

Sistematización Mensual para Listado de Productos en el Área de Compras

Paula Andrea Álzate Rodríguez

Trabajo de Grado para Optar al Título de
Profesional en Negocios Internacionales

Docente

Andrés Samper Fajardo

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad De Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

Resumen

Este plan de mejora presentado a cargo de la empresa Multinacional Compass Group S.A, área de compras donde Paula Andrea Álzate Rodríguez se desempeña como asistente donde desarrollo su práctica profesional, reconociendo y aprendiendo sobre los diferentes procesos en el área de compras de la empresa anteriormente mencionada.

A medida del desarrollo de la experiencia la cual fue enfocada al área de compras, desarrollaron habilidades como informes los cuales contienen información sobre costeo de la actividad logística al adquirir algún producto de nuestros proveedores, realización de tablas dinámicas con datos sobre precio del mismo producto por parte de diferentes proveedores, resultado de ganancias y pérdidas porcentuales, estadísticas mensuales sobre el comportamiento de compra sobre todos los productos con respecto a la demanda solicitada por parte de los compradores para analizar la correlación entre precio y venta.

Es así como se detectaron ciertos puntos y procesos a los que es posible realizarles mejoras sistematizadas para optimizar los procesos de conteo, información de proveedores, sus productos y referencias para que a final de mes se tenga una matriz con información exacta sobre el comportamiento de cada producto con respecto a la demanda del mes pasado para así analizar que proveedores son más viables y que mercados solicitan con más frecuencia productos alimenticios.

En este plan de mejora podrá apreciar la propuesta presentada a la compañía, tales como un control sistematizado de información sobre los productos más solicitados por parte de la demanda, información de proveedores y la respuesta que tuvo.

Agradecimientos

Agradezco a la empresa Multinacional Compass Group S.A por haberme dado la oportunidad de enseñarme, aprender y crecer de distintas maneras no solo profesionalmente, debido a la situación actual del país la experiencia que aunque no fue sencilla fue muy enriquecedora. A mi coordinador quien me dio su apoyo, paciencia y que con disposición me compartió sus conocimientos, finalmente a mi familia animándome siempre en el camino, a mis amigos universitarios por acompañarme y ser parte de todo el proceso de aprendizaje que fue la universidad, a mis docentes por ayudar a construirme profesionalmente con toda clase de críticas que finalmente resultaron más que constructivas.

Introducción

Compass Group S.A es una Multinacional Británica líder a nivel mundial en servicios de alimentación y servicios de soporte, tiene presencia en 55 países en los 6 continentes alrededor del mundo, con 22 años de recorrido en mercado Colombiano, durante su crecimiento en el país se ha esparcido en 23 departamentos donde se ha dedicado a abastecer a organizaciones laborales, educativas y medicas con el fin de generar mayor calidad y salud por medio de sus servicios alimenticios.

Compass Group brinda apoyo en servicios de soporte y servicios alimenticios a distintas organizaciones con el sentido de promover una mejor calidad alimenticia, crea contactos con diferentes proveedores a nivel nacional e internacional para saldar su gran demanda de ventas, dentro de sus actividades Compass Group realiza el análisis de quienes son los proveedores con la mejor propuesta de costo de productos y tarifa “secreta” de descuento bimestral o anual otorgada a ellos por parte de los proveedores. Parte del proceso realizado en el área de compras es la actualización de datos de productos y proveedores existentes en el sistema, contacto con potenciales proveedores, análisis estadístico y porcentual de ganancias, aumento del precio de productos y viabilidad de estos para la compra.

Durante el proceso de desarrollar de distintas actividades en el área de compras, es donde se hacen presentes algunos procesos a los cuales se le efectuó mejoras debido a que en el momento de realizar el conteo de los productos con más ventas o los proveedores más solicitados la información no concordaba, hacían falta el registro de unidades vendidas tanto como la referencia exacta, productos se cruzaban en el momento de ingresarlos como vendidos en determinado mes lo que generaba que los listados se desordenaran apareciendo muchos en categorías que no les correspondían haciendo que el proceso de costeo, organización, e informes de productos con referencia fuese mucho más lento de lo que debería.

Por lo anterior se presentó una nueva alternativa para sistematizar el proceso y hacerlo más exacto para generar informes y estadísticas que resultaran más eficaces para optimizar los procesos y dedicarle más tiempo a diferentes aspectos del área de compras.

Tabla de contenido

1.	Multinacional Compass Group S.A.....	6
1.1	Aspectos Generales	6
1.1.1	Misión	6
1.1.2	Visión.....	6
1.1.3	Valores	6
1.1.4	Área de Compras	8
2.	Planteamiento del Plan de Mejora.....	8
2.1	Proceso de Sistematización	8
2.2	Importancia, Alcance y Limitaciones.....	9
2.3	Objetivo General.....	9
2.3.1	Objetivos Específicos	9
3.	Contenido del Plan de Mejora.....	10
3.1	Propuesta de Mejora.....	10
3.2	Conclusiones	10
4.	Seguimiento	15
4.1	Plan de Actividades.....	15
4.1.1	Cumplimiento de Objetivos	15

1. Multinacional Compass Group S.A

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión

Compass Group cuenta con una muy concisa misión siendo que todo el personal de la empresa esta desde un inicio sumamente comprometido para proporcionar consistentemente un servicio superior, de alta calidad para generar el mejor y más satisfactorio servicio a los consumidores, colaboradores y sus accionistas.

1.1.2 Visión

" Ser un proveedor de talla mundial de Servicios de alimentación y Soporte, reconocido por nuestro excelente equipo de personas, nuestro excelente servicio y nuestros excelentes resultados". Compass Group S.A (2021).

1.1.3 Valores

Se mencionan los valores por los cuales los colaboradores de toda la organización empresarial se presiden:

- La transparencia, confianza e integridad es sumamente importante.
- Pasión por la calidad en todos nuestros servicios.
- El trabajo en equipo es fundamental.
- Responsabilidad en todas las actividades realizadas.
- Tener convencimiento de que siempre puedo hacerlo.

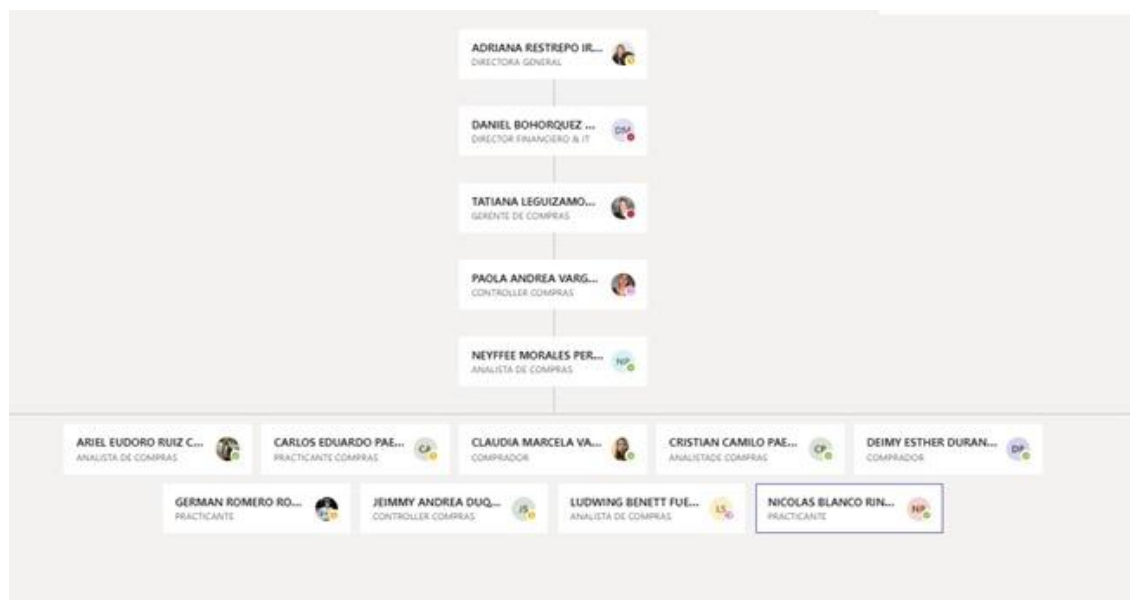
1.1.2 Ubicación Geográfica

La empresa se encuentra ubicada con su sede principal en Bogotá, Colombia en la Calle 98# 11B – 29.

1.1.3 Estructura Organizacional

A continuación se muestra el organigrama presente en el área de compras de la empresa Compass Group S.A.

Figura 1 Organigrama Área de Compras.



Nota: Tomado de Plan de mejora Nicolás Blanco, Intranet Microsoft Team Corporation (Comunicaciones personales, s.f.)

1.1.4 Área de Compras

Tabla 1 Análisis DOFA

Fortalezas	Oportunidades
• Ser la multinacional líder en servicios de alimentos a nivel mundial y en Colombia. • Respaldo y trayectoria del mercado con más de 70 años. • Basto conocimiento y fiabilidad en toda el área de alimentos como servicio. • Presencia en más de la mitad de departamentos en Colombia.	• Tanto entidades públicas como privadas poseen plazas donde las personas se reúnen a comer. • Toda la población Colombiana adquiere alimentos de marcas reconocidas en almacenes de cadena o no inscritos. • Nuevos clientes constantemente.
Debilidades	Amenazas
• Reestructuración del bases de datos constantemente. • Ventas y utilidades un tanto volátiles. • Falta de exactitud en la recolección de información sobre productos.	• Dependencia del precio de costo de los productos por parte de los proveedores. • Se requiere mayor desarrollo en los canales de comunicación digitalizados con los clientes y proveedores para hacer el trabajo más eficiente.

2. Planteamiento del Plan de Mejora

2.1 Proceso de Sistematización

El área de Compras es un departamento de la empresa bastante dispendioso en constante movimiento, solicitud de información sobre proveedores, manejo de productos con su referencia exacta, negociación constante de los precios e ingreso de resultado de ventas y estadísticas. Es por eso que al existir gran cantidad de información en rotación constante existe la posibilidad de que algunos productos no se agreguen a las bases de datos como

vendidos en algún mes, generando que la información se cruzara entre productos y referencias lo que al final no permitía una visión más clara al analizar proveedor por proveedor, la variación porcentual en precios y análisis estadísticos para distinguir rentabilidades.

Por consiguiente, la información más adelante expuesta muestra un esquema un poco distinto pero más organizado y eficaz para el desarrollo del análisis sistematizado, el cual nos permite ver los productos más demandados en abarrotes y lácteos junto con los proveedores y sus diferentes precios durante cada mes y año para que al momento de que se ingrese un nuevo proveedor o producto sea más organizado, claro, específico y no se crucen información entre abarrotes y lácteos.

2.2 Importancia, Alcance y Limitaciones

Su importancia se establece en el concepto de organización y claridad desde el instante en que se tiene contacto con proveedores, el ingreso de productos con sus debidas referencias y las diferencias porcentuales entre ellas al realizar proyecciones.

El alcance de mejora tiene como objetivo generar una base de información concisa y certera en donde se logre visualizar los productos que se adquirieron y vendieron de cada proveedor a nivel mensual de manera organizada, para generar informes más elaborados sin información faltante de datos para así optimizar el proceso de compras y análisis estadísticos sin tomar más del tiempo que debería ser.

Las limitaciones de este proceso se encuentran en la reunión de información sobre proveedores y productos que están esparcidos en otras bases de datos y en la tardanza al proporcionar ciertos datos por parte del equipo de trabajo debido al aumento de las tareas laborales en la pandemia.

2.3 Objetivo General

Contribuir a generar y construir una base de datos con información más exacta y puntual para la realización de análisis porcentuales de la cantidad de operaciones con respecto a ciertos productos frente a determinada demanda.

2.3.1 Objetivos Específicos

- Establecer un orden a la hora de ingresar información mensual.

- Reducir el tiempo de búsqueda de unidades vendidas en determinadas plazas y productos comprados a distintos proveedores.
- Generar una actualización constante y fácil de ingresar en el sistema o listado para tener mayor control.

3. Contenido del Plan de Mejora

3.1 Propuesta de Mejora

Como se ha ido exponiendo en el presente informe el área de Compras de la empresa Compass Group s.a es un departamento con constante ingreso y salida de información con respecto a proveedores y productos, sobre todo en abarrotes y lácteos pues se tiene la lista más grande en ingreso de productos lácteos a nivel nacional.

Durante el desarrollo de la práctica profesional al inicio y gran parte de ella se realizó trabajo de acompañamiento y aprendizaje sobre la empresa, reconocer como son los procesos de compra y los proveedores más fuertes e importantes para la compañía, diligenciar toda la información en Excel ya que ahí es donde tienen la gran mayoría de su información. Por lo cual es así que ha medida del diligenciamiento de todos los puntos anteriormente mencionados surge la idea del plan de mejora el cual tiene como enfoque reunir toda la información anual de cada proveedor, las características de cada producto, las distintas referencias y la operación para saber si el producto sube o baja en que cuantía porcentualmente con relación al mes anterior con el objetivo de hacer más eficaz la recolección de información y más exactos los informes.

3.2 Conclusiones

Al momento que se realizó la recolección de información e implementación de la propuesta se evidencia mucha más claridad para los seis analistas de compras ya que podían acceder a información de manera más rápida y puntual, además cuando debían registrar y visualizar algún producto nuevo en la lista mensual se identificaba el porcentaje de incremento o disminución sobre el precio ya que les arrojaba de manera automática el resultado generando mayor rapidez y exactitud en el proceso de reconocimiento de proveedores y productos mensualmente en el área de compras.

Como estudiante de Negocios Internacionales para la realización de este plan de mejora se aplicaron y pusieron en práctica procesos sobre principios administrativos a nivel organizacional, temáticas sobre mercadeo de capitales, entender el porqué de resultados positivos o negativos, el nivel y cantidad de operaciones por plaza y como eso depende del éxito de la negociación del área de compras, permitiendo una nueva visión organizacional al sistematizar información para que venideros practicantes puedan seguir trabajando y mejorado la base de datos durante el proceso de aprendizaje junto al profesional para finalmente obtener información más exacta y puntualizada.

3.3 Bibliografía

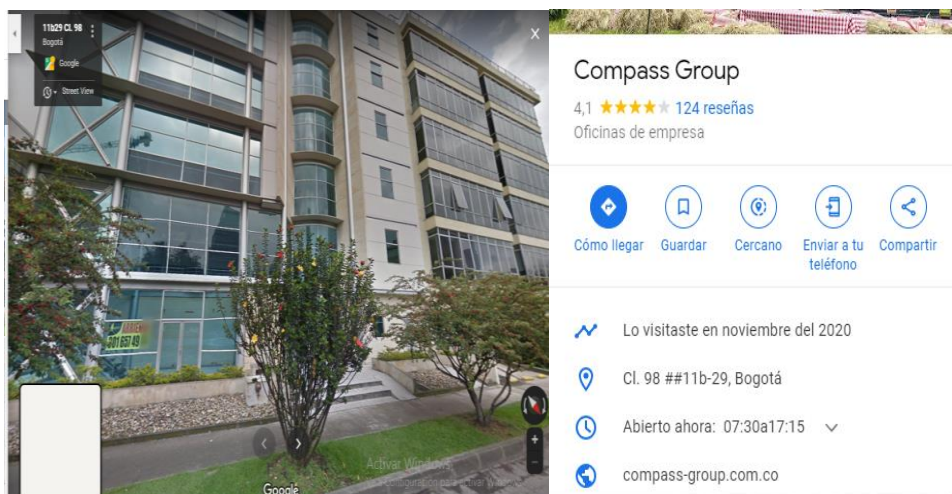
Compass Group S.A (s.f.b). *Nuestra Mision, Vision y Valores*. <https://www.compass-group.com.co/>

Google. (s.f.). [Compass Group]. Google maps.
<https://www.google.com/maps/search/compass+group/@4.7352564,-74.0445143,13z/data=!3m1!4b1>

Multinacional Compass Group S.A. (s.f.a). *Quines somos*. <https://www.compass-group.com.co/>

3.4 Anexos

Anexo I. Ubicación Geográfica Compass Group



Nota: Tomado de [Compass Group], de Google, s.f.

Anexo II. Esquema de recolección de datos

julio, abarrotes y lácteos 2020						
Region	NIT	Proveedor	CODIGO	Producto	Marca	Pr. Unit
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230102001	ACEITE DE OLIVA - LT	MADURA	24.546,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230104009	ACEITE MEZCLA VEGETAL 20LT	CHEFF	112.039,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230104009	ACEITE MEZCLA VEGETAL 20LT	FRYTOL	126.716,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231000101	ACEITUNA DESHUESADA - KG	PURITOS	17.123,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230500603	ALICORNIO PELADO 500GR - KG	MARCA PROPIA	7.414,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231003001	ALCAPARRA EN VINAGRE - KG	MADURA	0,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230917003	ALMENDRA EN PEPA 500GR - E	LEVAPAN	33.243,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231700103	ALMIDON DE YUCA/ AGRIO 12.5	LEVAPAN	61.892,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231700901	AREQUIPE DE RELLENDO/ MANIJ	DEL CAMPO	8.570,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231700902	AREQUIPE DE RELLENDO/ MANIJ	LEVAPAN	29.808,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1231701103	AREQUIPE REPOSTERIA 5000G	LEVAPAN	50.035,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230500616	ARROZ 2.5 KG * SUN - BSA	FEDERAL	0,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230500622	ARROZ PREMIUM 2.5 KG * SUN	FEDERAL	0,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230500616	ARROZ PREMIUM 25 KG - BSA	FEDERAL	0,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230500616	ARROZ TIPO GOURMET 25KG	FEDERAL	0,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230036002	ARVEJA AL NATURAL 600GR -	DEL CAMPO	2.569,00
ANTIOQUIA	8600002616	COMPANIA NACIONAL DE LEVADURAS S.A.	1230048003	ARVEJA CON ZANAHORIA 300G	SAN JORGE	1.694,00

Lista de Precios - Compass						
Validade	01/02/2021 a 14/02/2021					
Region	Nit	Proveedor	Codigo	Producto	Marca	Pr. Unit
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307001001	ACELGA - KG	MARCA PROPIA	2.300,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307001001	AGRAZ - KG	MARCA PROPIA	69.000,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307003001	AGUACATE COMUN - KG	MARCA PROPIA	11.000,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307004001	AGUACATE PAPELILLO - KG	MARCA PROPIA	11.500,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307004001	AHUYAMAZ/ ZAPAYO - KG	MARCA PROPIA	1.500,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307007001	AJI CHIRCA - KG	MARCA PROPIA	5.500,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307010001	AJI PIMENTON - KG	MARCA PROPIA	10.000,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307013001	AJO IMPORTADO - KG	MARCA PROPIA	13.800,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307016001	AJO NACIONAL - KG	MARCA PROPIA	13.800,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307018001	ALBACON - KG	MARCA PROPIA	9.200,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307019001	ALBAHACA - KG	MARCA PROPIA	9.200,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307022001	ALCACHOFA - KG	MARCA PROPIA	7.400,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307023001	ANIS - KG	MARCA PROPIA	14.000,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307025001	APRO - KG	MARCA PROPIA	2.300,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307026001	APRICACA - KG	MARCA PROPIA	3.100,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307031001	ARVEJA VERDE DESGRANADA - KG	MARCA PROPIA	16.100,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307034001	ARVEJA VERDE EN VAINA - KG	MARCA PROPIA	11.500,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307035001	BANANO BOCADILLO - KG	MARCA PROPIA	4.600,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307036001	BANANO CRIOLLO - KG	MARCA PROPIA	3.400,00
BOGOTÁ D.C.	9010398533	COMERCIALIZADORA GVA S.A.S.	1307036001	BANANO URABA MADURO - KG	MARCA PROPIA	3.400,00

Nota: Son más de 400.000 datos de distintos productos, proveedores y referencias que la empresa manejaba. Tomado de , de Compass Group (Comunicaciones personales, s.f.)

Anexo III. Esquema de recolección de datos con el nuevo plan de mejora.

E19	BARQUILLO PIAZZA CHOCO LECHE 11.7GR * 24UN - CJA													
D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Codigo	Producto	Marca	Pr. Febrero	Pr. Enero	Var. Feb Vs Ene	Pr. Diciembre	Var. Dic Vs Ene	Pr. Noviembre	Var. Dic Vs Nov	Pr. Octubre	Var. Oct Vs Nov	Pr. Septiembre	Var. Oct Vs Sep	Pr. Agosto
1														
2	1250529701 GALLETA MUUU SANDWICH LECHE ACHOCO 33GR * 12UN-PQ	MUUU	3.177,00	3.177,00	0%	3.177,00	0%	3.177,00	0%	3.177,00	0%	3.084,00	-3%	3.084,00
3	1250159701 AREQUIPE STICKPACK 15GR * 12UN - PQ	MUUU	3.025,00	3.025,00	0%	3.025,00	0%	3.025,00	0%	3.025,00	0%	3.025,00	0%	3.025,00
4	1250159601 AREQUIPE STICKPACK 20GR * 15UN - PQ	MUUU	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	4.445,00	0%	4.445,00
5	1250160004 AREQUIPE VASO 50GR * 12UN - CJA	MARCA PROPIA	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00
6	1230806601 ATUN CON ENSALADA LTA 150GR * 24UN - CJA	VAN CAMPS	145.368,00	145.368,00	0%	145.368,00	0%	145.368,00	0%	145.368,00	0%	145.368,00	0%	145.368,00
7	1230807901 ATUN CON VEGETALES LTA 150GR * 2UN - PQ	VAN CAMPS	11.872,00	11.872,00	0%	11.872,00	0%	11.872,00	0%	11.872,00	0%	11.872,00	0%	11.872,00
8	1230806501 ATUN EN ACEITE 160GR LATA - UN	VAN CAMPS	5.236,00	5.236,00	0%	5.236,00	0%	4.963,00	-5%	4.963,00	0%	4.963,00	0%	4.963,00
9	1230801202 ATUN EN ACEITE 1730GR - LTA	VAN CAMPS	52.056,00	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00
10	1230801302 ATUN EN ACEITE DE OLIVA LTA 80GR * 3UN - PQ	VAN CAMPS	12.259,00	12.259,00	0%	12.259,00	0%	12.259,00	0%	12.259,00	0%	12.259,00	0%	12.259,00
11	1230800902 ATUN EN ACEITE LTA 80GR * 3UN - PQ	VAN CAMPS	9.934,00	9.934,00	0%	9.934,00	0%	9.934,00	0%	9.934,00	0%	9.934,00	0%	9.934,00
12	1230800404 ATUN LOMITOS EN AGUA 1730GR - LTA	VAN CAMPS	52.056,00	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00	0%	52.056,00
13	1230801102 ATUN LOMITOS EN AGUA LIGHT LTA 80GR * 3UN - PQ	VAN CAMPS	11.415,00	11.415,00	0%	11.415,00	0%	11.415,00	0%	11.415,00	0%	11.415,00	0%	11.415,00
14	1230801601 ATUN LOMITOS EN AGUA LTA 160GR - UN	VAN CAMPS	5.236,00	5.236,00	0%	5.236,00	0%	4.963,00	-5%	4.963,00	0%	4.963,00	0%	4.963,00
15	1230801002 ATUN LOMITOS EN AGUA LTA 80GR * 3UN - PQ	VAN CAMPS	10.039,00	10.039,00	0%	10.039,00	0%	10.039,00	0%	10.039,00	0%	10.039,00	0%	10.039,00
16	1250514802 BARQUILLO CON CREMA CHOCOLATE 12.3GR * 24UN - CJA	PIAZZA	4.176,00	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.054,00	-3%	4.054,00
17	1250723801 BARQUILLO CON CREMA CHOCOLATE 44GR * 36UN - CJA	PIAZZA	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	23.148,00	0%	23.148,00
18	1250514702 BARQUILLO CREMA MALTEADA FRESA 12.3GR * 24UN - CJA	PIAZZA	4.176,00	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.054,00	-3%	4.054,00
19	1250728801 BARQUILLO PIAZZA CHOCO LECHE 11.7GR * 24UN - CJA	PIAZZA	4.176,00	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.054,00	-3%	4.054,00
20	6650103301 BARQUILLO PIAZZA CHOCOLATE 11.7GR * 24UN - CJA	PIAZZA	4.176,00	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.176,00	0%	4.054,00	-3%	4.054,00
21	1250727601 BARQUILLO PIAZZA CHOCOLATE 45GR - UN	PIAZZA	1.404,00	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.363,00	-3%	1.363,00
22	1250727501 BARQUILLO PIAZZA VAINILLA 45GR - UN	PIAZZA	1.404,00	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.404,00	0%	1.363,00	-3%	1.363,00
23	1250715501 BARRA CARAMELO MANI CUB CHOCO 12GR * 12UN - PQ	CHOCO BREAK	3.176,00	3.176,00	0%	3.176,00	0%	3.176,00	0%	3.176,00	0%	3.176,00	0%	3.025,00
24	1250146102 BARRA CEREAL FIBRA 23GR * 6UN - PQ	KICK	4.073,00	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00
25	1250146001 BARRA CEREAL PROTEINA 23GR - UN	KICK	4.073,00	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00	0%	4.073,00
26	1250108902 BOMBON BLANDO FRUTAS TROP. 16GR * 24UN - BSA	COLOMBINETAS	3.614,00	3.614,00	0%	3.614,00	0%	3.614,00	0%	3.614,00	0%	3.595,00	-1%	3.595,00
27	1250137002 BOMBON SURTIDO 10GR * 24UN - PQ	PIRULITO	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	1.622,00	0%	1.622,00
28	1250107702 BOMBON SURTIDO 21GR * 24UN - BSA	BON BON BUM	4.040,00	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00
29	6660101601 BON BON BUM FRESA 19GR * 24UN - BSA	BON BON BUM	4.040,00	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00	0%	4.040,00

Nota: Esquema de recolección de datos de proveedores junto a productos y referencias que la empresa maneja con el nuevo plan de mejora. Se dividió cada sección por proveedor para no mezclar productos y así evitar el cruce de información, además arroja la variación mes a mes con precios actualizados. Tomado de , de Compass Group (Comunicaciones personales, s.f.)

4. Seguimiento

4.1 Plan de Actividades

Para el área Compras se realizaban las siguientes actividades como asistente y practicante productiva:

- Generación de informes.
- Cuadros Comparativos.
- Análisis de Datos.
- Construcción y desarrollo de informes de precios y variaciones.
- Apoyo en solicitud de cotizaciones.
- Gestión de Pedidos.

4.1.1 Cumplimiento de Objetivos

Tabla 2 Ciclos

	Ciclo I	Ciclo II	Ciclo III	Ciclo IV
Fecha de Desarrollo	10 Noviembre – 10 Diciembre	10 Diciembre – 10 Enero	10 Enero – 10 Febrero	10 Febrero – 10 Marzo
Actividades	-Capacitación y explicación de las funciones descritas en el plan de actividades. -Reconocimiento del plan de trabajo y equipo.	-Ejecución de actividades descritas en el cargo y perfeccionamiento de informes. -Análisis de Variaciones porcentuales.	-Desarrollo de análisis numéricos y tablas dinámicas -Organización de información.	-Creación de propuesta plan de mejora a Jefe Directo. -Alternativas de ejecución sistemática del plan de mejora
Logros	-Fortalecimiento de áreas financieras. -Encargada de informes acompañados de tablas dinámicas con datos del comportamiento sobre las ventas.	-Acercamiento con proveedores. -Apertura en el acompañamiento de nuevas negociaciones.	-Sugerencias sobre un plan de mejora más útil y coherente a la situación.	-Aceptación de la propuesta del plan de mejora. -Desarrollo del plan de mejora.
Dificultades	- Desconocimiento del proceso de compras. -Falencias en el área matemática financiera.	-Interpretación escrita sobre resultados numéricos con representaciones porcentuales.	-Mayor carga laboral para iniciar el plan de mejora. -Falta de un poco más de direccionamiento por parte del equipo.	-Limitaciones al solicitar información.