

PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA ANDIVISION

AUTOR: JEIMY DAYANA ARGOTE GUTIERREZ

**PRESENTADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE: NEGOCIADORA
INTERNACIONAL**

TUTOR: ERNESTO ARGÜELLO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE COLOMBIA

FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROYECTO DE GRADO

25 DE MARZO DE 2022

Resumen

Lograremos encontrar a lo largo de este proyecto, la importancia de actualizar nuestras herramientas de trabajo, para poder así, estar a la vanguardia con los nuevos avances tecnológicos que hemos tenido en los últimos años y que debido a la coyuntura que vivimos; se han vuelto necesarios para ser competitivos en un mercado global.

Se podrá evidenciar el problema inicial de la empresa ANDIVISIÓN, frente a sus procedimientos internos en el manejo de inventario y suministros; y/o la cadena de comunicación entre nuestros clientes y proveedores. Evidenciamos y plasmamos una proyección de mejora en los mismos, después de exponer una solución, que se puede ir incorporando a diferentes áreas de la compañía poco a poco y así mejorar múltiples aspectos, tales como la experiencia de servicio al cliente, mejora de KPIs, optimización de insumos y talento humano.

Agradecimientos

Primeramente le doy gracias a Dios por darme la oportunidad de poder estudiar una carrera que me apasiona, gracias a mi familia que me motivaron constantemente para poder llegar a este anhelada meta y por último le doy gracias a mi Universidad Santo Tomás y a mis maestros que hicieron parte de este proceso de formación integral y profesional.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	6
LA EMPRESA	8
Misión	8
Visión	8
Valores	8
Ubicación Geográfica	9
Organigrama Empresarial	10
OBJETIVOS	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
ANALISIS DOFA	12
PLAN DE MEJORA	16
CONCLUSIONES	17
REFERENCIAS	18

INTRODUCCIÓN

En este documento, se desarrollará un plan de mejora, frente a algunos problemas que se presentan en la empresa ANDIVISION SAS, ocasionados por procedimientos poco asertivos que vienen manejando actualmente algunas áreas de la organización.

ANDIVISIÓN es una compañía especializada en la integración de soluciones tecnológicas y audiovisuales, que suplen las necesidades de un amplio mercado como es el del entretenimiento artístico, cultural y del espectáculo; la cual, tiene una trayectoria de más de 20 años, y en el año 2021, realice mis prácticas profesionales en el departamento comercial.

A grandes rasgos, se logró evidenciar que, en este departamento, no se contaba con la existencia de un inventario óptimo de sus productos, ni tampoco con una base de datos de clientes y proveedores efectiva y actualizada. Al momento de entrar a conocer sus procedimientos, se llegó a la conclusión, que es debido a estas malas prácticas, y se está generando un entorpecimiento en las mismas.

El control de inventario es esencial para mantener un balance de las existencias en la bodega y así mismo saber la disponibilidad de estos en el área comercial, logrando así un correcto stock y evitar demoras a la hora de generar cotizaciones, alcanzando más ventas efectivas; por otro lado, el correcto manejo de clientes y proveedores, da facilidad y optimización en cada proceso, en donde se vean involucradas alguna de las partes.

En el presente documento, analizaremos la posibilidad de adoptar un software que permita el desarrollo interactivo del stock, basado en estándares de inventarios y además una herramienta que permita una mejor interacción más asertiva y funcional con clientes y proveedores; generando así, evitar desabastecimiento o exceso de mercancía en la bodega; y obteniendo una experiencia grata y eficaz a cualquiera de nuestras partes, ya que estaremos a la vanguardia con los avances tecnológicos actuales.

1. JUSTIFICACIÓN

A través de la historia del desarrollo económico, se han implementado diferentes técnicas de control y verificación de ejecución; el cual se implementa desde el primer mundo, por el desarrollo industrial-capitalista, originado a finales del siglo XVIII y comienzos del XIX en Gran Bretaña. La cual fue distribuida al resto del continente, como señala Amartya Sen: "el crecimiento económico es un aspecto del proceso de desarrollo económico", basado así en la implementación de controles de sus bienes e insumos y la utilización de los negocios internacionales; que se encargan de enlazar las relaciones de un país con el resto del mundo.

Según the council of logistics se aprecia la importancia de garantizar la planeación de manera eficiente, las necesidades de los clientes como lo muestra en el artículo "La logística es la parte de la Cadena de suministro que planea, implementa y controla el flujo y el almacenaje eficientes y efectivos de los bienes, servicios y la información asociada desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de garantizar las necesidades de los clientes"

Tomado

de: https://books.google.com.co/books?id=68tx0owyJ0wC&pg=PA15&dq=the+council+of+logistic+la+lo+logistica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFqr-39N_2AhUFtjEKHZ0IBC4Q6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=the%20council%20of%20logistic%20la%20lo%20logistica&f=false

Lo cual nos dirige a retomar y a reorganizar la estructura organizacional de la empresa destacando lo indicado por (Chopra, 2008) "*Este proceso está constituido a su vez por tres procesos o servicios logísticos principales: abastecimiento, almacenamiento y*

distribución. El abastecimiento tiene como objetivo determinar la cantidad, el momento y la fuente de los diferentes bienes o suministros, mientras que, el almacenamiento se propone establecer el lugar, la cantidad y el tiempo de permanencia de un artículo. La distribución se enfoca en los modos y medios para hacer llegar la mercancía a su consumidor final.” tomado de: <http://www.inacap.cl/web/2017/flippage/logistica-y-distribucion/logistica-y-distribucion.pdf>

Para la empresa ANDIVISION es importante generar estrategias de desarrollo y capacitación para así poder alinear su visión de expansión por latinoamérica en un lapso de 5 años años consistiendo en un mayor flujo de liquidez generado por la capacitación de la mano de obra de manera eficiente y adquisición de mejoras tecnológicas y de software en su estructura organizacional y de control de desabastecimiento o exceso de mercancía para la logística y uso de su infraestructura y bodegas estrategia desarrollada a cabo debido a la carencia de procesos específicos establecidos para una eficiente cadena de suministros optimizando los tiempos de ejecución de la demanda de un consumidor final.

2. LA EMPRESA

ANDIVISIÓN es importadora de equipos audiovisuales, la cual se dedica a comercializarlos a nivel nacional.

MISIÓN

ANDIVISION es un socio de negocios especialista en la integración de soluciones tecnológicas AV, optimizando la experiencia audiovisual a clientes y aliados estratégicos con la participación de un equipo humano profesional y calificado.

VISIÓN

ANDIVISION será un referente nacional acreditado en la integración audio visual, con un equipo experto que marcha a la vanguardia de las tendencias y evoluciones tecnológicas AV.

VALORES

- Integridad
- Servicio
- Calidad
- Responsabilidad
- Tenacidad
- Innovación tecnológica

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

ANDIVISION SAS se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá, dirección
Calle 52 #22-44 (Galerías)

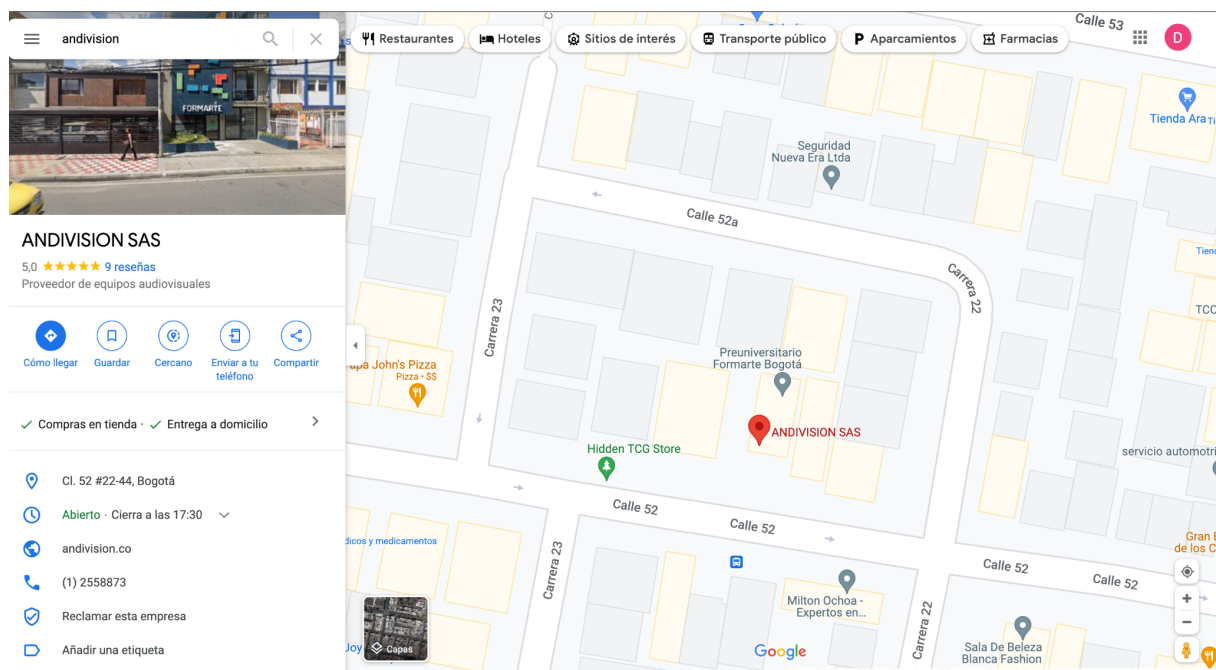


Figura 1:

<https://www.google.com/maps/place/ANDIVISION+SAS/@4.6407449,-74.0753101,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a3397abf66f:0x8659dd3106a740ad!8m2!3d4.6406959!4d-74.0731294>

ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

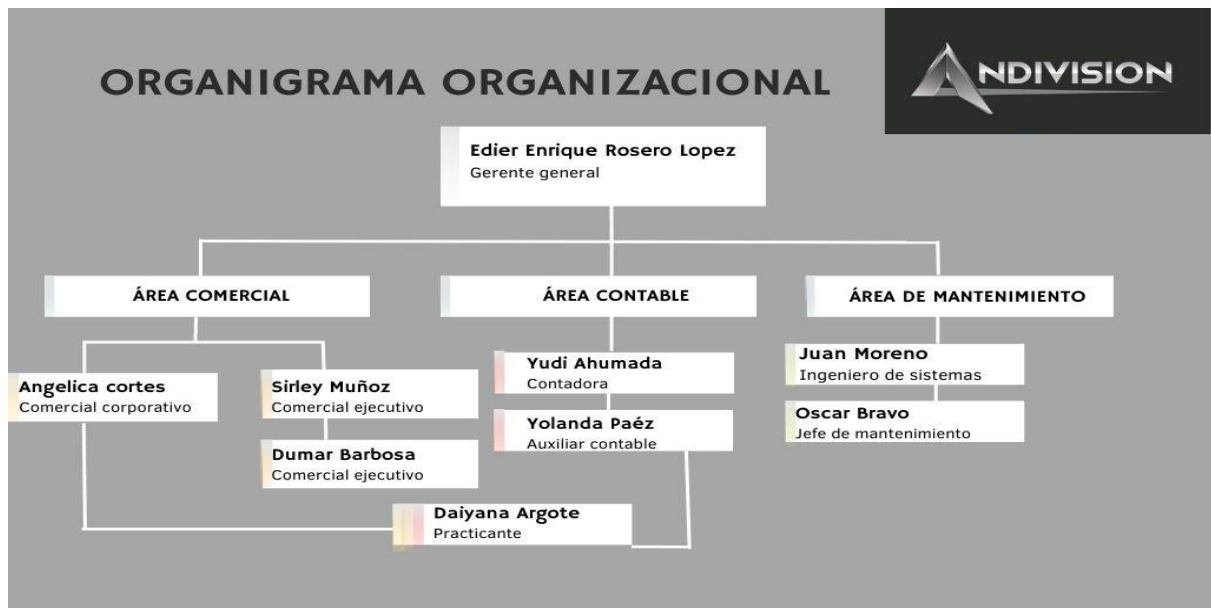


Figura 2: Elaboración propia.

Durante el periodo que realice las prácticas profesionales, se brindó apoyo en los procesos de las siguientes áreas:

- Comercial
- Contabilidad

3. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Implementar una herramienta tecnológica que oriente y optimice todos los procesos en el área comercial, logrando así reducir pérdidas y logrando más ventas efectivas.

2. Objetivos Específicos

- Analizar el departamento comercial de ANDIVISION.
- Determinar los problemas que se presentan en el departamento comercial para la empresa ANDIVISION.
- Implementar una herramienta tecnológica que ayude a orientar y optimizar los diferentes procesos en el área comercial, logrando así reducir pérdidas y logrando más ventas efectivas.

5. ANALISIS DOFA

FORTALEZAS ● Personal capacitado ● Trascendencia en el mercado. ● Variedad de productos. ● Ofrecer mejores precios frente a la competencia.	DEBILIDADES ● Subida del dólar. ● Falta de personal. ● Necesidad de una base de datos actualizada de proveedores. ● Poco manejo de las redes sociales. ● No hay control exacto de inventario.
OPORTUNIDADES ● Nichos de mercado desconocidos. ● Alianzas estratégicas con otras empresas. ● Adaptación a las nuevas tecnologías. ● Optimizar procesos internos de la compañía bajo un software.	AMENAZAS ● Competencia de precios. ● Retraso en las importaciones debido a las nuevas políticas. ● Los proveedores son demorados a la hora de llegar a acuerdos y pactar contratos. ● Competidores fuertes en el mercado.

6.. PLAN DE MEJORA

6.1 Análisis del departamento comercial para la empresa ANDIVISION.

Realizando un análisis profundo de la cadena de procesos en el departamento comercial, se evidencio que la empresa carece de seguimiento y una relación entre las diferentes áreas; generando así un reproceso al momento de ejecutar e implementar acciones de mejora, para la cual, se busca apoyar la optimización de procesos y verificación del estado del stock vigente de la empresa; regulando así los retrasos que se vienen presentando actualmente en el acceso a la información. También carece de una base actualizada de clientes y proveedores, con la que se pueda apoyar en los procesos de las diversas áreas.

Al terminar el análisis y determinar plenamente los errores que radican en los procesos del departamento, se logrará llevar a cabo un mejor cumplimiento de las métricas establecidas por la dirección operativa de la compañía; logrando optimizar tiempos, y generando un apoyo continuo a todo el equipo comercial y operativo en sus funciones diarias.

6.2 Determinar los problemas que se presentan en el departamento comercial para la empresa ANDIVISION.

Se evidencian grandes deficiencias presentadas en la gestión y circulación de información entre las diferentes áreas de la empresa, por la falta de actualización en los procedimientos que se vienen manejando, para el tratamiento del control del inventario.

Existe un exceso de mercancía con una rotación nula, que está causando problemas de espacio en la bodega y faltantes de inventario debido a este poco control que se tiene.

Cabe resaltar que los responsables del manejo de los insumos, no están capacitados para utilizar una herramienta de software o una matriz que ayude a sistematizar y por ende, facilitar el ingreso y la salida de los productos.

Se están presentando varias falencias en los procesos comerciales con clientes y proveedores, debido a un inadecuado manejo de bases de datos; adicionalmente, se evidencia la poca capacitación que recibe el talento humano de la compañía, para el desarrollo efectivo de sus labores. Por lo tanto, esto se ve reflejado en un menor margen de ganancias, lo cual genera un ciclo de estancamiento económico para la empresa, ya que al no percibir mayores ganancias debido a la pérdida de clientes por fallos internos de la organización, generan a su vez una mala experiencia a los clientes y proveedores.

6.3 Implementar la herramienta NOOVA para mejorar el proceso comercial de la empresa ANDIVISION.

Una parte crucial del desarrollo empresarial es el correcto relacionamiento con clientes, proveedores, entidades gremiales, entidades de gobierno, trabajadores y demás partes interesadas en el negocio. Por ello, gestionar las diferentes partes es muy sencillo con el centro de experiencias de Noova; esta moderna suite de aplicaciones corporativas permite definir flujo de actividades colaborativas para atender cualquier tipo de solicitudes, balanceando cargas de trabajo de los recursos disponibles para cada actividad, midiendo constantemente la productividad del proceso, brindando la posibilidad de automatizar tareas repetitivas y teniendo el control de todo el departamento de compras.

La trazabilidad de operaciones y optimización de recursos que se generarían en la compañía al adquirir esta herramienta serán cruciales para la mejora de todos los procesos en el área comercial.

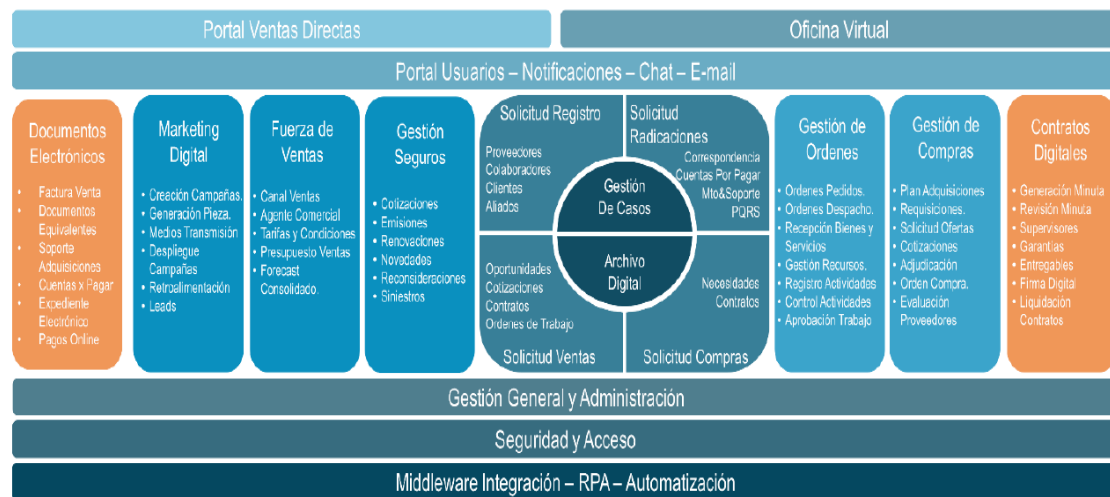


Figura 3: Visión general servicios noova centro de experiencia versión 1.0-18 de 09 de 2020

Nos enfocaremos en el componente de compras, aquí manejaremos clientes, proveedores e inventarios.

Clientes: Estos son los más importantes para nuestra compañía, nuestro principal problema, es la interacción poco eficaz que tenemos con ellos, ya que no poseemos una herramienta que nos simplifique los procesos a las partes involucradas.

Noova nos ofrece tener un contacto directo y más estrecho con cada uno de ellos, ya que estos, podrán ingresar a nuestra plataforma para hacer solicitudes, cancelaciones, renovaciones, u algún otro requerimiento que se tenga. Esto a su vez llegará de manera

inmediata a nuestro buzón y así tanto ellos como nosotros lograremos llevar un seguimiento a cada requisición.

También esta plataforma nos permite estar actualizados día a día con todos nuestros clientes y manejar un stock en tiempo real para beneficio de los mismos.

Proveedores: Al igual que los clientes, el actual manejo de estos es muy ortodoxo, con Noova, manejaremos una estrecha relación con cada uno de ellos. Con esta interfaz, sabremos la disponibilidad de recursos con los contamos en tiempo real, ya que se mantendrá actualizado el stock disponible. La migración de toda nuestra base de datos a esta plataforma en la nube, nos permitirá mantener actualizado cada uno de nuestros proveedores, podremos atender sus solicitudes, requerimientos, cuentas de cobro u cualquier otra solicitud o reclamo que pudieran tener con nosotros; generando así una confianza y mejor experiencia con ellos.

Inventarios: Al implementar Noova a nuestra compañía, se mantendrá actualizado nuestro inventario en tiempo real, y así, se podrá visualizar por parte de todo nuestro equipo comercial y operativo, la disponibilidad de recursos actual, para nuestros clientes al momento de hacer una oferta o recibir una solicitud por parte de los mismos.

Tendremos una vista más optimizada del stock que está por agotarse, haciendo sugeridos de lo que podríamos necesitar, dando alertas en caso de que falte algún equipo en los inventarios de control y optimizando cada minuto del talento humano. También será mucho más sencillo el trato con cada uno de los proveedores, permitiendo solicitar un equipo en menor tiempo para garantizar las ventas efectivas.

7. CONCLUSIONES

Se logró reconocer todas las falencias que tiene la compañía actualmente, y se buscó la alternativa más viable para hacer mejoras en las mismas.

Noova, es una herramienta tecnológica que nos permite optimizar varias áreas de la compañía, logrando mejorar cada uno de los procesos de compras, inventarios, ventas y relación B2B y B2C.

Adquiriendo esta nueva interfaz, la empresa, tendría más posibilidades de generación de prospectos potenciales, captación de clientes y cierres de ventas con mayor rapidez; también un manejo adecuado de equipos, ya que se generaría un control y optimización de todos los insumos.

La organización tendría un plus adicional, estaría a la vanguardia con el mercado global actual y sería realmente competitiva; ya que la meta a mediano plazo de ANDIVISIÓN, es posicionarse en el ranking de mejores empresas pymes en expansión de la región LATAM.

REFERENCIAS

1. **LA EMPRESA** *<https://andivision.co/empresa/>*