



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PLAN DE MEJORAMIENTO

PLANEACIÓN ESTRATEGICA ESTRUCTURADA PARA EL ABASTECIMIENTO
OPORTUNO DE PRODUCCIÓN.

ERICK SANTIAGO PERDOMO RAMIREZ

PROYECTO DE GRADO

BOGOTÁ D.C.

2021

PLANEACIÓN ESTRATEGICA ESTRUCTURADA PARA EL ABASTECIMIENTO
OPORTUNO DE PRODUCCIÓN.

AUTOR
ERICK SANTIAGO PERDOMO RAMIREZ

DOCENTE TUTOR
ANDRÉS SAMPER FAJARDO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2021

RESUMEN

Fuller Pinto S.A. es una empresa colombiana que se establece en el mercado nacional e internacional, enfocada en diferentes líneas de negocio ofreciendo a sus compradores productos de limpieza para la industria, el hogar y también el aseo personal. Teniendo en cuenta la variedad en las líneas de negocio que posee la empresa, esta requiere constantemente tener un abastecimiento controlado y programado; esto con el fin de que los puntos de venta y en si las diversas líneas de distribución mantengan su curso.

En este punto es cuando la empresa decide reclutar para su equipo un apoyo al área de importados, Luego Erick Santiago Perdomo Ramirez es reclutado en el equipo para asistir la gestión de las diversas materias primas y productos terminados traídos del exterior que le empresa requiere para el correcto desarrollo de sus líneas de producción; así como también el proceso de búsqueda de proveedores, establecer contacto con los mismos y buscar productos de calidad que sean de beneficio para el abastecimiento que constantemente busca la empresa en relaciones de calidad y rentabilidad.

En esto se hallan las diversas líneas de producción que posee la compañía, por lo mismo son diversos las materias primas y productos terminados que la empresa demanda a nivel nacional e internacional; la cual debe enfatizar de manera detallada su planeación de manera estratégica, la cual es un proceso cambiante y constante que muchas veces tiene carencias y dificultades a mejorar.

Agradecimientos

En este documento es mi deseo manifestar el agradecimiento a la empresa Fuller Pinto S.A. dado que es una empresa con bastantes campos de acción, en donde constantemente se encuentran espacios para educarse y seguir aprendiendo y formándose como profesional en distintos ámbitos; así como también es importante resaltar las posibilidades de crecimiento que ofrece la compañía a sus colaboradores.

Por Otro lado, me gustaría agradecer a mi familia, quienes sin lugar a dudas han sido un pilar fundamental para mi formación personal y profesional; sin lugar a dudas, sin ellos no sería mucho de lo que soy en día. Cabe también resaltar mi agradecimiento a mis compañeros de la universidad pues más allá del ámbito profesional que compartimos, muchos de ellos terminan siendo amigos con los cuales he compartido durante varios años aprendizaje y enseñanzas a partir de estos.

También cabe destacar un agradecimiento a aquellos profesores que más que cumplir con el contenido temático de un cronograma, se han puesto en la misión de dejar en nosotros una enseñanza que nos dé una perspectiva mucho más clara de las oportunidades que brinda la vida; esto siempre buscando que nosotros como jóvenes tengamos mentes emprendedoras, en búsqueda de nuevas perspectivas para nuestro futuro laboral.

Introducción

Fuller Pinto S.A. es una empresa que se consolida en Colombia, enfocándose particularmente en la producción y comercialización de productos para el aseo personal, seguridad industrial; pero también se enfoca en la producción de una línea para mascotas y una línea de café. Esta empresa maneja once marcas distintas, entre las cuales distribuye nacional e internacionalmente los productos que ofrece a través de los diversos modelos de negocio que la empresa ha planteado para el desarrollo de su actividad comercial.

Teniendo en cuenta lo anterior y entendiendo la estructura organizacional que ha distribuido la compañía, se destacan entre estas el área de abastecimiento y el área de planeación que es en cuestión donde este trabajo tendrá su desarrollo; esto dado que la relación entre la planeación estratégica de una compañía delimitará en su totalidad que tanto de lo que se compra para la actividad económica de la empresa se utilizará y que tanto quedará en inventarios, puesto que estos pueden significar un costo que la empresa tendrá que asumir en caso de que el stock sea muy grande y no tenga rotación.

Es aquí donde se ha de profundizar de una manera directa en lo que tiene que ver con las estimaciones de venta que se producen en el área de planeación y que por consiguiente tendrán efecto en el desarrollo del área de abastecimiento. Especialmente en el área de compras internacionales los tiempos de fabricación y de tránsito son bastante prolongados, por lo que en el caso específico de Fuller Pinto no deberían generar variaciones tan volátiles; es aquí donde se ha de aplicar una propuesta de mejora que realmente permita al área de importaciones tomar estimaciones claras sobre las cuales pudiera hacer importaciones que sean asertivas y no que por el contrario terminen en costes mayores por importación adicional o finalmente por costos en almacenamiento.

Índice

1. Fuller Pinto S.A.

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión - Visión - Valores

1.1.2 Ubicación Geográfica

1.1.3 Estructura Organizacional

1.1.4 Área de Compras e Importaciones

1.1.4.1 Análisis DOFA

2. Planteamiento del Plan de Mejora

2.1 Proceso de Compras

2.2 Importancia, Alcance y Limitaciones

2.3 Objetivo General

2.3.1 Objetivos Específicos

3. Contenido del Plan de Mejora

3.1 Propuesta de Mejora

3.2 Conclusiones

3.3 Bibliografía

3.4 Anexos

4. Seguimiento

4.1 Plan de Actividades

4.1.1 Cumplimiento de Objetivos

4.1.1.1 Ciclos

1. Aspectos generales de la empresa.

Fuller Pinto S.A.

1.1 Aspectos Generales:

1.1.1 Misión:

“Brindar soluciones integrales de limpieza para el cuidado personal, el hogar y la industria; mediante el diseño, desarrollo, producción y comercialización de productos innovadores de excelente calidad, que cumplan las expectativas de nuestros clientes, consumidores y familias, aportando al desarrollo sostenible de los países en los que tenemos presencia”. (*Presentación corporativa Fuller Pinto S.A. – 2020*)

1.1.1 Visión:

Posicionar al 2023 a nivel nacional e internacional, nuestra imagen corporativa y marcas, con excelencia e innovación de nuestros productos y servicios, enfocados en la preservación del medio ambiente. (*Presentación corporativa Fuller Pinto S.A. – 2020*)

1.1.1 Valores Institucionales:

✓ “Enfoque al Cliente:

Nos comprometemos a satisfacer las expectativas de nuestros clientes y consumidores, ofreciendo servicio cálido y humano, que garantice el buen trato y evidencie nuestro interés hacia sus necesidades.” (*www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021*)

✓ “Enfoque a las partes interesadas:

Gestionamos las relaciones con nuestras partes interesadas mediante la satisfacción de sus expectativas y el establecimiento de alianzas estratégicas que contribuyan al desarrollo conjunto.”

(www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

✓ “Competitividad:

Tenemos la capacidad de poner en acción los diferentes conocimientos, habilidades y valores para responder efectivamente frente a las exigencias del mundo empresarial y social.”

(www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

✓ “Orientación a los objetivos:

Es un valor determinante que nos demanda la calidad, compromiso, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo y, por consiguiente; en la consecución de los objetivos de la compañía.” (www.fullerpinto.com/quienes-somos/ -

2021)

✓ “Integridad:

Tenemos la capacidad de actuar en consonancia con los valores, con lo que se dice y se considera importante, comunicar las intenciones, las ideas y sentimientos abierta y directamente, actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas las situaciones.” (www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

✓ “Creatividad e Innovación:

Generamos ideas o conceptos para producir soluciones originales, diseñamos y modificamos nuevas formas, métodos y productos que

nos permiten tener una ventaja competitiva.”

(www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

✓ “Trabajo en equipo;

Valoramos el aporte brindado por cada miembro de la empresa.

Trabajamos de forma integrada, comprometidos para alcanzar las metas y objetivos a donde prima el interés corporativo por encima del interés individual.” (www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

✓ “Responsabilidad social empresarial:

Fomentamos en nuestros colaboradores, proveedores clientes y sociedad el valor compartido del compromiso y la preservación del medio ambiente, con la preservación y comercialización de productos que promuevan el desarrollo sostenible.”

(www.fullerpinto.com/quienes-somos/ - 2021)

1.1.2 Ubicación Geográfica:

Fuller Pinto S.A. es una empresa con alta presencia a nivel nacional y recientemente a nivel internacional.

- Sede Principal (Planta de producción productos de aseo personal “FIAMMÉ”): Calle 12B No. 68B-25
Montevideo – Bogotá D.C.
- Sede Fontibón (Planta de producción productos de aseo industrial y calzado): Calle 17C No. 120-44 Fontibón, San Pablo, Bogotá
- Sede Bucaramanga (Planta de producción café y chocolate “Diamante Negro”): Calle 70 No. 43 W-310: Autopista Girón Km 4, Bucaramanga.

- Sede “Fuller Pinto Perú”: Av. Alameda del Corregidor No. 526 Inti. 01, La Molina Vieja, Lima.

(Tomado de Presentación corporativa Fuller Pinto S.A. – 2020)

1.1.3 Estructura Organizacional

En el siguiente grafico se relaciona la estructura organizacional del abastecimiento y la cadena de suministro; en donde, desde el área de compras se pudo desempeñar la posición como practicante de importaciones y donde tiene lugar este plan de mejoramiento.

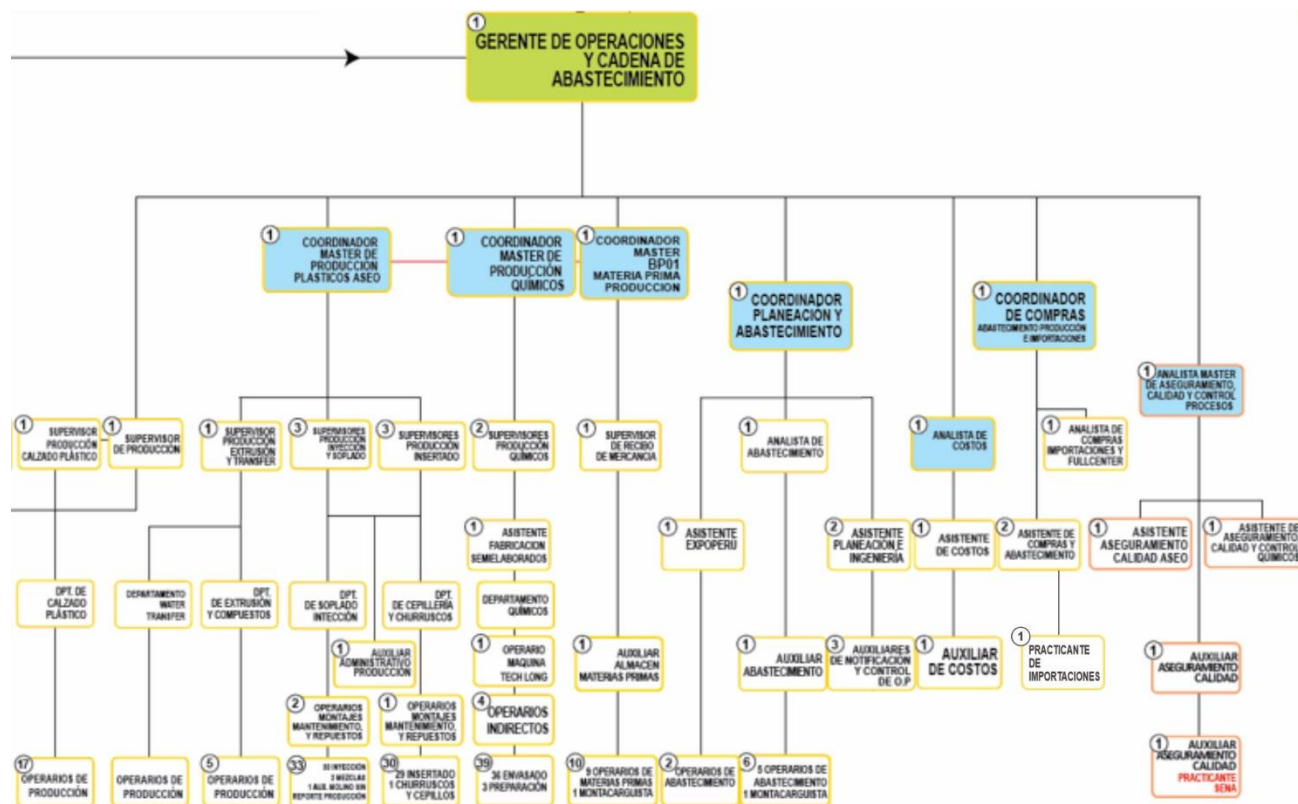


Figura I: Organigrama del área de abastecimiento y cadena de suministro

(Tomado y adaptado de Presentación corporativa Fuller Pinto S.A. – 2020).

- **1.1.3.1 Funciones que permitieron determinar debilidades en el área de importaciones:**

- Emisión de órdenes de compra, con el fin de informar al proveedor de la necesidad real y generar una trazabilidad entre el tiempo de solicitud y la llegada de materiales (en este se presentaban nuevos planeadores a destiempo lo que generaba sobre costo a la hora de planear las importaciones)
- Recepción e ingreso de materiales al sistema, para que puedan ser usados para la producción, teniendo en cuenta de manera previa no conformidades que puedan surgir en temas de calidad. (muchas veces por conseguir los materiales que se debían adquirir a ultimo momento lo cual no garantizaba la mejor calidad en los mismos)
- Gestión de documentos para la contabilización (esto se volvía muchas veces un proceso engorroso e improductivo, en la medida que contabilidad requería documentos físicos, aun cuando se podían parametrizar por medio del sistema)

1.1.4 Área de Compras y Abastecimiento.

1.1.4.1 Análisis D.O.F.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Su acreditación y vigencia en los mercados nacionales e internacionales, teniendo manufactura de calidad y siendo un acreedor puntual. • Productos de primera necesidad, particularmente en la pandemia, teniendo en cuenta que los productos de aseo ahora son indispensables con el fin de mitigar la proliferación de diversos virus y bacterias (entre ellos el Covid-19) • Sus distintas plantas de producción y centros logísticos son una pieza clave y	• Aún carece de algunos aspectos en los procesos, principalmente con el plan maestro de producción (PMP), pues este está sujeto a las ventas de los meses anteriores. • La falta de un plan de ventas consolidado, dado que no se tiene estructurado, es muy complicado lograr una estimación acertada en temas como adquisición de materias primas, importación de productos y así mismo las exportaciones se ven sesgadas.

fundamental a la hora de lograr el abastecimiento en los distintos canales de negocio. La compañía maneja once marcas distintas, esto le permite incursionar en una gran diversidad de proyectos y dada la calidad por la cual se destacan los productos, tendrán una tendencia de ventas positiva.	- El alto costo que está generando el incremento de los inventarios a la fecha, ha generado pérdidas a la empresa, teniendo en cuenta que, al dar fuerza a los nuevos productos, se deja de vender los antiguos. - Muchos procesos son mal gestionados por falta de comunicación entre las áreas, esto representa un incremento no considerado del gasto (principalmente al realizar compras), tal como son las áreas de mantenimiento y ventas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
- El incremento del comercio electrónico con el fin de lograr el distanciamiento social facilita un canal de ventas adicional a los modelos de negocio tradicionales. - El módulo de proyectos productivos de la empresa se podría sistematizar, generando así un seguimiento continuo a los nuevos productos, esto permitirá agilizar estos procesos con la gerencia. - La reapertura progresiva que ha tenido el comercio es una nueva oportunidad para generar alianzas estratégicas, principalmente en el área industrial; teniendo en cuenta las medidas en materia de higiene y salud en el trabajo.	- La consecución de materias primas se está haciendo más difícil, lo que limita potencialmente los niveles de producción de la compañía - El comercio internacional posterior a la pandemia se ha dificultado por las distintas restricciones sanitarias y escasez de contenedores, afectando tanto importaciones como exportaciones. - La contracción económica puede limitar cierta población (particularmente de bajos recursos), esto acarrea que se perciba una baja considerable en las ventas. - El gran consumo de recursos naturales no renovables genera un impacto ambiental importante, teniendo en cuenta que muchos de los productos tienen como base el plástico.

- Cabe resaltar que en las oportunidades que se plantean, **la reapertura progresiva del comercio internacional**, es una de las más importantes para el desempeño de este plan de mejoramiento, pues al progresar con este aspecto, se puede replantear el tema de las importaciones, en términos de planeación, esto por los tiempos de producción de los proveedores, así como también la

adquisición de materias primas y es aquí donde se puede delimitar si las medidas a tomar sean eficientes para la reducción de costos y el cumplimiento a cabalidad del plan master de producción, esto sin dejar de lado las demás oportunidades que la empresa puede tomar en consideración a la hora de buscar un mejor desarrollo en temas de abastecimiento.

2. Planteamiento del Plan de Mejora:

2.1 Proceso General de Compras:

Para el área de compras en general, ya sean nacionales o internacionales, existe un equipo de planeación, encargado de estimar la producción que requiere la empresa para las ventas mensuales; así como también existe un equipo de compras, que son los encargados de garantizar el abastecimiento de la empresa, para que bajo los estándares de calidad que la empresa establece, se desarrolle la producción.

En este se pueden distinguir ciertos aspectos a destacar:

- Búsqueda de proveedores en el mercado nacional e internacional, según la necesidad de la materia prima y/o producto terminado, comparando calidad, precio, tiempos de entrega y plazo de pago.
- La conexión con los proveedores, posterior a la aprobación por parte del departamento de calidad, cumpliendo con los tiempos de fabricación, y los acuerdos de pago.
- Emisión de órdenes de compra, con el fin de informar al proveedor de la necesidad real y generar una trazabilidad entre el tiempo de solicitud y la llegada de materiales
- Recepción e ingreso de materiales al sistema, para que puedan ser usados para la producción, teniendo en cuenta de manera previa no conformidades que puedan surgir en temas de calidad.
- Gestión de documentos para la contabilización (Documentos de importación o compras nacionales, según sea el caso).
- Coordinar con tesorería, la gestión de pagos a los proveedores.

Bajo este proceso, se debe tener en cuenta que lo que se debe enfocar es en mejorar la planeación, dado que esta es un factor fundamental a la hora de realizar las compras, esto incluye la compra de materias primas y productos terminados; pues dentro de las debilidades más marcadas ha sido la reestimación de materiales a destiempo, esto genera que en ocasiones se requieran más materiales de los previamente solicitados; sin embargo en otras ocasiones se solicitan materiales en exceso, esto genera inflación en los inventarios, lo que es un gran costo para la empresa.

Por lo mismo es importante hacer un proceso de evaluación de la demanda real de materiales que requiera la empresa, dimensionando de manera real los inventarios que existan, así como también con una estimación de las ventas, pues todo esto se encarga de aumentar los costos y gastos en los que incurre la empresa.

2.2. Importancia, Alcance y limitaciones:

La importancia de lo que se busca lograr mediante este plan de mejoramiento en el proceso de abastecimiento, es entender y replantear lo indispensable que es que sean corregidos los medios por los cuales la empresa se busca abastecer la línea de producción de la empresa. Pues una correcta planeación permite que no se tomen decisiones apresuradas al momento de la ejecución de las compras que realiza la empresa. Esto también permite que no se genere un stock excesivo, siendo este otro de los aspectos que más genera gastos a la compañía.

También se debe entender que esta propuesta logra un alcance se enfoca principalmente en mitigar los gastos de representación y en algunos aspectos los costos de producción a partir de una adecuada organización en la llegada de los materiales a las instalaciones y particularmente en las transacciones internacionales, las cuales generan más fácilmente un aumento en el capital requerido para su ejecución.

Las limitaciones más grandes se evidencian en los sesgos a nivel comunicativo entre las áreas aquí señaladas (compras y planeación) y los factores externos a la compañía, como lo es la escasez de materiales a nivel nacional e internacional y también los altos costos que han dejado aspectos como la difícil situación que sufre el comercio internacional, a partir de la falta de contenedores para la demanda de los mismos.

2.3 Objetivo del plan de mejora:

Mejorar el proceso de adquisición de materiales que ya se tiene en la compañía, en términos de estimación, costos, calidad y eficiencia en el mismo.

2.3.1 Objetivos específicos del plan de mejora:

- Establecer un cronograma específico para que se entreguen como máximo dos planeadores de necesidades al mes, con esto se lograría permitir a los fabricantes, cumplir sus tiempos de entrega y alcanzando las estimaciones dadas a inicio y mitad de mes.
- Abrir nuevos espacios en cuestión de comunicación del área de abastecimiento y la gerencia, esto con el fin de agilizar procesos; principalmente de aspectos que implican grandes rubros para su ejecución, pues su tardanza genera sobrecostos a la empresa.
- Agilizar procesos a nivel operativo del área de compras, esto con el fin de reducir tiempos en la tramitación de las materias primas que usa la empresa, pues se puede manejar todo de manera digital, esto con el fin de mitigar el gasto de papel y también de hacer un uso más pronto de las materias primas por parte de producción.

3. Contenido del plan de mejora:

3.1 Propuesta de mejora:

En lo trazado a lo largo del trabajo, la propuesta busca una mejora considerable en el proceso que hasta el momento se ha presentado en el área de compras. Principalmente partiendo de la subárea en gestión que son las importaciones, es aquí donde se evidencia una mayor dificultad inicial para lograr los requerimientos que hace la empresa en cuestión de materias primas que no se consiguen en el país, esto dado que se estaba presentando una escasez de contenedores a nivel mundial, por lo cual sumado a los tiempos de producción de los fabricantes, que usualmente rondaba los 120 días, lo que generaba complicaciones a la hora de hacer cambios en las solicitudes hechas a compras por parte de planeación.

Se ha de partir de un análisis inicial del proceso general de compras que lleva la empresa hasta el momento, partiendo de ciertos puntos críticos en donde se generan ciertos desaciertos a la hora de lograr eficiencia en los procesos.

Se plantea una parametrización a través del sistema SAP del cual dispone la empresa, para que las solicitudes de pedido que se generan mensualmente tengan mayor control con esto

quiere decir que a partir de que arranca el mes se tendrán 15 días exactos en los cuales el área de planeación transmite al área de compras sus requerimientos para la producción mensual; posterior a esto, no se podrán hacer cambios hasta 15 días después de lo solicitado, generando solo el adicional que se requiera para cumplir el 100% mes actual y hasta máximo el 25% del próximo, según la necesidad de inventarios que se tengan de cada materia prima, o producto terminado.

Esto va enlazado al manejo de los inventarios que maneja la empresa, pues es otro tema al que la empresa debe dar mayor atención, dado que, si bien es complicado lograr un “Plan Maestro de Producción” eficiente, lo es todavía más si se generan requisiciones adicionales a las realmente necesarias para lograr los objetivos del mes, generando un stock más grande en los inventarios; por lo mismo, también se busca en la propuesta se haga un uso adecuado a la función de inventarios con los códigos ya asignados por el área de producción, posteriormente se podrán hacer inventarios parciales, por áreas menos atendidas, o con menor rotación, con esto se podrá hacer uso adecuado de materias primas para la empresa.

Así mismo, todo este plan debe ir incluyendo mucho más el manejo automatizado que da SAP a la hora de procesar elementos, tales como lo es el papeleo de la empresa, pues son demasiados los documentos físicos innecesarios que la empresa conserva a la hora de realizar la contabilización de las mismas. Esto además de ser en sí mismo una práctica antiecológica, es poco eficiente; pues se pierde bastante tiempo en los cierres mensuales en el manejo de documentos físicos que de por sí, se han logrado adaptar por medio de la facturación electrónica, siendo un aliciente mucho más fuerte a mermar el consumo de papel en las empresas.

Por medio de estos cambios parametrizados, se podrá tener un panorama mucho más claro de lo que se tiene y lo que se requiere; con lo cual, la empresa podrá iniciar un plan de ventas mucho más acertado, teniendo esto en cuenta, se podrán potenciar nuevos proyectos y discontinuar los cuales la empresa no ve como prósperos positivos para seguir produciendo, lo que a largo se evidencia en un proceso de abastecimiento mucho más coordinado y asertivo para la empresa, reflejado en sus mismas finanzas.

3.2 Conclusiones

A lo largo del desarrollo de la práctica profesional y la construcción del trabajo de grado, se ha podido evidenciar de manera clara como el proceso de compras y el abastecimiento en general de la empresa tiene ciertos puntos débiles, en los cuales podría desarrollar mucho mejor

con el fin de generar mejores resultados a la empresa, cumpliendo los indicadores que mensualmente la empresa crea semana a semana, con el fin de conocer el estado de la misma.

También cabe aclarar que en el proceso que se desarrolló se logran definir diversos aspectos en área de negocios internacionales, tal como se evidencia en las importaciones para el abastecimiento de la empresa; así como también las exportaciones que lleva con el fin de lograr una expansión en los distintos países en los cuales se ha desarrollado, tal como es el caso de Perú.

Pese a lo anterior, también se debe entender que con una mejor parametrización de la información a través del software SAP que maneja la empresa, se pueden lograr mantener una mejor comunicación con los ejecutivos de la empresa, quienes con estas herramientas pueden tomar decisiones mucho más rápidas, por lo tanto, podrían tener un impacto positivo mucho más fuerte para la empresa. Con relación a esto se puede dar mayor atención al área de calidad de la empresa, con esto, se puede llevar una mejor trazabilidad a los proveedores, así se puede conocer el estado actual de las materias primas, con esto se garantiza que los productos cumplan los estándares mínimos y no solo cumplir con un plan maestro de producción.

Dentro del proceso de aprendizaje práctico que se evidencia que muchos aspectos como el conocimiento en logística, distribución física internacional y el mismo proceso administrativo, son aspectos que están muy presentes en el día a día dentro de la cadena de suministro, pues el abastecimiento requiere que todo un equipo se encargue que esto se cumpla; es aquí donde la Universidad Santo Tomás brinda bases teórico-prácticas para que los próximos profesionales estemos preparados para generar una toma de decisiones asertiva, lograr un trabajo en equipo eficiente y en sí, lograr que se puedan tener nociones seguras de los procesos administrativos y también en temas de negociación y comercio internacional. Teniendo esto presente personalmente se vuelve una gran herramienta para lograr resultados a nivel personal y profesional; sabiendo que el crecimiento que se genera en la aplicación de conceptos y también a nivel personal con el desarrollo en distintos ámbitos de una manera progresiva y eficiente.

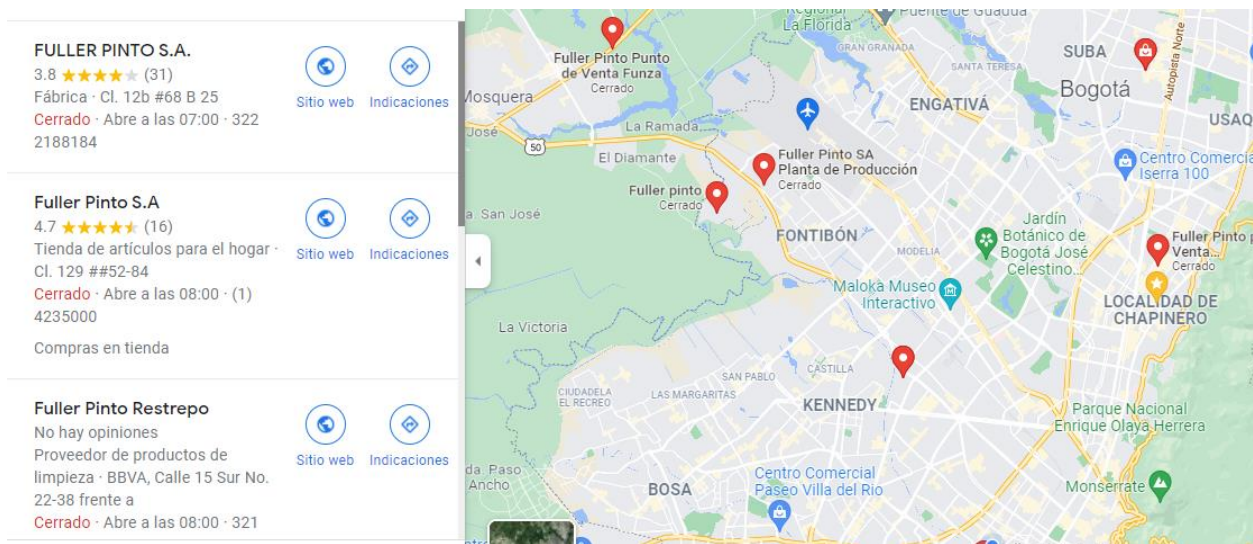
3.3 Bibliografía y referencias:

- <https://www.fullerpinto.com/quienes-somos/> (MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS)
- Fuller Pinto S.A. (2020) – organigrama de abastecimiento

- <https://www.fullerpinto.com/tiendas/> (UBICACIÓN GEOGRAFICA)
- Fuller Pinto S.A. (2019) – Presentación corporativa.

3.4 Anexos:

- Anexo I: Ubicación geográfica Fuller Pnto en Bogotá y Cundinamarca



- Anexo II: Mapa de Procesos Fuller Pinto 2020



4. Seguimiento:

4.1 En el área de importados

- Identificación del sistema de gestión SAP para la liquidación de importaciones y revisión de inventarios.
- Contacto con nuevos proveedores en el extranjero con el fin de adquisición de muestras sin valor comercial para pruebas de calidad.
- Análisis de costeo logístico en procesos de importaciones a partir de los diversos incoterms y el tipo de importación de la empresa.
- Preparación de informes para la gerencia de cadena de suministro con el estado actual a falta de contenedores
- Identificación del proceso de importación y los documentos que soportan las mismas dentro del marco legal.
- Supervisión de la descarga de las mercancías de los contenedores y realización de informes de estado de mercancías.

- Reportes de no conformidades por productos que no cumplen estándares de calidad.
- Construcción de cuadros comparativos entre proveedores con diversas materias primas para la revisión de la gerencia de abastecimiento.

4.1.1 Cumplimiento de Objetivos.

4.1.1.1 Ciclos

	Ciclo I	Ciclo II	Ciclo III	Ciclo IV
Fecha de Desarrollo	21 de febrero - 21 de marzo	21 de abril – 21 de mayo	21 mayo – 21 de junio	21 de Julio – 21 de agosto
Actividades	-Recepción e introducción a la empresa y su modo de trabajo. -Introducción al área de compras e importados en específico	- Reconocimiento de materias primas de la empresa y construcción de base de datos - contacto con proveedores útiles	- Reconocimiento de falencias en la compañía con evidencia de mejoría aplicable en planeación -Construcción de la idea de mejora.	- Establecimiento de actividades para ejecución con el director de planeación y coordinadora de compras. -Acta de entrega y paz y salvo de la gestión de práctica.
Logros	-Abundante conocimiento en muy poco tiempo en importaciones. -Aplicación de conocimientos en los negocios internacionales	-Aprendizaje de funciones del sistema SAP para liquidación de importaciones. -Aprendizaje en construcción de informes.	- Planteamiento a equipo de Compras y planeación para su evaluación a nivel de ejecución	-Consideración por parte del equipo. - Establecimiento de cronogramas. -Cierres Puntuales de contabilidad en el área de compras.
Dificultades	-Contacto con nuevos proveedores en el extranjero. -Procesos de transición de la	-Sobrecostos en Fletes marítimos. -Falta de materias primas	-Fuerte contracción económica por la Pandemia. -Poco tiempo para ejecución	-Falta de liquidez para ejecución de nuevos proyectos. -Dependencia

	empresa para mitigar costos.	a nivel internacional.	de la modificación del proceso .	de la gerencia general para nuevas propuestas de mejora.
--	------------------------------	------------------------	----------------------------------	--