....	32
6.1.	Área de Auditoria .....	33
7.	Cargo desempeñado y descripción del proceso .....	34
7.1.	Nombre del cargo .....	34
7.2.	Actividades realizadas.....	34
7.2.1.	Acompañamiento a bajas de producto terminado.....	34
7.2.2.	Control y seguimiento de Faltantes.....	34
7.2.3.	Validación telefónica con los clientes.....	35
7.2.4.	Retiros por Fraude.....	35
7.2.5.	Inventarios.....	35
7.2.6.	Baja de Materiales.....	35
7.2.7.	Seguimientos devoluciones de clientes.....	36
7.2.8.	Control y seguimiento de Planillas .....	36
7.3.	Aportes realizados al área de Auditoria Postobón .....	36
	Conclusiones.....	38
	Referencias bibliográficas.....	39
	Anexos .....	41



## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Ubicación de la Compañía Postobón.....	16
Figura 2. Historia de la Compañía (Parte 1) .....	18
Figura 3. Historia de la Compañía (Parte 2) .....	18
Figura 4. Historia de la Compañía (Parte 3) .....	19
Figura 5. Organigrama de Postobon, .....	20
Figura 6 centros de producción en el país.....	25
Figura 7 Cadena Valor de Postobón, .....	27
Figura 8 Clasificación de los grupos de interés .....	31

**Lista de Anexos**

	Pág.
Anexo A. Registro Fotográfico.....	41
Anexo B. Registro Fotográfico.....	41
Anexo C. Registro Fotográfico.....	42
Anexo D. Registro Fotográfico.....	42
Anexo E. Registro Fotográfico.....	43
Anexo F. Registro Fotográfico.....	43
Anexo G. Registro Fotográfico.....	43
Anexo H. Registro Fotográfico.....	44

## Glosario

- **Matrices de seguimiento:** estas ayudan a identificar los factores oportunamente en caso de que haya irregularidades en los procesos internos de la compañía y tomar medidas.
- **Baja de materiales:** Es el proceso final que se le dan a productos que ya no sirven en el mercado y ya han cumplido su vida útil.
- **Sistema AS400:** Es un sistema integrado que incluye hardware, el software, la seguridad, una base de datos y otros componentes (Bernal, 2018).
- **Sistema SAP:** El sistema SAP es un sistema informático que hace que las empresas puedan administrar correctamente sus recursos humanos, productivos logísticos, etc. (Universidad de Antioquia, 2021)
- **Planillas:** Son las planillas de saldos pendientes que quedan por liquidar de algunos clientes por distintos motivos.
- **Vencidos:** Es el proceso de acompañamiento que se hace al momento de destruir productos que están fuera la fecha de vencimiento, rotos, en mal estado entre otros.

## Resumen

El presente documento contiene la descripción detallada de las funciones, actividades y acciones desempeñadas en la práctica profesional desarrollada en la Compañía Postobón S.A. en el área de Auditoría, área donde se ejecutó el principal objetivo que fue el control y acompañamiento de los procesos llevados a cabo dentro de la planta donde se aplicaron los diferentes conocimientos de las materias vistas durante toda la carrera profesional.

Las prácticas profesionales fueron desarrolladas en el área de auditoría supervisando y controlando los procesos de la compañía con sus asuntos contables, procesos de inventarios donde se brindaron las herramientas específicas para la ejecución de las actividades planteadas, las cuales se ejecutaron durante las 960 horas elaboradas en Postobón, además de ello se aplicó el lema institucional de la Universidad Santo Tomás que lo diferencia de otras Universidades el cual es el Humanismo y ética esto con el fin de optar por el título de Profesional en Negocios internacionales.

**Palabras Clave:** Auditoría, practicas, empresa.

### **Abstract**

This document contains a detailed description of the functions, activities and actions performed in the professional practice developed in Postobón S.A. in the Audit area, area where the main objective was executed, which was the control and monitoring of the processes carried out within the plant where the different knowledge of the subjects seen throughout the professional career was applied.

The professional practices were developed in the area of auditing, supervising and controlling the processes of the company with its accounting matters, inventory processes where the specific tools were provided for the execution of the proposed activities, which were executed during the 960 hours elaborated in Postobón, in addition to this, the institutional motto of the Santo Tomás University was applied, which differentiates it from other Universities, which is Humanism and Ethics, in order to opt for the title of Professional in International Business.

**Keywords: Audit, practices, company.**

## **Introducción**

El presente informe refleja de forma detallada la información acerca de las actividades realizadas en el área de Auditoria como practicante profesional en Postobón S.A, empresa que como misión se centra en la producción y comercialización de bebidas refrescantes no alcohólicas en Colombia, dichas prácticas tuvieron desarrollo durante seis meses donde se hizo un acompañamiento a esta área aplicando conocimiento adquirido desde la universidad.

Las prácticas profesionales fueron hechas en una compañía que brinda su apoyo a diferentes instituciones educativas universitarias, así como practicantes de técnicos, tecnólogos y profesionales para poder cumplir con todo el ciclo académico.

En este proceso se realizó apoyo al área de auditoria en coordinación del jefe de la misma y fue quien se desempeñó de manera excelente como tutor y guía para realizar las prácticas y fue la persona encargada de designar labores a desarrollar donde se llevaron a cabo los seguimientos de los procesos internos de la empresa incluyendo todas las áreas entre las cuales se puede mencionar el seguimiento y control de planillas, seguimiento y control de faltantes en caja, acompañamiento físico a bajas de producto terminado, seguimiento a devoluciones de clientes y la validación telefónica con clientes sobre sus pedidos, entre otras.

Durante el proceso de las prácticas se realizaron actividades diarias que reflejaban el conocimiento adquirido en la facultad de negocios internacionales y que fueron de total necesidad para cumplir dichas actividades designadas y con todas estas actividades se finalizaron las prácticas profesionales donde se adquiere el conocimiento necesario para salir al campo laboral y profesional complementando la formación académica recibida.

## **1. Perfil de la Compañía**

### **1.1. La compañía**

La compañía cuenta con la mayor participación de mercado en la industria de las bebidas no alcohólicas en Colombia y es la empresa con capital 100% colombiano más grande en ingresos en este sector.

Cuenta con 111 años de historia en los cuales ha sido pionera en el desarrollo de la mayoría de las categorías de bebidas existentes en el mercado colombiano.

Actualmente, participa en categorías como gaseosas, aguas, jugos, hidratantes, energizantes y té, contando con un portafolio de más de 35 marcas y 250 referencias, en el cual se destacan:

Gaseosas: Colombiana, Colombiana Sin calorías, Castalia, Tamarindo Postobón, Freskola Tropical, Tropikola, Manzana Postobón, Uva Postobón, Naranja Postobón, Piña Postobón, 7UP, Manzana Postobón Sin calorías, Kola Postobón, Kola Hipinto, Pepsi Black, Pepsi, Canadá Dry, Sr Toronjo, Limón Postobón.

Frutas: Tutti Frutti, Hit Néctar, Biofrut, Hit sin azúcar añadido, Hit Naranja Premium, Hit Refresh Naranja.

Agua: Cristal, Sierra Fría, Oasis, Agua del Nacimiento, Breñaña.

Nueva Generación: Speed Max, Peak, H2OH, Squash Frutas Tropicales, Gatorade Tropical Fruit, Mr Tea en Sobre, Speed Max Cero, Mr. Tea, Hatsu, Hatsu Veggiedrink.

Cervezas: 3 Cordilleras Mulata, Miller, Miller Lite, Tecate, Sol, Heineken, Coors Light, Buckler.

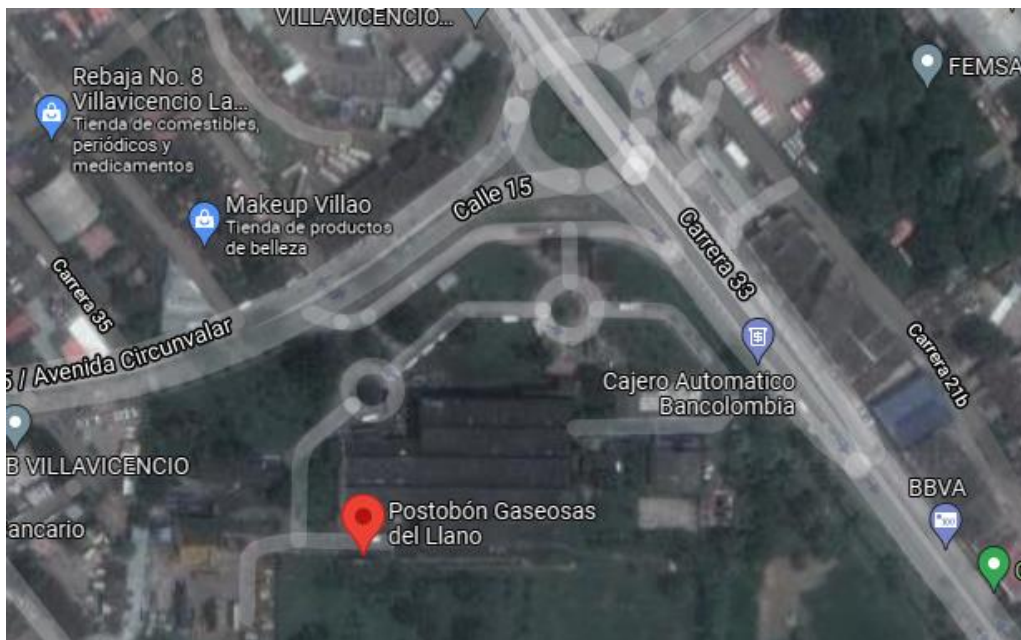
La compañía cuenta con 66 sedes entre plantas de producción y centros de distribución, los cuales le permiten llegar al 90% del territorio nacional. Su talento humano asciende a cerca de 12.000 personas.

La compañía pertenece a la Organización Ardila Lülle, una de las principales organizaciones industriales de América Latina. (Postobón S.A., 2021).

## 1.2. Ubicación

El domicilio social principal de Postobón S.A es de la ciudad del Villavicencio, capital del Departamento del Meta, República de Colombia

Figura 1 Ubicación de la Compañía Postobón



Nota. Adaptado de Google Maps, 2021

- Dirección: Carrera 22 Numero 14<sup>a</sup>-121 B Nuevo Ricaurte
- Teléfonos: 6614800- 6614844
- E-mail: nsaboya@postobon.com.co
  - ✚ Jefe Inmediato: Diana Maritza Flechas
  - ✚ Cargo: jefe de Auditoria.



- ✚ Dirección: Carrera 22 Numero 14ª-121 B Nuevo Ricaurte
- ✚ Teléfono: +57 3115804879
- ✚ E-mail: nsaboya@postobon.com.co

### **1.3. Misión**

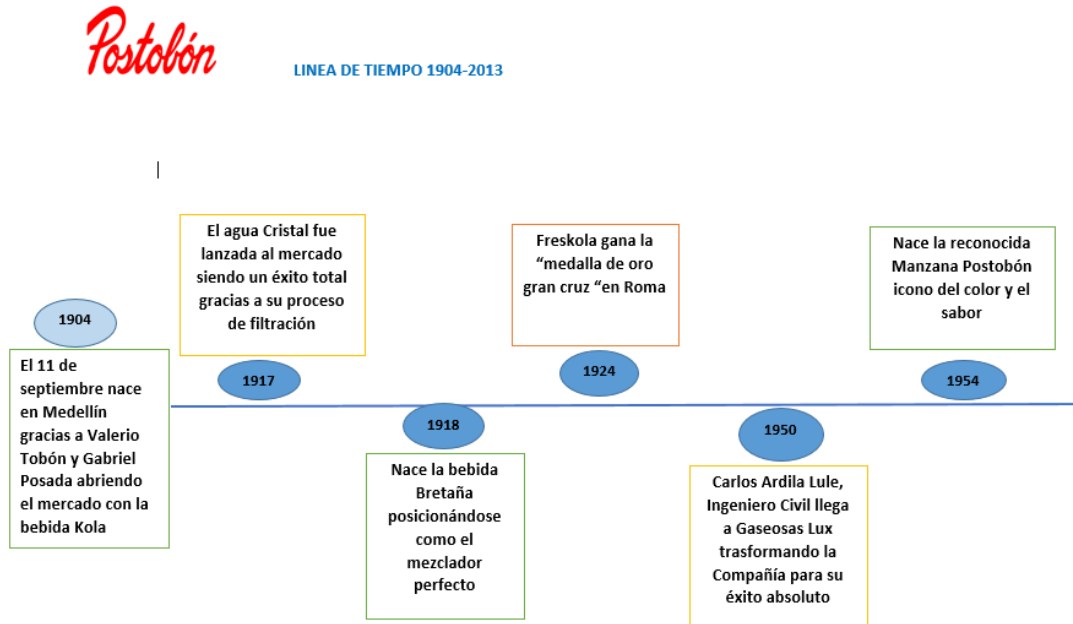
Tal como Postobón lo declara en su página web, el propósito misional de la compañía es: “Fortalecer el liderazgo en el desarrollo, producción, mercadeo y ventas de bebidas refrescantes no alcohólicas, para satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores, superando sus expectativas mediante la innovación, la calidad y la excelencia en el servicio. Generamos oportunidades de desarrollo profesional y personal apoyándonos en el talento humano organizado en equipos alrededor de los procesos. Trabajamos con los proveedores para convertirlos en nuestros socios comerciales. Contribuimos decisivamente al crecimiento económico de la Organización Ardila Lülle y del País, actuando con responsabilidad frente al medio ambiente y la sociedad. (Postobón S.A., 2021)

### **1.4. Visión**

Ser una Compañía Multilatina, con operaciones propias en el continente, reconocida por su dinamismo en innovar, desarrollar y ofrecer bebidas no alcohólicas de calidad, penetrando otros mercados e incursionando en otras categorías de producto (Postobón S.A., 2021).

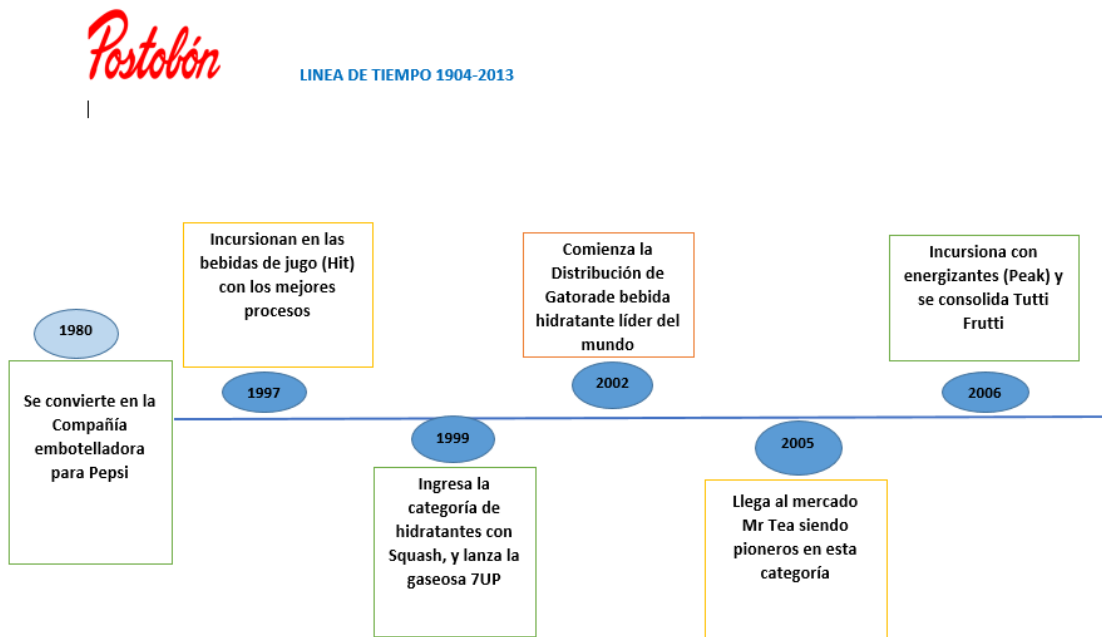
### 1.5. Historia

Figura 2. Historia de la Compañía (Parte 1)



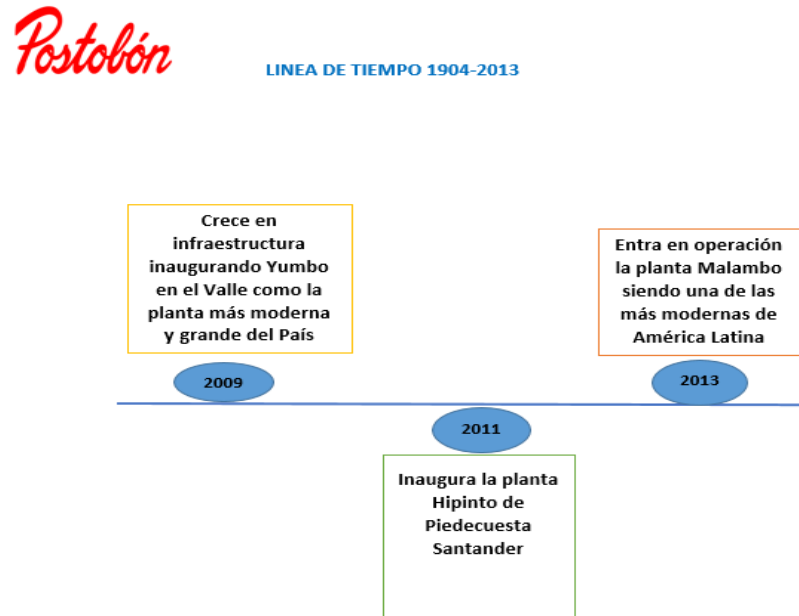
Nota. Información obtenida de la página web Postobón S.A

Figura 3. Historia de la Compañía (Parte 2)



Nota. Información obtenida de la página web Postobón S.A

Figura 4. Historia de la Compañía (Parte 3)



Nota. Información obtenida de la página web Postobón S.A

## 1.6. Organigrama

Para Postobón su estructura organizacional es funcional y le ha permitido crecer y ser más rentable. Gracias a esta estructura Postobón ha contribuido a identificar el talento y los recursos que necesita para lograr las metas establecida en el plan anual de la compañía.

Figura 5. Organigrama de Postobón,



Nota. Información obtenida de la página web (Postobón S.A, 2014)

## 1.7. Principios de la compañía

La compañía tiene como propósito establecer relaciones basadas en la confianza mutua, para esto se fundamenta en cuatro principios inspiradores que orientan dicho comportamiento.

### 1.7.1. Integridad y transparencia

Siempre se hace lo correcto de manera responsable, honesta, clara, de acuerdo con la ley y las políticas fijadas por la compañía.

### 1.7.2. La corresponsabilidad

Cada persona que hace parte del equipo humano es corresponsable de la empresa en el tema ético y la transparencia al actuar colectivo.

### ***1.7.3. Inclusión y diversidad***

En Postobón se respeta la individualidad, la diversidad y la dignidad de las personas, es un ambiente de reconocimiento mutuo, y se respetan los derechos de los integrantes del equipo humano.

### ***1.7.4. Coherencia y congruencia***

Siempre se actúa de forma seria y coherente con los valores y principios, que se alinean a los valores corporativos.

## **2. Gobierno corporativo**

Postobón cuenta como compañía con herramientas y políticas que son indispensables para crear un comportamiento ético y transparente. De esta manera, hace que todas sus relaciones con los grupos que lo integran sean también correctas y justas.

### **2.1. Política de transparencia**

A todas las personas que hacen parte de la compañía directa o indirectamente, se les promueve conductas éticas en su máximo nivel para fortalecer la cultura que ya existe, que ayudan a los controles internos para que marchen de manera eficiente y con exactitud

### **2.2. Política para la gestión integral de riesgos**

Para la compañía y para sus áreas relacionadas maneja la política para la gestión integral de riesgos con ánimo de preservar la integridad de sus recursos empresariales, y aumentar su ventaja competitiva y de esta manera alcanzar el logro de sus objetivos estratégicos con el fin de la continuidad de su negocio.

### **2.3. Política SARLAFT**

La compañía adapta este mecanismo con el fin de evitar que las operaciones con clientes, empleados y proveedores se utilicen para realizar actividades ilícitas

### **2.4. Código de buen gobierno**

Este código tiene como fin brindar un marco conceptual de conceptos para el gobierno de la sociedad, conductas de sus funcionarios entre otras

## **2.5. Código de conducta empresarial**

La compañía siempre ha estado comprometida con valores que la llevan a ser excelente gracias a que su equipo humano desde su inicio asume una conducta donde refleja su cumplimiento como personas responsables.

## **2.6. Política integral**

Esta política se basa en asumir compromisos que van de la mano con un focus al que siempre la compañía apunta (MEGA) que significa Meta Estratégica Grande y Ambiciosa para satisfacer las expectativas de su entorno interesado:

- Gracias a los procesos aplicados ofrece productos adaptados a un portafolio multicategoría satisfaciendo las necesidades de sus clientes.
- Basado en un marco de excelencia aporta a la comunidad corporativa esto gracias al gobierno corporativo y se aplica a las normas vigentes de cada país con presencia de la compañía.
- Fomenta los diferentes ambientes de su equipo humano como el respeto además de cuidar el medio ambiente
- La rentabilidad siempre está al margen de las operaciones dinámicas y flexibles.
- Los riesgos que se detectan se eliminan en forma gradual responsable.
- La cadena de suministro nacional e internacional siempre está asegurada con el fin de que los productos sean apartados de actividades ilícitas.
- Todos los activos de la compañía esta protegidos tanto físicos o medios de información.
- La cadena de valor se cumple con un modelo de sostenibilidad llamado Uno más. Todos donde busca extender las expectativas de sus grupos de interés.
- Se minimizan los impactos debido a los procesos industriales y se llevan a cabo programas de Responsabilidad Social.
- La salud y seguridad de las personas de su equipo de trabajo siempre es primordial.
- Gracias a las capacitaciones que brinda la compañía las personas que trabajan allí, estas mejoran su calidad educativa y personal.

- Se compromete a contribuir con el desarrollo nacional.

## **2.7. Código conducta Así Somos en Postobón**

La compañía denomina “Así somos en Postobón”, como una estrategia que permite generar sentido de pertenencia, regir el proceder y la ética corporativa del equipo humano vinculado a la empresa en observancia de principios y valores de carácter “irrenunciables” y “no negociables” (Postobón S.A., 2021)



### 3. Presencia de la compañía

La compañía está cerca del 90% del territorio nacional a donde hace llegar cada uno de sus productos atendiendo las tendencias de consumo y dando respuesta a las necesidades de los grupos de interés, cuenta con 71 centros de trabajo, 52 centros de distribución (CEDI), 19 plantas de producción y cuenta con presencia en 22 países y además de ellos con 4 compañías relacionadas. (Postobón S.A., 2021)

#### 3.1. Países con participación

Por medio de exportaciones directas y acuerdos de producción, tenemos participación en 26 países (España, Francia, Italia, Suiza, Alemania, Holanda, Bélgica, Reino Unido, Suecia, Islandia, Australia, Estados Unidos, Canadá, México, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Chile, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Aruba y Curazao y Bonaire) (Postobón S.A., 2020)

#### 3.2. Centros de producción

Figura 6. Centros de producción en el país.



Nota. Adaptado de (Postobón S.A., 2020)

Postobón tiene 52 centros de distribución a nivel nacional posicionando el liderazgo, dinamizando el mercado, siendo clave en el crecimiento industrial generando empleo y promoviendo una cadena de abastecimiento amplia donde participan múltiples sectores y actores que son: “Gaseosas Colombianas Centro, Gaseosas Colombianas Sur, Gaseosas Córdoba Chigorodó, Gaseosas Córdoba Mariquita, Gaseosas Córdoba Montería, Gaseosas Córdoba Neiva, Gaseosas Córdoba Pasto, Gaseosas Córdoba Villavicencio, Gaseosas de Colombia Itagüí, Gaseosas Hipinto Barrancabermeja, Gaseosas Hipinto Bucaramanga, Gaseosas Hipinto Duitama, Gaseosas Hipinto Mariquita, Gaseosas Hipinto Piedecuesta, Gaseosas Hipinto Valledupar, Gaseosas Lux Bogotá, Gaseosas Lux Villavicencio, Postobón Bello, Postobón Cartagena, Postobón Dosquebradas, Postobón Girardot, Postobón Malambo, Postobón Medellín , Postobón Pereira, Postobón Santa Marta, Postobón Yumbo” (Postobón S.A., 2021)

### **3.3. Centros de distribución (CEDI)**

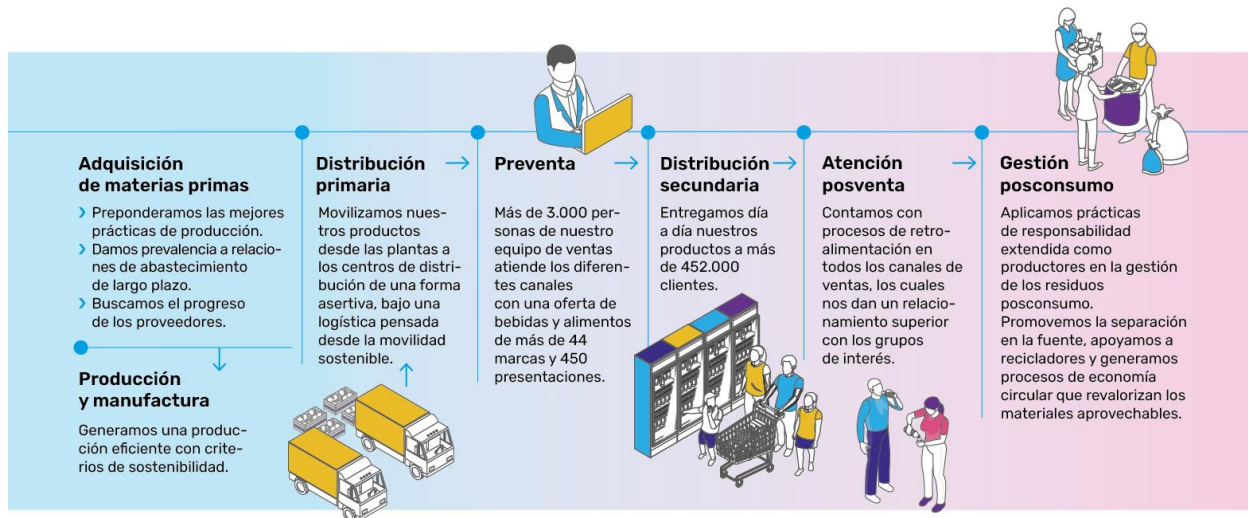
Desde el 2014 la compañía avanza con la incorporación de una visión multicategoría que les permitió la participación como jugadores relevantes en el mercado donde no tenían oportunidades y por esto nacieron los (CEDI) que son : Aguachica, Aracataca, Armenia, Barbosa, Bolombolo, Bosconia, Buenaventura, Buga, Cáqueza, Caucasia, Chiquinquirá, El Banco, Florencia, Fonseca, Fusagasugá, Gascol Centro, Gascol Norte, Gascol Sur, Girardot, Granada, Guateque, Ibagué, Ipiales, Itagüí, Jamundí, La dorada, La mesa, Madrid, Magangué, Maicao, Manizales, Neiva, Ocaña, Oficina Central, Pinchote, Popayán, Puerto López, Ricaurte, Riohacha, Rionegro, Saldaña, San Andrés, San Gil, Santa Fe de Antioquia, Sincelejo, Tunja, Yopal, Zarzal, Zipaquirá (Postobón S.A., 2021)

### **3.4. Cadena de valor**

La cadena de valor es un concepto acuñado por Michael Porter en el que a raíz de las actividades de una empresa se crea una serie de relaciones o eslabones que tienen como objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente. La cadena de valor se entiende como una herramienta estratégica de análisis para identificar las ventajas competitivas de un negocio frente al mercado. (Teamleader, 2017)

“Nuestra cadena de valor se basa en la eficiencia y la flexibilidad. Pensamos de forma integral y buscamos siempre la vinculación de la sostenibilidad en todos sus eslabones, desde el uso de los recursos naturales como el agua y las frutas, hasta los consumidores finales que reciben nuestros productos. Además, incluimos eslabones en los que se gestionan acciones posconsumo, trabajando de la mano con actores clave en la cadena y así generar una lógica de economía circular.” (Postobón S.A., 2020)

Figura 7 Cadena Valor de Postobón,



Nota. Adaptado de (Postobón S.A., 2020)

## 4. Portafolio de servicios

El portafolio de la compañía responde con innovación a las expectativas de los consumidores, se adapta a nuevas formas y momentos de consumo, brinda opciones que van desde la indulgencia hasta el máximo cuidado y se alinea con tendencias asociadas al bienestar y al consumo consciente. Todas las marcas, además, asumen posturas que contribuyen a la sostenibilidad. Prevén los estilos de vida activos y responsables y motivan a las personas a hacer actividad física de cara a su desarrollo integral (Postobón S.A., 2020)

### 4.1. Categorías y segmentos

Gaseosas de sabores

- Aguas
- Aguas saborizadas
- Sodas
- Bebidas con frutas
- Tés listos para beber
- Hidratantes
- Energizantes

Participación relevante en:

- Cervezas
- Maltas
- Salsas y aderezos
- Snacks
- Bebidas listas para mezclar
- Lácteos (avena y leche achocolatada) (Postobón S.A., 2020)

## 5. Estrategia y sostenibilidad

La compañía se orientó por una estrategia enfocada en la generación de valor para todos los grupos de interés, que permite un trabajo vibrante y consistente en el tiempo de cara a una Meta Estratégica Grande y Ambiciosa (MEGA) proyectada a 2024. Para lograrlo, orientaron acciones con base en focos estratégicos: expansión y desarrollo del negocio central, innovación efectiva, modelo de negocio multicategoría, expansión geográfica y desarrollo sostenible. Hasta 2020, el crecimiento sostenido había sido coherente con el planteamiento estratégico. Sin embargo, conscientes de las afectaciones por la pandemia del coronavirus COVID-19, hicieron la tarea de hacer un análisis profundo sobre las perspectivas de crecimiento, los cambios que se avecinan, las nuevas dinámicas de negocios, entre otros, y así retomar la senda del crecimiento rentable, vibrante y sostenible, aprovechando las oportunidades de la nueva configuración del mercado y de la sociedad. (Postobón S.A., 2021)

### 5.1. Materialidad

La compañía identificó los aspectos más relevantes para la sostenibilidad bajo una metodología de análisis de materialidad que se alinea con los preceptos del Global Reporting Initiative (GRI).

El primer análisis de materialidad se hizo en 2010 y se actualiza periódicamente para estar en concordancia con el contexto social, el ambiental y el económico.

Durante 2020 no actualizaron la materialidad, teniendo presente la necesidad de entender a fondo los cambios que se generaron social, económica y ambientalmente. Sin embargo, actuaron de forma flexible y solidaria para atender otros temas necesarios para el momento vivido, los cuales, sin duda, fueron asuntos de interés colectivo, esenciales para solventar la crisis (COVID) (Postobón S.A., 2021)

### 5.2. Focos de actuación

- **Compromiso con la ética y el gobierno corporativo:** este se basa en la ética, transparencia y cumplimiento legal para que el gobierno corporativo adapte el respeto de los derechos humanos para todos sus grupos de interés.

- **Compromiso con la sociedad:** aquí busca las iniciativas de construcción de Paz y reconciliación a toda la ciudadanía corporativa.
- **Compromiso con el bienestar del consumidor:** La compañía está en constante innovación de sus productos y por otro lado promueve hábitos de vida responsables y activos.
- **Compromiso con el planeta:** siendo eficiente en la producción, manejando también una gestión integral del agua y aportando al cambio climático
- **Compromiso con la cadena de valor:** Postobón aporta iniciativas de valor compartido y promueve buenas prácticas para los clientes, hace un abastecimiento responsable de sus productos y por parte de sus proveedores busca que sean agrícolas sostenibles.
- **Compromiso con nuestra gente:** Calidad de vida y bienestar laboral para todo su equipo humano además de brindar remuneración y reconocimiento, desarrolla planes de carrera y formación, y sobre todo brinda salud y seguridad en el trabajo.

### 5.3. Grupos de interés

La compañía define los grupos de interés como la relación que tiene con cada uno de los integrantes tanto interno como externo con el fin de llevar a cabo la estrategia que tiene Postobón y es generar valor y ser una empresa sostenible, así se definen tal y como se muestra en el código de conducta:

Figura 8 Clasificación de los grupos de interés



Nota. Adaptado de (Postobón S.A., 2018)

## 6. Gaseosas de Córdoba Villavicencio

Este centro de producción llamado Gaseosas de Córdoba Villavicencio S.A inicia sus operaciones con productos del portafolio de servicios como gaseosa retornable en su presentación de 1.25 ml, 350 ml, 250 ml, agua en presentación de 20 Litros, 6 litros en bolsa y 360 ml. Además, cuenta con un (CEDI) Centro de Distribución ubicado en Granada Meta.

El centro de producción de Villavicencio está conformado por las siguientes áreas:

- Gestión Humana
- Contabilidad
- Auditoría
- Distribución
- Almacén general
- Cartera
- Compras
- Trade marketing
- Control de producción
- Mantenimiento maquinaria
- Almacenamiento P.T
- Gerencia de Distrito
- Tesorería
- Ventas
- Línea de producción
- Gerencia de operaciones
- Servicios generales
- Mantenimiento de vehículos

Al momento de la distribución y la comercialización de los productos hay una fuerza de ventas conformada por la Zona de preventa que consiste en la atención al cliente antes de la venta, Auto venta que es la que se encarga de llevar los productos Tienda a Tienda y los Mayoristas quienes son los intermediarios en la cadena de distribución.



## **6.1. Área de Auditoría**

Esta área está conformada por la jefe del área y la analista de control interno, donde se encargan de supervisar y controlar los procesos que se realizan durante la producción de los productos tanto en la ciudad de Villavicencio como en el CEDI de Granada, esto con el fin de cumplir con todo los logros y objetivos que estipula la compañía.

El departamento de Auditoría busca:

- Actuar de acuerdo con las políticas
- Identificar los riesgos durante los procesos
- La información debe ser oportuna y confiable
- Los controles tienen como finalidad mejorar la calidad.

## **7. Cargo desempeñado y descripción del proceso**

### **7.1. Nombre del cargo**

Practicante profesional Auditoría Interna

### **7.2. Actividades realizadas**

Desde el primer día se realizaron las funciones que la compañía designa a los practicantes donde día a día se llevaban a cabo en acompañamientos para velar porque los procesos fueran los correctos y además se delegan funciones tan importantes como interacción con clientes y mayoristas.

#### ***7.2.1. Acompañamiento a bajas de producto terminado***

Este proceso realizado bajo acompañamiento del área de Empaque y Producto es el cual se les realiza a todos los productos averiados, por motivos de calidad, o por vencimientos a corta fecha, tanto de Villavicencio como de Granada.

Para el proceso se diligencias formatos detalladamente evidenciando cuales son las causas y se valida la información con lo que está registrado en el sistema SAP donde ambos deben coincidir. (ver anexo A)

#### ***7.2.2. Control y seguimiento de Faltantes***

Día a día el cajero encargado debe enviar un informe a varias áreas de la empresa con la información recaudada sobre los faltantes que se generan el día anterior, los faltantes evidencian cierto valor en dinero que no llega a la empresa y debe explicar por qué y quien se hace responsable, es allí donde el área de Auditoría inicia el proceso de seguimiento y control, estos faltantes tienen un determinado tiempo para saldarse o de lo contrario se reporta a la regional con el fin de tener en ceros los faltantes. (Ver anexo B).

### **7.2.3. Validación telefónica con los clientes**

Las validaciones con clientes se hacen con el fin de generar una confianza y un acercamiento desde la compañía hasta sus puntos minoristas y a todos los lugares de la regional tanto de Villavicencio como de Granada además de validar los procesos. De manera aleatoria se seleccionan los clientes para validar las promociones, premios o reposiciones en caso de que los clientes muestren o evidencien un mal debido proceso se procede a la visita presencial (Ver anexo C).

### **7.2.4. Retiros por Fraude**

Cada semana exactamente los viernes se hace un registro donde se indaga personalmente con áreas como Gestión Humana, Distribución y también en Central Cervecera, cuando hay retiros por fraude se consolida la información por parte de los jefes y se anexan sus debidos comprobantes y casi siempre se llaman a los principales implicados personalmente para que den su versión y crear más confianza entre el personal de la compañía. (Ver anexo D).

### **7.2.5. Inventarios**

Se realiza para llevar mucho más control del inventario que se encuentra en el Centro de Producción y Distribución y lo realiza el área de Auditoría en acompañamiento con almacén general y calidad, se cuenta físicamente los productos existentes y se compara con lo registrado en el sistema también se validan la calidad, su fecha de vencimiento entre otras. (Ver anexo E).

### **7.2.6. Baja de Materiales**

Estas bajas se dan con un acuerdo entre las distintas áreas determinando por qué ya no deben existir estos materiales en los activos de la empresa, se debe llenar un formato donde muestran el porqué, la cantidad, y cuanto le representa a la compañía en dinero esta baja, se compara con el sistema y se deja la observación anexando los documentos soporte. (ver anexo F).

### ***7.2.7. Seguimientos devoluciones de clientes***

Este proceso es para validar el motivo por el cual los clientes hacen devoluciones de productos y para esto se hacen llamadas a los clientes y se les hace una serie de encuesta para finalmente consolidarlo en una matriz, donde se valida el producto, el precio, la cantidad y se plasman en el sistema para que la jefe de área las revise. (Ver anexo G).

### ***7.2.8. Control y seguimiento de Planillas***

Aquí lo que se hace es verificar que las planillas enviadas desde Empaque y Producto que quedan por liquidar; las planillas son facturas que por ejemplo se llevan a eventos y no se liquidan hasta el día que se acaba el evento por eso se debe hacer el seguimiento hasta que estas queden saldadas y si quedan productos estos sean devueltos al centro de producción.

En otros casos son mayoristas que aún no han liquidado las planillas porque tienen convenio con la Compañía y se les da un plazo a estos hay que hacerles llamadas vía telefónica ya que muchos son de otros departamentos y hasta que no lleguen después de su proceso logístico no las pueden liquidar, al hacer liquidadas se suben a el sistema AS400 y se consolidan en una matriz que la revisa la jefe de área o su Analista. (ver anexo H).

## **7.3. Aportes realizados al área de Auditoria Postobón**

Durante los 6 meses de las prácticas realizadas en el área mi aporte fue crear 2 manuales llamados instructivos ya que contienen el paso a paso de cómo realizar los procesos para manejar los programas y software de la compañía.

- El primer manual fue el de como descargar un Auvro del programa AS400 donde contiene las operaciones de Villavicencio y Granada con información confidencial de los clientes tanto minoristas como mayoristas y de cómo descargar sus datos de contacto, ventas, facturas, este manual facilitará a quien lo necesite como guía para optimizar el proceso de manejo del sistema.
- Instructivo de validación de las planillas pendientes y como se descargan del sistema con su paso a paso para que se realice el proceso de comparación con las que brinda el área de

empaques y productos, en este manual se dejó también explicado cómo utilizar atajos y cómo se accede a la información de Villavicencio y Granada.

La compañía no permite anexar documentos de este aporte ya que la información de clientes, mayoristas son absolutamente reservadas.

## Conclusiones

1. Durante los seis meses de prácticas profesionales se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la universidad y gracias a este conocimiento se ejecutaron con éxito ya que se cumplió con todo lo establecido por la parte de la jefe de inmediata, demostrando todas las capacidades como profesional en negocios internacionales, habilidades y aptitudes utilizando la comunicación con cada uno de los integrantes de la compañía de manera asertiva.
2. Gracias a los conocimientos adquiridos en la compañía se logra un conocimiento ahora de cómo se lleva el control dentro de una multinacional acerca de sus procesos internos y de cómo se establecen las relaciones desde el portero hasta los clientes de manera profesional y siempre humana.
3. La organización dentro de Postobón deja una gran experiencia ya que se vive una dinámica laboral real, muestra el cómo se debe conocer cada una de las áreas de una empresa ya que todas van de la mano, gracias al equipo de trabajo de la compañía ahora el significado de ser un Profesional y la gran experiencia de haber sido parte de una de las mejores empresas del país y donde se dejan las puertas abiertas para los estudiantes próximos a hacer sus prácticas de mi universidad siempre llevando el mensaje humano y responsable que aprendimos en la Universidad Santo Tomás

### Referencias bibliográficas

- Bernal, O. (2018). *Introducción sobre AS400*. From <http://www.oscarbernal.net/index.php?/content/view/17/22/>
- Concepto definicion.de. (2013). *Definición de Servicio*. From [conceptodefinicion.de:](http://conceptodefinicion.de/) <http://conceptodefinicion.de/servicio/>
- Postobón S.A. (2014). *Organigrama de Postobon S.A.* Obtenido de Procesos Administrativos: [https://www.postobon.com/sites/default/files/informe\\_sostenibilidad-baja1.pdf](https://www.postobon.com/sites/default/files/informe_sostenibilidad-baja1.pdf)
- Postobón S.A. (2018). *Grupos de interés Postobon*. Obtenido de <https://www.postobon.com/sites/default/files/grupos-interes-postobon.pdf>
- Postobón S.A. (2020). *Estrategia y sostenibilidad*. Obtenido de Cadena de valor y desempeño eficiente: <https://informe2020.postobon.com/cadena-de-valor-y-desempeno-eficiente/>
- Postobón S.A. (2020). *Estrategia y Sostenibilidad*. Obtenido de <https://informe2020.postobon.com/cadena-de-valor-y-desempeno-eficiente/>
- Postobón S.A. (2020). *Informe de sostenibilidad 2020*. Obtenido de <https://informe2020.postobon.com/wp-content/uploads/2021/04/INSERTO-POSTOBON.pdf>
- Postobón S.A. (2020). *Nuestra presencia*. Obtenido de <https://informe2020.postobon.com/nuestra-presencia/>
- Postobón S.A. (2020). *Portafolio de servicios*. Obtenido de <https://informe2020.postobon.com/nuestro-portafolio/#>
- Postobón S.A. (abril de 2021). *Informe sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.postobon.com/sites/default/files/informe-sostenibilidad-postobon-abril21.pdf>
- Postobón S.A. (2021). *Quiénes somos*. Retrieved 2018 йил 17-07 from <https://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos>
- Real Academia Española. (2018). *Definición de servicio*. From [rae.es:](http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs) <http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs>
- Real Academia Española. (2018). *Definición de usuario, ria*. From [rae.es:](http://dle.rae.es/?id=bBsQKPc) <http://dle.rae.es/?id=bBsQKPc>

Teamleader. (06 de junio de 2017). *que es la cadena de valor de una empresa*. Obtenido de <https://www.teamleader.es/blog/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa#:~:text=La%20cadena%20de%20valor%20es,valor%20posible%20para%20el%20cliente>.

Universidad de Antioquia. (2021). *Unidad de competencias SAP*. Obtenido de [https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY4xD4IwFIT\\_i gyMpBUM4kiIMSFMmhjoYp5txafQAn0Yf75A4uDidt\\_d5XJMsJIJAY-sgdAaaCauRHxJdlm4Tje8OBzzjKdxlu63p3MRJiHLmfhfmBbw0fciZUJaQ\\_pNrOzsQN CMSoPPwf3S3bb6q9E4Qhrl8sXnNIBxNzu0INGTkXeNzEphjTSH](https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY4xD4IwFIT_i gyMpBUM4kiIMSFMmhjoYp5txafQAn0Yf75A4uDidt_d5XJMsJIJAY-sgdAaaCauRHxJdlm4Tje8OBzzjKdxlu63p3MRJiHLmfhfmBbw0fciZUJaQ_pNrOzsQN CMSoPPwf3S3bb6q9E4Qhrl8sXnNIBxNzu0INGTkXeNzEphjTSH)

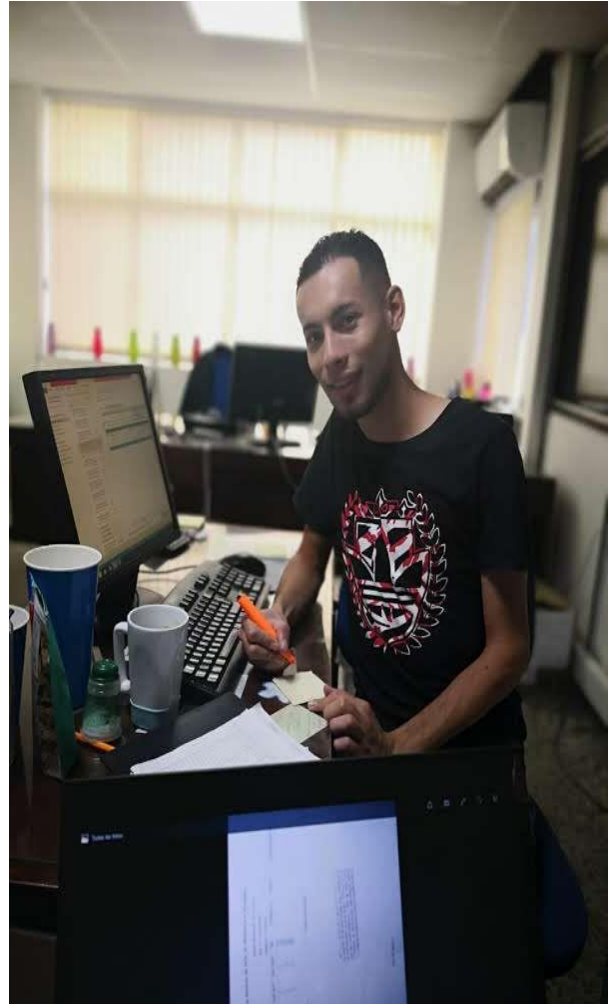




Anexo C. Registro Fotográfico



Anexo D. Registro Fotográfico



Anexo E. Registro Fotográfico



Anexo F. Registro Fotográfico



Anexo G. Registro Fotográfico



Anexo H. Registro Fotográfico

