

Plan de mejora de Samsung Electronics Colombia S.A en la compra de productos de cliente
interno de la compañía.

Autor:

Daniela Mahecha Vasco

Dirigido por:

Jorge Eliecer Gaitán Méndez

Universidad Santo Tomás, Bogotá D.C.

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2022-I

Resumen

En el siguiente proyecto que se presentó como opción de grado para optar por el título profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás de Bogotá D.C, se mostró un plan de mejora en el proceso de compra del cliente interno, el cual se elaboró dentro de la práctica profesional que se estuvo llevando a cabo en el departamento de logística en la compañía Samsung Electronics Colombia S.A, participando en el manejo de la información que se tuvo la oportunidad de analizar y por eso se pudieron proponer mejoras al proceso, pero sobre todo se dio énfasis a las personas involucradas en los procesos de venta establecidos en el interior de la compañía para atender la demanda de los productos por parte de sus empleados.

Palabras clave: Cliente interno, proceso de venta y cultura organizacional.

Abstract

In the following project that was presented as a degree option to opt for the professional degree in International Business at the Universidad Santo Tomás de Bogotá D.C, showed an improvement plan in the purchasing process of the internal customer, which was developed within the professional practice that was being carried out in the logistics department in the company Samsung Electronics Colombia S. A, participating in the management of the information that had the opportunity to analyze and therefore were able to propose improvements to the process, but above all emphasis was given to the people involved in the sales processes established within the company to meet the demand for products by its employees.

Key words: Internal customer, sales process and organizational culture.

Agradecimientos

Debo agradecer primeramente a Dios por el regalo de la vida, por ofrecerme su guía a través de todo mi vivir, por darme la ayuda y protección en momentos difíciles. Siempre tendré un sentimiento de agradecimiento hacia mis padres: Nubia Vasco Bustos y Jaime Mahecha Quijano, quienes han sido los mayores y más dedicados impulsores de mis sueños, quienes han confiado en mí y mis expectativas, por los valores morales que compartieron conmigo, por su asesoría permanente y desinteresada. Igualmente, agradezco a mis hermanos Brayan, Carlos y Diego Mahecha Vasco por su apoyo en todas las circunstancias de mi vida.

Agradezco a mis profesores en la universidad Santo Tomás, facultad de Negocios Internacionales, Bogotá, por todas las enseñanzas entregadas a sus alumnos durante los años de mi preparación como profesional, especialmente al Dr. Jorge Eliecer Gaitán Méndez tutor de éste proyecto de grado. Mis sinceros agradecimientos al equipo humano del departamento de logística de Samsung Electronics Colombia S.A por brindarme su apoyo y confianza.

Introducción

En estos tiempos, las organizaciones se han venido dando cuenta del muy importante rol del cliente, reconociéndolo como una parte fundamental en el desarrollo y progreso de la organización. (Cedered, 2019). Pero, como se vio en este caso, al analizar el proceso de venta al cliente interno en Samsung Electronics Colombia S.A. se encontraron debilidades que debían ser superadas para lograr colocar este proceso al nivel de la misión y valores que estableció la compañía. Los estudios publicados, desde hace más de una década, en los libros “La excelencia de los servicios y La revolución de los servicios, por los señores Kald Albrech y Jack Carson, apoyados a su vez en los estudios llevados a cabo anteriormente por Abraham Maslow (autor de La pirámide de Maslow) y por Douglas MacGregor (autor de la teoría X y la teoría Y de los Recursos Humanos), dan a conocer y explican las motivaciones que impulsan la conducta humana. (Cedered, 2019)

Albrech y Carson toman esos principios y los llevan a distinguir que las empresas ofrecen servicios y/o productos que tienen múltiples raíces y no una sola y que por tanto, satisfacen más de una necesidad de sus clientes. Plantean una distinción muy importante que no es reconocida en la práctica: existen clientes externos, pero también existen los clientes internos, menos tenidos en cuenta al establecer procesos que satisfagan sus necesidades como seres humanos las cuales, según Maslow se definen así: Necesidades primarias: aquellas que corresponden a todo ser humano y que son vitales para su existencia como es el caso de la respiración, alimentación, vestuario, hidratación, sexo, etc. Las necesidades de seguridad: son aquellas que vienen después de satisfacer las primarias y se relacionan con el orden de tipo físico (salud), de la economía, de un lugar para habitar, etc. Y por último las necesidades sociales: relacionadas con el sentido de pertenencia a una comunidad, familia, pareja y amigos, etc. (Sevilla, 2015).

El planteamiento de Albrech y Carson es que igualmente el empleado o trabajador de la empresa es un cliente interno, algo novedoso ya que hasta ese momento solo era conocido como la persona que presta sus servicios a una organización, suponiendo que buscaba solo la atención a sus necesidades básicas o fisiológicas, mediante el dinero recibido como salario y sólo muy rara vez reconociendo a esos trabajadores / empleados, la satisfacción de sus necesidades de seguridad, sociales, de autorrealización y autoestima. (Conexión ESAN, 2016).

Comprendido lo anterior, vimos la importancia que tiene el estudiar y proponer mejoras en los procesos de atención al cliente interno, en lo relativo a las tareas que le corresponden al departamento de Logística, tema de este proyecto de grado.

Contenido

Resumen	2
Abstract	2
Agradecimientos	3
Introducción	4
1. La Empresa	7
1.1 Aspectos Generales	7
1.1.1 Misión	7
1.1.3 Valores	7
1.1.4. Ubicación Geográfica	8
1.1.5. Estructura Organizativa	8
1.1.4 Departamento en el que se desarrolló la práctica.	9
1.1.4.1 Análisis DOFA del Departamento de Logística	10
2. Planteamiento del problema	11
2.1 Importancia, Limitaciones y Alcances	11
2.2. Objetivo General	11
2.2.1 Objetivos específicos	12
3. Contenido del plan mejora	12
3.2 Conclusiones	13
3.3 Bibliografía	14
4. Anexos.	15
5. Seguimiento de la práctica profesional	16

1. La Empresa

1.1 Aspectos Generales

Samsung Electronics Colombia S.A. es la sociedad comercial que representa en nuestro país a la compañía multinacional Samsung, con casa matriz en Corea del Sur y con representación directa a través de filiales en la mayoría de países del mundo. La empresa se ha dedicado desde sus inicios a la fabricación de dispositivos electrónicos para el hogar aportando una alta cuota de tecnología futurista gracias a su compromiso con el área de investigación y desarrollo. (2022)

1.1.1 Misión

“Samsung sigue una filosofía empresarial simple: dedicar su talento y tecnología a crear productos y servicios superiores que contribuyan a una mejor sociedad global. Para lograrlo, estableció un alto valor en sus personas y tecnologías”. (Samsung Electronics Colombia, S. A., 2022)

1.1.2 Visión

Samsung Electronics Colombia S.A establece como su visión “inspirar al mundo, crear el futuro”. (Más industrias, 2019). Satisfaciendo las expectativas de los seres humanos frente al mundo digital.

1.1.3 Valores

Samsung (2022) es fiel representante de la filosofía empresarial que da un énfasis mayor a los valores sociales e individuales, lo cual le da una gran credibilidad y altos niveles de confianza entre el público de los mercados a donde llega con sus productos. Para lograr lo anterior, sigue de forma estricta el cumplimiento de cinco valores:

Personas: Definidas como los clientes usuarios finales, los accionistas, los empleados y la sociedad en general, brindándoles a cada uno de ellos las opciones que les permitan alcanzar lo mejor de ellos mismos.

Excelencia: Todo se hace para alcanzar los más altos estándares de calidad, eficiencia y rentabilidad.

Cambio: Tener la vista puesta hacia el futuro, al momento de ejecutar cualquier proceso, definir una política o desarrollar un producto pensando siempre en anticipar las necesidades del mercado.

Integridad: Para garantizar el mutuo respeto en las relaciones con las personas y entidades, la igualdad y la absoluta confianza, se da énfasis a la manera de obrar con total honestidad.

Prosperidad conjunta: Entendida como el compromiso de la empresa con el bienestar de la sociedad en general y con el medio ambiente.

1.1.4. Ubicación Geográfica

Las instalaciones en Colombia se encuentran ubicadas en:

Figura 1

Maps de la torre Samsung Electronics Colombia S.A



Dirección: Carrera 7 #113-43

País: Colombia

Ciudad: Bogotá, Cundinamarca

Teléfono: +60 1 7430477

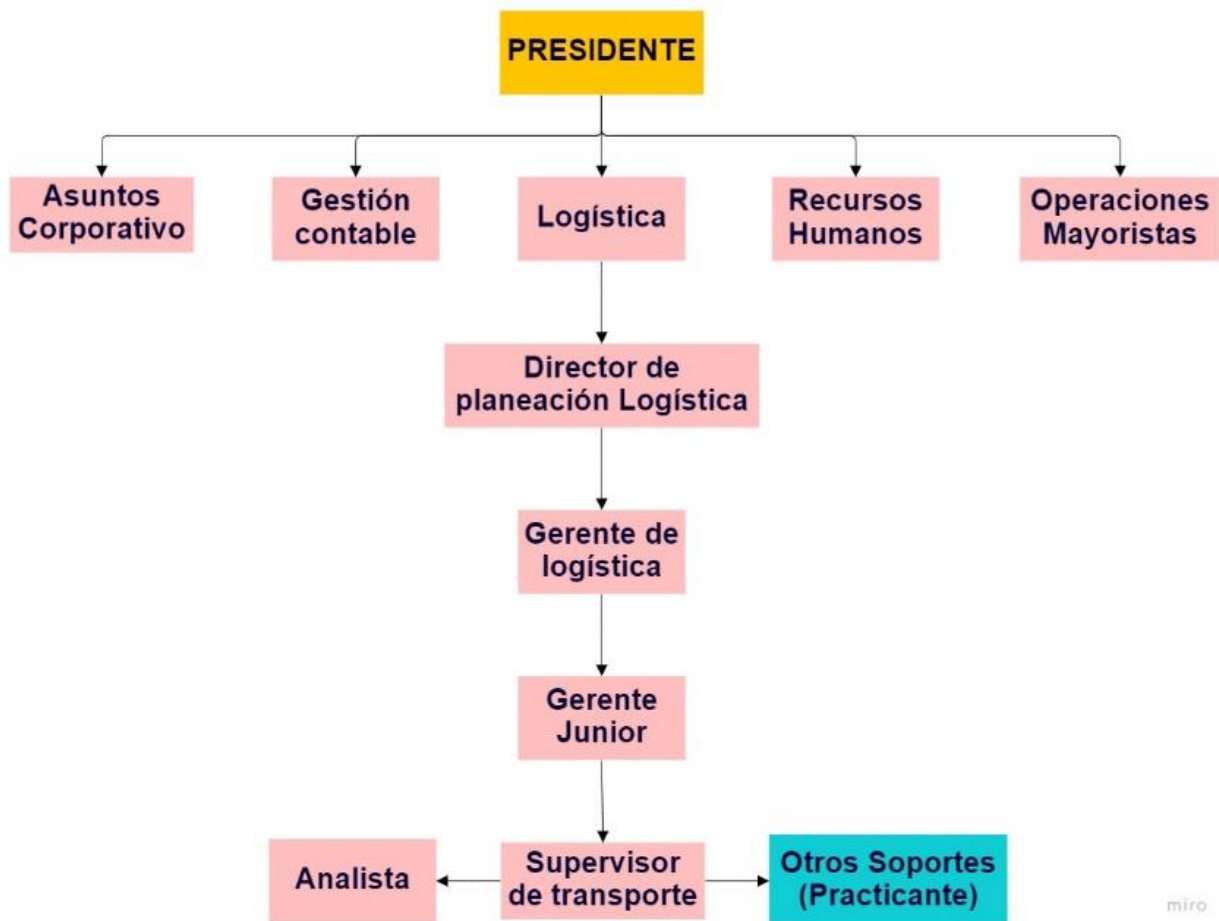
Fuente: Google maps, Samsung Electronics Colombia S.A

1.1.5. Estructura Organizativa

Samsung Electronics Colombia S.A se encuentra dividida en diferentes áreas, y cada una de ellas representa un grupo de trabajo con sus respectivas actividades a desarrollar. Mediante el diagrama que se expone a continuación, se puede analizar el área de logística donde se estuvieron llevando a cabo las prácticas empresariales universitarias. (2022)

Figura 2

Samsung Electronics Colombia S.A - Estructura Organizacional del área de Logística



Fuente: Elaboración propia adaptado de la página de Samsung Electronics Colombia S.A

1.1.4 Departamento en el que se desarrolló la práctica.

El departamento de logística de Samsung Electronics Colombia S.A. tiene como prioridad dos aspectos del negocio en la cadena de suministro: capacidad de respuesta, entrega a tiempo y envío a tiempo, entre otras. Además de atender al cliente convencional externo de la empresa, ha definido unas políticas y un proceso de comercialización y venta para atender a sus propios empleados y a los de las empresas asociadas para servir a la cadena de distribución.

Las actividades que desarrolló la practicante fueron: ayudar al mejoramiento del proceso de atención hacia el cliente interno (empleado y afiliado), en la cual se elaboraban las formas de pago de los productos que se compraban a través de la plataforma de Samsung (SALES PORTAL). Además de ello se realizaban devoluciones de facturas a terceros las

cuales debían ser procesadas por esas empresas. De la misma, manera se ejecutaba un proceso de facturación acompañado de un documento donde se hacía relación de dichas facturas con destino al departamento de finanzas. Así mismo se generaba una actualización en la base de datos donde debían ser cargados los seriales de los productos que eran comercializados por los clientes mayoristas, pero que fueron erradamente registrados por dicho cliente; adicionalmente se agregaban las declaraciones de importaciones en el sistema SAP de la empresa.

Otra tarea adicional que se realizaba era subir los documentos en formato txt para registrar el IMEI (International Mobile Station Equipment), código pregrabado por el fabricante para identificar, a nivel mundial, cada uno de los equipos móviles que había manufacturado. Se elaboraba también el listado de facturas correspondientes al año fiscal 2020 a fin de solicitar la devolución de impuestos.

1.1.4.1 Análisis DOFA del Departamento de Logística

Tabla 1

Análisis DOFA

Fortalezas	Oportunidades
Beneficios de créditos para acceder con facilidad a los productos. La buena actitud y excelente atención de las personas a cargo. La empresa puede manejar el precio para otorgar un descuento. Incremento de ventas por el canal de venta a empleados motivados por los descuentos.	Crecimiento de mercado, por las tasas de incremento poblacional. El positivo posicionamiento que tiene la marca Samsung, en la mentalidad del comprador colombiano.
Debilidades	Amenazas
El proceso que se desarrollaba a través de la página de ventas a empleados (Cliente interno) adolecía de un procedimiento que facilitara e hiciera atractiva la compra. Todo el proceso de ventas en línea de Samsung Electronics Colombia S.A. a clientes externos e internos se ha venido desarrollando de forma manual. El sistema de transporte entre las bodegas de Samsung Electronics Colombia S.A. y sus clientes (externos e internos), presenta una serie de falencias, para entregar el producto.	Agresivas campañas de publicidad de la competencia. Grandes superficies podían ofrecer rebajas que colocaban sus precios por debajo de los que ofrecía Samsung a sus empleados.

Fuente: Elaboración propia de la matriz DOFA, adaptado de Samsung Electronics Colombia S.A.

2. Planteamiento del problema

Se seleccionó, de entre las debilidades señaladas en el análisis DOFA visto anteriormente, la que tiene que ver con el proceso de ventas al cliente interno, dado que en esta se presentaba duplicación de actividades, retrocesos, cancelaciones o anulaciones de los pasos que se habían desarrollado hasta ese momento, buscando corregir y darle una solución eficiente que satisficiera al comprador, llámese empleado de Samsung o empleado de una empresa afiliada, pero también maximizar beneficios para la empresa Samsung Electronics Colombia S.A.

2.1 Importancia, Limitaciones y Alcances

Importancia: Fue esencial para el plan de mejora que Samsung en su página web para empleados (SALES PORTAL) tuviera una mejor estructura para de esa manera facilitar al cliente interno (empleado) el acceso a información visual, descripción técnica y al mismo tiempo indicar la disponibilidad del producto que se estaba buscando adquirir y un botón que indicara las distintas alternativas que se tenían para finalizar el pago.

Limitaciones: una muy importante fue la dificultad que se tuvo al elaborar este proyecto y poder implementarlo, darle seguimiento y verificar con cifras y encuestas si los resultados esperados se lograrían en el tiempo presupuestado, ya que no se estaría vinculado a la empresa el tiempo suficiente para ir más allá de elaborar una propuesta, la cual quedaría en manos del ejecutivo a cargo de esta área. La segunda limitación, que no se pudo verificar, es que dicho canal de ventas no fuera atractivo económicamente para la empresa y por ello no hubiera interés en perfeccionarlo.

El alcance: a través de las propuestas planteadas en el proyecto de plan de mejora, se buscaba impactar favorablemente al cliente interno empleado y al empleado de empresas de terceros en el momento que tomaban la decisión de hacer compra de alguno de los productos ofrecidos por Samsung, pero también se impactaría positivamente a los empleados a cargo de atender a dichos clientes, principalmente a los del departamento de logística.

2.2. Objetivo General

Proponer el plan de mejora en el proceso de venta al cliente interno para incrementar el nivel de satisfacción y eficiencia en la empresa Samsung Electronics Colombia S.A.

2.2.1 Objetivos específicos

- Diagnosticar el proceso de venta para el cliente interno en el componente de logística para la empresa Samsung Electronics Colombia S.A
- Identificar las ventajas y desventajas del proceso de venta para el cliente interno en el componente de logística para la empresa Samsung Electronics Colombia S.A
- Plantear la propuesta logística en el proceso de venta al cliente interno para incrementar el nivel de satisfacción y eficiencia en la empresa Samsung Electronics Colombia S.A.

3. Contenido del plan mejora

Se comenzó por analizar el proceso de venta al cliente interno de la compañía Samsung Electronics Colombia S.A. de acuerdo al diagrama de la figura 3 (ver en anexos), donde se muestran las dificultades desde que el cliente interno ingresaba a la página de ventas de la empresa, porque no había información ni datos técnicos acerca del producto, ni sobre su existencia en el inventario. Al no existir esta información, el cliente debía consultar a una persona fuera de la página, en este caso el responsable del inventario de cada línea del producto. Si había existencia se continuaba con el proceso de compra. Si no había, el cliente tenía dos opciones: la primera era no realizar ninguna compra y la segunda era buscar otro producto diferente para iniciar de nuevo el proceso de compra.

Cuando había existencia se pasaba a generar la orden de compra, la cual se enviaba por medio de un correo electrónico a una segunda persona para que fuera ella la que tramitara el método de pago, pero antes de liberar una orden de pago se debía confirmar por segunda vez el inventario para así poder generar el código con el cual se bloqueaba la venta de ese producto y se daba por terminado el proceso al generar el link de pago, para que el cliente siguiera con el proceso de compra. En ocasiones se presentaba el caso de que en la segunda verificación ya no existiera el producto y el proceso se interrumpía.

La ventaja más significativa para la empresa, fue encontrar que el cliente interno se constituía en un cliente leal a la marca y estaba atento a cualquier oportunidad de comprar las últimas versiones de sus productos. Como desventaja se vio la dificultad que presentaba la versión establecida en la página (SALES PORTAL), ya que desmotivaba a un posible comprador y malgastaba el tiempo de los empleados del departamento de logística encargados de atender este canal de venta.

Basados en lo anteriormente expuesto, se pasó enseguida a proponer una alternativa que trajera mejoras en el proceso de venta de productos al cliente interno (ver anexos Figura 4). Se hizo entonces aparecer información gráfica del producto y datos técnicos (dimensiones, tipo de energía y color), para que el cliente pudiera seleccionar la compra a su gusto. Seguidamente la página web le permitía acceder de inmediato al inventario de la compañía en Colombia, para que el cliente llevara el producto a su carrito de compras sin ninguna intermediación.

Ya con el producto seleccionado, podía ir a un botón de pago que se instaló en la página - similar al que se usa en la mayoría de los portales de venta de la web - en donde el cliente automáticamente fuera guiado a pagar utilizando métodos de pago convencionales. Al tener este proceso mejorado, se pudo atender simultáneamente, tanto al cliente interno empleado de Samsung, como al cliente interno empleado de una empresa afiliada.

3.2 Conclusiones

Al implementarse la propuesta esbozada en este proyecto la empresa está dando pasos muy significativos en su misión de integrarse e integrar la comunidad en donde tiene presencia, más allá del simple intercambio de un proceso de compraventa, ya que estaría permitiendo la participación de estudiantes en trámites de grado universitario, a través de actividades de mejoramiento continuo, diligenciadas dentro de una práctica profesional.

De hacerse efectivas las propuestas de mejora que expusimos en el anexo 2 donde se diagramó el proceso modificado, podríamos obtener una reducción en el número de empleados que intervenían en el proceso, haciéndolo más sistematizado y por tanto manejable directamente por el cliente interno como único actor en este proceso de compra.

Igualmente lograremos mejorar el ambiente interno de trabajo entre los empleados que atienden el proceso de venta al hacerlo más eficiente, la compañía podrá ver reducidos sus costos y lograra fidelizar a un cliente muy importante dentro del conjunto total del negocio.

El cliente interno tendrá mucha más autonomía y poder de decisión al hacer la compra con el proceso propuesto en el plan de mejora para la plataforma de empleados de compañía, motivándolo hacer compras con mayor frecuencia, para beneficio tanto de la empresa como del cliente.

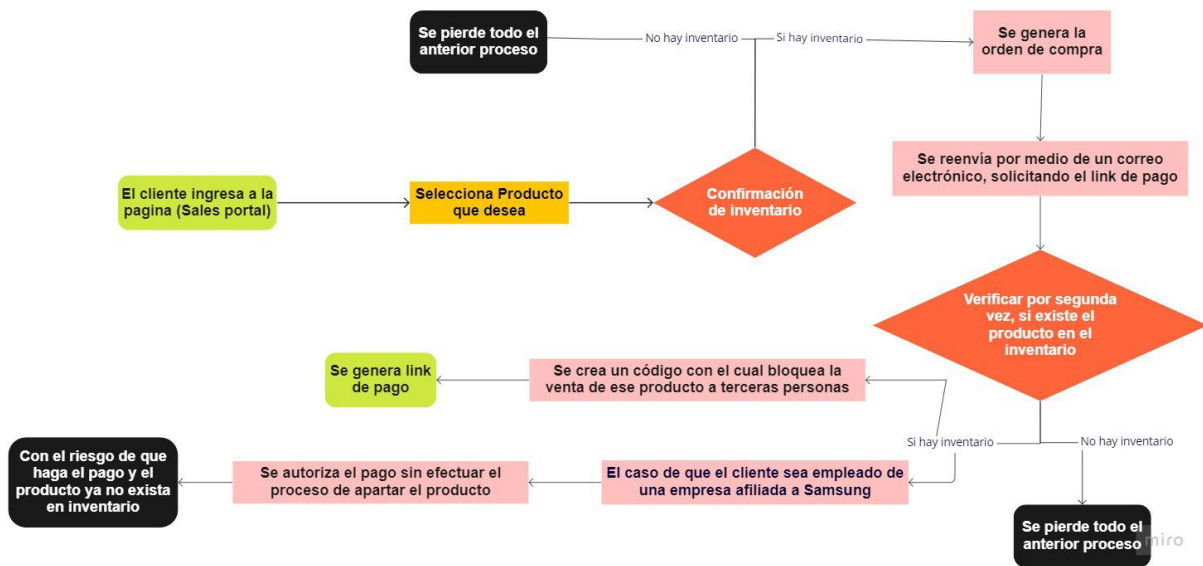
3.3 Bibliografía

- Alexander. (2021). *Cliente interno: ¿quién es y por qué es importante satisfacer sus necesidades?* PQS. <https://bit.ly/Clienteinternonecesidades>
- CedeRed (2019). *Teoría X y teoría Y de los recursos humanos*. CedeRed <https://bit.ly/TEORÍAXYTEORÍAY>
- Conexión ESAN (2016). *Diferencias entre las ventas y el marketing*. Esan Business. <https://bit.ly/MarketingVSVentas>
- DirigentesDigital. (2018). *Samsung quiere inspirar al mundo y crear el futuro*. DirigentesDigital. <https://bit.ly/Samsungquiereinspiraralmundoycrear>
- Google Maps. (2022). *Ubicación Geográfica Torre Samsung*. Google Maps. <https://bit.ly/TorreSamsungGoogleMaps>
- Oficina de Contabilidad General de EE.UU. (2002). *El papel de la GAO en la asistencia a la supervisión del Congreso*. GAO. <https://bit.ly/USGeneralAccountingOffice>
- Más industrias. (2019). ¿Cómo fue?: Samsung: inspirar al mundo, crear el futuro. <https://bit.ly/masindustrias-corea>
- MegaEstatus. (2017). *Samsung, inspirar al mundo, crear el futuro*. MegaEstatus <https://bit.ly/megaestatusInspiraralmundo>
- Samsung Electronics Colombia S.A. (2022). *Quienes somos*. Samsung.co. <https://bit.ly/SamsungElectronicsColombia>
- Sevilla Arias, P. (2015). *Pirámide de Maslow*. Economipedia. <https://bit.ly/PirámidedeMaslow>

4. Anexos.

Figura 3

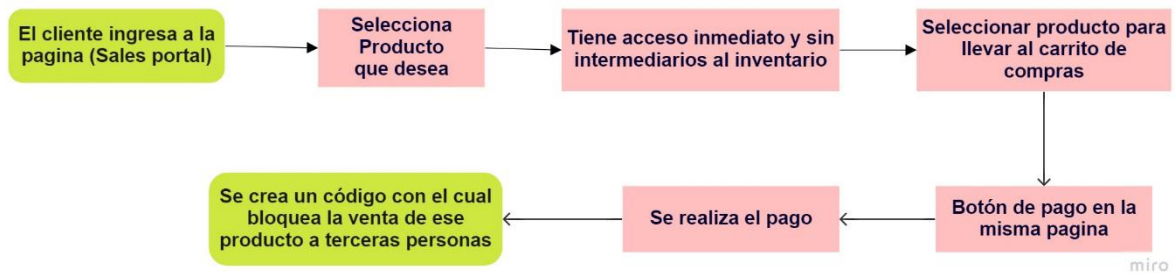
Proceso actual para comprar en la plataforma de empleados



Fuente: Elaboración propia, adaptado de Samsung Electronics Colombia S.A

Figura 4

Propuesta para la implementación de compras en la plataforma de empleados



Fuente: Elaboración propia, adaptado de Samsung Electronics Colombia S.A

5. Seguimiento de la práctica profesional

CICLO	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
CICLO 1 (13/01/2022 - 12/02/2022)	Introducción de la compañía, capacitación del sistema para ingresar a la plataforma y capacitación del departamento de logística.	Comprensión de tareas y horarios a disponer para desarrollar las actividades.	En el proceso de inducción se presentó dificultades, porque se tenía planteado realizar presencial y de momento pasó el proceso a ser virtual.
CICLO 2 (13/02/2022 - 12/03/2022)	Inducción y manejo de plataformas digitales como: SAP y PAYU, donde tengo que desarrollar los links de pago de los productos que son comprados por la plataforma de empleados y además de ello realizar el proceso de separación del producto.	El manejo de cada una de las plataformas para el desarrollo de las actividades sea más eficiente.	No se presentaron dificultades.
CICLO 3 (13/03/2022 - 12/04/2022)	Desarrollar las actividades descritas del ciclo 2 y además de ello realizar devolución de facturas a terceros las cuales deben ser procesadas por dichas empresas. Así mismo desarrolló la actualización en la base de datos donde deben ser cargados los seriales de los productos que son comercializados a los clientes mayoristas, pero que fueron erradamente registradas por el cliente.	En el proceso del 13 de marzo, día sin IVA, fue el día que encontré el problema, con el cual se plantea el plan de mejora para el área de logística.	La empresa implementó tres días para realizar el proceso de compra para tener la oportunidad de adquirir los productos sin IVA. Presentándose así una cantidad alta de órdenes de compra lo cual fueron cuatro días generando links de pago, y únicamente se podía pagar el 13 de marzo donde ese día se presentó un colapso en la página de pago.
	Además de realizar los procesos del ciclo 2 y 3, me asignaron nuevas actividades como es de subir los documentos en formato txt para registrar el IMEI (International Mobile Station Equipment), código pregrabado por el fabricante para identificar, a nivel mundial, cada uno de los	Se exploran las posibles ideas para el plan de mejora, en el cual se determinan los objetivos y pasos a seguir para dicha ejecución del proyecto.	Se presentó dificultad el día del cierre porque las declaraciones de importaciones llegaron el último día, las cuales tienen que ser subidas antes que se termine el mes, para evitar dificultades en el sistema.

CICLO 4 (13/04/2022 - 12/05/2022)	equipos móviles que haya manufacturado. Adicional a eso se suben las declaraciones de importaciones al sistema del SAP de la empresa. Así mismo comencé la realización del proceso de facturación con destino al departamento de finanzas.		
CICLO 5 (13/05/2022 - 12/06/2022)	Para seguir con el proceso, se desarrolla cada una de las actividades antes descritas en el ciclo 2, 3, y 4. Además de ello se realizó el inventario, el 02/05/2022 como esta establecido por la empresa, realizarlo cada seis meses por el área de logística.	Fue una experiencia única, en poder ayudar en la elaboración de un inventario y fue una práctica en la cual se logró resolver dudas que se tenían con respecto a la empresa.	No se presentaron dificultades.
CICLO 6 (13/06/2022 - 30/06/2022)	Para seguir con el proceso, se desarrolla cada una de las actividades antes descritas. Además de ellos se llevó a cabo la realización de links masivos por el segundo día sin IVA.	Saber trabajar bajo presión y lograr eso para tener un buen trabajo en equipo.	No se presentaron dificultades.

Fuente: cronograma de actividades propuestas durante los ciclos de prácticas planteadas mes por mes (2022).