

**Plan piloto de codificación de envases para el seguimiento de retornabilidad en el
proceso de logística inversa.**

María Paula Manrique Martin

Universidad Santo Tomás.
Facultad de Negocios Internacionales.
Tutor: Miguel Antonio Alba Suarez.

Bogotá DC.
10 de Abril de 2023.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero dar gracias a mi mamá, quien es la me ha acompañado incondicionalmente durante todo este proceso tan importante en mi vida y a mi familia por el apoyo y ejemplo a seguir, sin ellos este logro no habría sido posible hoy. También quiero agradecer a las personas conocidas durante esta etapa, en especial a mi novio quien fue una de las personas que estuvo durante todo este tiempo de mi carrera, a mis amigos con los cuales me llevo recuerdos y experiencias memorables. Agradecer a cada uno de los profesores quien me enseñó y me brindo su tiempo y dedicación durante estos 8 semestres de estudio.

Por último y no menos importante, doy gracias Coca-Cola por brindarme la oportunidad de desarrollar mi práctica universitaria, es un logro y orgullo haber sido parte de esta empresa, a mis compañeros y colegas quienes desde el día uno me acogieron como una más de su equipo, aprendí mucho de ellos.

Introducción

El objetivo de este documento es dar a conocer el proceso de la práctica empresarial donde se evidencio una oportunidad de mejora y se mostrará su desarrollo, como opción de grado elegida, el fin de la práctica universitaria es demostrar mis conocimientos y habilidades aprendidas durante mi carrera, en el área de Marketing Frontline Colombia, en la cual fui la encargada del desarrollo de proyectos para impulsar la visibilidad general de los productos tradicionales y reconocidos de The Coca Cola Company.

El plan de mejora se basó en un problema sobre la retornabilidad de los empaques de vidrio, donde se propuso estrategias para el beneficio tanto ambiental como para la compañía y consumidores, con una visión y aplicabilidad de logística inversa.

Palabras Claves: Retornables, Logística Inversa, Canales de distribución

Índice

Parte II -

1. Aspectos Generales.	
1.1 (Nombre, Misión, Visión y Valores)	05-06
1.2 Ubicación Geográfica (sector, área de trabajo).	06
2. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	06
3. Análisis DOFA	07-08

Parte III –

4. Planteamiento del plan de mejora	08
4.1 Partiendo del planteamiento central, Importancia, limitaciones y alcance	09-11
4.2 Objetivos General	12
4.3 Objetivos Específicos	13

Parte IV –

5. Propuesta de Mejora	13-17
------------------------	-------

Parte V -

6. Seguimiento práctica profesional	18-19
6.1.1 Ciclo 1, 6.1.2 Ciclo 2, 6.1.3 Ciclo 3, 6.4. Ciclo 4	19-21
6.2 Conclusiones-Recomendaciones	22
6.3 Bibliografía	23

1. Aspectos Generales

1.1 (Nombre, Misión, Visión y Valores)

Nombre y Razón Social

Coca Cola Bebidas De Colombia SA

Valores

“Cultivamos una cultura con pasión por refrescar el mundo. Hacemos la diferencia. Esto incluye inspirar y apoyar el crecimiento de nuestra gente, el servicio a nuestras comunidades y dar forma constante a un negocio más sostenible. Adoptamos una mentalidad de crecimiento y creemos en el aprendizaje continuo para mejorar nuestro negocio y a nosotros mismos. Valoramos cómo trabajamos tanto como lo que conseguimos. Actuar con una mentalidad de crecimiento es la parte de nuestra cultura que más se necesita para crear el futuro. Este es un enfoque expansivo de lo que es posible y la fuerza animadora esencial para construir un futuro mejor” (Coca- Cola, Estados Unidos, 2019)

Los valores en que la compañía se enfocan son:

- Curiosidad
- Empoderamiento
- Inclusivo
- Ágil

Misión

“El propósito de The Coca-Cola Company es refrescar el mundo y marcar la diferencia”
(Coca- Cola, Estados Unidos, 2019)

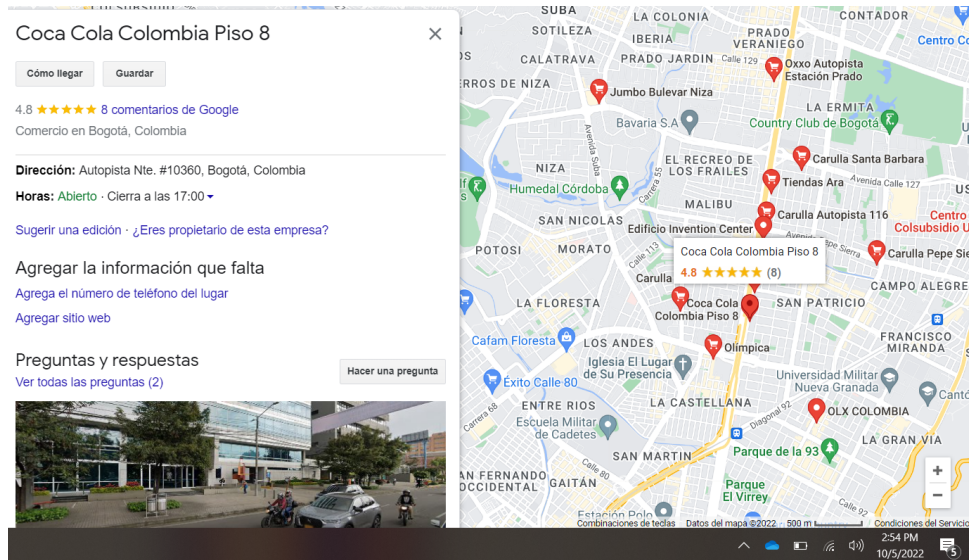
Visión

“Nuestra visión es crear las marcas y la elección de bebidas que la gente ama, para

refrescarlas en cuerpo y espíritu. Y se hace de manera que cree un negocio más sostenible y un mejor futuro compartido que marque la diferencia en la vida de las personas, las comunidades y nuestro planeta.” (Coca- Cola, Estados Unidos, 2019)

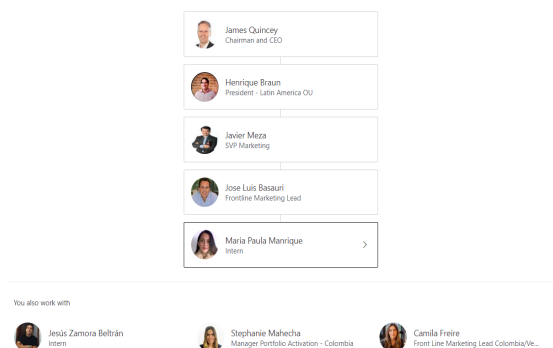
1.2 Ubicación Geográfica (sector, área de trabajo).

AVENIDA CARRERA 45 N 103 60 PISO 8, BOGOTÁ, D.C.



2. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

Área Marketing Frontline Colombia



3. Análisis DOFA

Debilidades

- Poca visibilidad de los demás productos de su portafolio para efectos de retornabilidad.
- Precio más alto que su competencia evidenciado en Beach Dashboard.
- Pocos procesos e iniciativas para la retornabilidad de sus empaques de vidrio.
- Desatender iniciativa propias de años atrás en relación al envase retornable
- La retornabilidad del envase no se da en todos los canales, ni en todo el territorio nacional.
- Ausencia de campañas de concientización por parte de los canales para garantizar la retornabilidad.
- Beneficios significativos para que el tendero tenga iniciativa de realizar y ser parte del proceso de retornabilidad de los envases.
- Falta de seguimiento del proceso de retornabilidad de los envases.

Fortalezas

- Marca reconocida a nivel nacional e internacional.
- Logística y distribución en la mayoría del territorio nacional.
- A nivel nacional tiene sólida presencia de sus productos en el mercado, fuerte posicionamiento en el mercado
- Clientes fidelizados.

Oportunidades

- Aprovechamiento de la logística inversa en su cadena de suministro.
- Cuenta con un gran valor de marca, lo cual permite con mayor facilidad introducir y

promocionar nuevas iniciativas en torno a la retornabilidad del envase

- Incremento en la fuerza de ventas dado que es un pilar esencial para vincular a sus tenderos para una tendencia ambiental.
- Adquisición de un compromiso y conciencia ambiental que permita a la compañía mejorar resultados tanto para ellos como para los tenderos y el consumidor.
- Implementación de un modelo de seguimiento de los envases retornables para así tener mayor control de su regreso.

Amenazas

- Proyectos de ley nacional, lo cual restringe el uso de plástico de un solo uso.
- Procesos e iniciativas ambientales y de retornabilidad por parte de la competencia tanto en envases tipo PET como de vidrio.
- Poca concentración y logística de retornabilidad en canales de distribución modernos tales como cadenas de supermercados y comercio electrónico.
- Precios más bajos 33% en los productos de envase no retornable, lo cual puede hacer que el consumidor prefiera un sustituto en lugar de hacer el cambio de envases.

4. Planteamiento del plan de mejora.

El Plan de Mejora se enfoca en el desarrollo de ideas y posibilidad de implementación de un seguimiento robusto por medio de un código de barras único por cada botella donde permite ver la rotación, movimiento y retornabilidad de cada uno de los envases, adicional, analizar los diferentes KPIS que esta implementación nos podría permitir para el enfoque de expansión y crecimiento que se desea con la rotación de estos envases.

4.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales (Partiendo del

planteamiento central, Importancia, limitaciones y alcance).

A lo largo del desarrollo de la práctica realizada en el área de Marketing estuvo encaminado hacia un amplio desarrollo y ampliación de planes e iniciativas en diferentes territorios del país de incluir envases retornables, esto me permitió generar un plan de mejora y acción a través de las debilidades y amenazas que gire en torno al seguimiento de la retornabilidad de los envases.

Debilidades

Falta de seguimiento del proceso de retornabilidad de los envases.

La retornabilidad en la empresa ha cogido importancia en relación a la implementación de los envases de vidrio y PET en algunos de los productos más relevantes de su portafolio, ya que presenta un beneficio ambiental, económico y social para todos los involucrados del proceso. Sin embargo la retornabilidad en el día a día no es una práctica y/o hábito que los ciudadanos optan, por esto aunque el objetivo ambiental se quiera implementar hace falta un seguimiento más detallado y específico del porcentaje de retornabilidad que se maneja en los diferentes territorios e iniciativas masivas para que todos los involucrados del proceso de logística inversa participen activamente.

Ausencia de campañas de concientización por parte de los canales para garantizar la retornabilidad.

En el proceso de logística inversa y retornabilidad de los envases, todos los involucrados son esenciales para un buen desarrollo de este, se evidencia que aunque el devolver el envase hace que el precio sea más económico, los consumidores no promueven este hábito de retornabilidad, además se evidencio en la visita a la embotelladora que algunos consumidores le

dan usos inadecuados a los envases, lo cual imposibilita el reuso de ellos. Es importante empezar a generar campañas de concientización masivas con mensajes directos del uso adecuado y beneficio que conlleva.



Imagen 1. Productos con objetos extraños (Embotelladora Femsa, 2022)

Poca visibilidad de los demás productos de su portafolio para efectos de retornabilidad.

La falta de visibilidad de los demás productos además del producto estrella en presentación retornable, hace que haya un desconocimiento de estos SKUS y directamente una baja rotación de los envases, es importante dar a conocer todos los productos disponibles en empaques de vidrio y PET para que tanto como los tenderos y consumidores empiecen a manejarlos y adquirirlos.

Amenazas.

Procesos e iniciativas ambientales y de retornabilidad por parte de la competencia tanto en envases tipo PET como de vidrio.

Nos encontramos en un mundo global en donde cada vez es más competitivo a avances e iniciativas que aporten al buen de la empresa, por parte de la competencia se han venido

realizando campañas e iniciativas no solo del intercambio de la botella, sino con programas de alto impacto que de manera indirectamente hacen ver a la empresa responsable con el medio ambiente y generar un buen voz a voz en el momento de la elección del consumidor.

Aunque The Coca-Cola Company desde el año 2018 está comprometido con el avance ambiental entorno a través de la estrategia de **Un Mundo Sin Residuos** y se trazó el objetivo de reducir el impacto a lo largo del ciclo de vida de los envases de cara al 2030, hace falta un seguimiento tanto interno como externo para el comportamiento de todas las iniciativas en mente.

Poca concentración y logística de retornabilidad en canales de distribución modernos tales como cadenas de supermercados y comercio electrónico.

Colombia es un país donde los ciudadanos se adaptan a las nuevas tecnologías y se acostumbran rápidamente a las compras en línea, esto es importante porque estas nuevas opciones de compra le facilitan la vida a nuestros consumidores finales, y en este momento no se ha implementado un plan de retornabilidad por medio del comercio electrónico lo cual facilita a las personas que compren por este medio la devolución del envase, dado que sería un proceso innovador y llamaría la atención de probarlo.

Por otro lado, en los canales de distribución moderno se han venido implementado máquinas para reciclar las botellas los consumidores pueden disponer sus envases vacíos y, adicionalmente, intercambiar sus empaques retornables de productos Coca-Cola., el problema de esta implementación es que se realizaron principalmente en tiendas ubicadas en estratos socioeconómicos altos, es importante resaltar que las personas de estratos socioeconómicos bajos siempre buscan la economía y sería un pilar importante para que pudieran participar más activamente en estas implementaciones puesto que en Colombia los estratos socioeconómicos de

mayor participación son los bajos - medios.



Imagen 2. (Punto Soy RE del Sistema Coca-Cola, Éxito Country, 2022)

4.2 Objetivo General

Implementar un proceso de codificación de códigos QR a los envases retornables, que permita el seguimiento y trackeo de cada uno para así analizar diferentes KPIS de retornabilidad y seguimiento en cada uno de los procesos de logística inversa para garantizar y aumentar el retorno y reuso de los envases.

4.3 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el porcentaje de registro y retornabilidad de envases por territorio incluidos en el plan piloto.
- ✓ Implementar comunicación en medios masivos para los consumidores finales para que estén directamente involucrados en el proceso.
- ✓ Evidenciar la factibilidad de expandir el plan piloto a nivel nacional.
- ✓ Generar nuevas ideas que aporten a la ejecución del plan piloto de codificación y seguimiento por medio del código de barras en cada envases.

5. Propuesta de mejora.

En vista al contexto de la problemática de la retornabilidad de los envases PET y vidrio, se tomó como iniciativa presentar un plan piloto a la directora de Marketing de Colombia - Venezuela, que consiste por medio de la implementación de un código QR en los envases retornables, el cual cumplirá el objetivo de ser escaneado desde un punto de salida, por los diferentes canales de distribución y el consumidor, quienes deben recibir un incentivo/descuento o beneficio para que les llame la atención escanearlo, y así la empresa podrá obtener la información de la trazabilidad y locación de cada botella.

Esto permitiría implementar planes de acción en los lugares/ territorios que por tipo de consumidor, tipo de envase entre otros factores, la tasa de retornabilidad no sea exitosa.

La idea principal es el desarrollo de una aplicación móvil para escanear el código y así poder obtener la información necesaria.

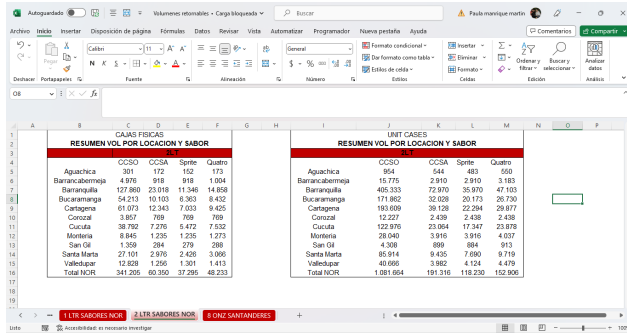
A mi jefe directo a le pareció una gran idea para implementarla, sin embargo se debía realizar ciertas verificaciones para la misma:

1. Verificación e implementación de la aplicación que escanea el código QR.
2. Disponibilidad de maquinaria para la implementación del código QR en los envases.
3. Elección de los territorios para la aplicabilidad del plan piloto.
4. Presupuesto destinado para el plan piloto.



Imagen 3. Evidencia 1.(Presentación del plan piloto, The Coca Cola Company, 2022)

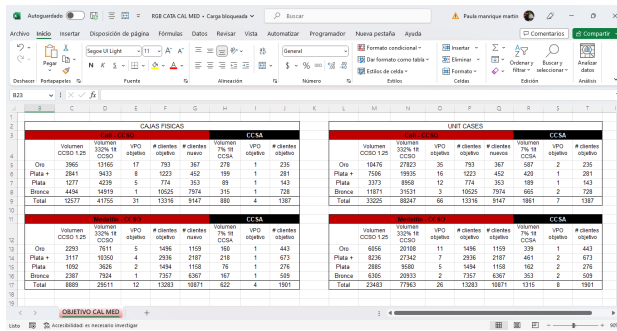
Mi desarrollo y responsabilidades bajo este plan piloto, era presentar las ideas a los trabajadores involucrados con la categoría de retornabilidad del portafolio de productos, en el cual en primera instancia desarrolle varios seguimientos del comportamiento de las ventas y cobertura de los productos retornables ya que era esencial poder realizar una proyección para reclutar nuevos territorios con envases retornables.



The screenshot shows an Excel spreadsheet with two main tables. The first table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors. The second table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors.

Localidad	CCSA	Spite	Quatro
Agachica	381	172	173
Barancabameja	4,976	918	1,004
Baranquilla	127,663	23,018	14,468
Bucaramanga	54,213	10,103	6,363
Catagema	61,073	12,343	7,010
Concejal	3,857	709	709
Cucuta	38,792	7,276	6,472
Monteria	8,846	1,235	1,235
San Gil	1,359	284	278
Santa Marta	27,101	2,370	2,420
Valledupar	12,828	1,255	1,301
Total NSR	341,255	60,350	37,295

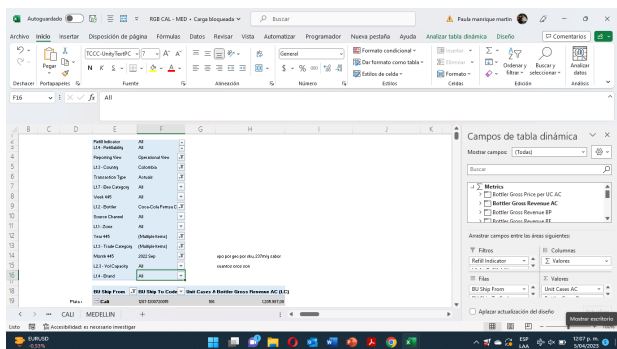
Imagen 4. Evidencia 1, análisis para la expansión de envases retornables en territorios nororiente y santanderes (NSR - 2022)



The screenshot shows an Excel spreadsheet with two main tables. The first table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors. The second table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors.

Localidad	CCSA	Spite	Quatro
Agachica	381	172	173
Barancabameja	4,976	918	1,004
Baranquilla	127,663	23,018	14,468
Bucaramanga	54,213	10,103	6,363
Catagema	61,073	12,343	7,010
Concejal	3,857	709	709
Cucuta	38,792	7,276	6,472
Monteria	8,846	1,235	1,235
San Gil	1,359	284	278
Santa Marta	27,101	2,370	2,420
Valledupar	12,828	1,255	1,301
Total NSR	341,255	60,350	37,295

Imagen 5. Evidencia 2, análisis para la expansión de envases retornables en territorios Cali y Medellín (NSR - 2022)



The screenshot shows an Excel spreadsheet with two main tables. The first table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors. The second table, titled 'RESUMEN VOL POR LOCALIDAD Y SABOR', lists sales volumes for various locations and flavors.

Localidad	CCSA	Spite	Quatro
Agachica	381	172	173
Barancabameja	4,976	918	1,004
Baranquilla	127,663	23,018	14,468
Bucaramanga	54,213	10,103	6,363
Catagema	61,073	12,343	7,010
Concejal	3,857	709	709
Cucuta	38,792	7,276	6,472
Monteria	8,846	1,235	1,235
San Gil	1,359	284	278
Santa Marta	27,101	2,370	2,420
Valledupar	12,828	1,255	1,301
Total NSR	341,255	60,350	37,295

Imagen 6. Evidencia 3, Base de datos del comportamiento del consumidor (NSR - 2022)

Después de esto y teniendo más conocimiento sobre los envases retornables, el manejo de ellos y la cultura de los consumidores, me decidí a presentar el plan piloto de seguimiento, lo cual en ese momento fue consultado a la manager Maria Paula Martinez para que diera su punto de vista, una vez se platicó, el primer paso para validar la implementación del proyecto sería realizar una salida de campo a la Embotelladora Femsa, ubicada en la Zona Industrial, con el fin de ver el manejo y la logística que abarca la producción, empaque, distribución y utilización de los envases. Adicional validar la ejecución de un nuevo proceso tanto en la logística directa como inversa del portafolio de productos.



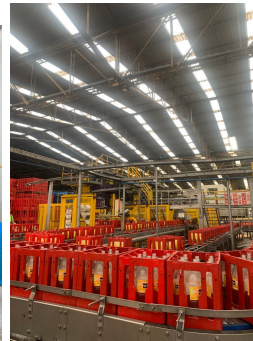
Paso 1.



Paso 2.



Paso 3.



Paso 4.



Paso 5.



Paso 6.



Paso 7.



Paso 8.

Imagen 7. Evidencia 4, proceso de logística inversa de envases retornables (Embotelladora Femsa, 2022)

De acuerdo al proceso evidencia, de primer imagen de izquierda a derecha se empieza

con la recepción del envase retornado el cual es intercambiado en el punto de venta por envase lleno de líquido, en el paso 2 se encuentra la organización por pallets de los envases, de allí proceden a la despaletización y pasan por un lavado superficial con agua y jabón sympol Gremy, una vez lavado deben entrar a línea para que los envases sean revisados por los funcionarios, garantizando que los envases estén en correctas condiciones, sin objetos extraños en su interior.

En el paso 5, se realiza un desempaque de las botellas de las cajas, para que pasen por máquinas de alta tecnología que detectan electrónicamente la calidad de estas teniendo en cuenta ciertos factores como suciedad, rayón, objetos y olores extraños. si se detecta alguno de estos, el envase queda descalificado para el reuso de este. En seguida, se inicia el proceso de producción lo cual contiene el llenado de producto, empaquetado de envase, decodificación del etiquetado legal, secado y agrupación de las botellas para finalizar con el almacenamiento y distribución nuevamente.

En el proceso de logística inversa, se valida la posibilidad de integrar en el paso 6-7, la validación del código QR para el seguimiento de la retornabilidad de cada envase, ya que es allí donde se enfoca el control de calidad de cada uno.

Una vez se validó con el jefe de logística de la Embotelladora, se debía validar el presupuesto en cuanto a la comunicación masiva de este plan, la creación y desarrollo de la aplicación móvil y toda la ejecución que se debía llevar a cabo.

Un pilar importante es el almacenamiento de la información en una base de datos, en cuanto a cómo se iba a desarrollar y almacenar, se debe tener en cuenta **la base de datos NSR** que es la que maneja la compañía, allí se puede ver la información segmentando por categoría, SKU, producto, territorio, la información que se obtendrá sería parte de la categoría de **productos retornables “reliability”** donde se tendrá seguimiento del retorno de envases por

sabor, capacidad y territorio.

Aunque el plan piloto tuvo una aprobación acertada por los involucrados, se tuvo que aplazar para la revisión en el segundo trimestre del 2023, debido que en el primer trimestre se tenía que realizar la expansión del portafolio de productos a territorios a nivel nacional, con esto se podía visualizar que territorios deberían ser escogidos para el plan piloto, se debe esperar el comportamiento y la acogida de los envases de diferentes marcas en los nuevos territorios para validar la ejecución del plan.

6. Seguimiento de la práctica profesional.

En el tiempo que estuve en la práctica, desde el inicio estuve abierta a aprender de procesos, programas y tareas que me ayudaran a ejecutar mis responsabilidades en el área de Marketing de la mejor manera, las cuales eran el seguimiento del comportamiento y performance a nivel cuantitativo de las diferentes campañas e iniciativa publicitarias del portafolio de productos, análisis de informes y kpis a través del sistema de medición (NSR), que me permitía brindar insights de cada una de los proyectos en marcha.

Luego de un tiempo, y al día de mi finalización de la práctica fui capaz de aprender muy bien el manejo del programa el cual era la base datos donde se almacenaba tanto las ventas, como la cobertura de clientes. promedio de compra y demás información relevante del sistema Coca-Cola, y de esta manera realizar propuestas de mejora para cumplir con el objetivo de cada iniciativa, como por ejemplo el plan piloto para incrementar la retornabilidad de los envases.

En la mitad de mi práctica, tuve la oportunidad de desarrollar una reunión con todos los involucrados en Marketing y Operaciones para presentar y capacitar un nuevo programa, que permite conocer más información tanto demográfica como de consumo de las personas, todos estos programas ayudan a mejorar las iniciativas, planes y proyectos a futuro, para que tenga un

éxito asegurado.

No niego que fue difícil acoplarme a un trabajo en una empresa de esta magnitud, sin embargo con el tiempo, lo logré. Agradecida por todo lo que me enseñó mi jefe y la confianza que depositó en mí, y con ganas de volver a tener la oportunidad de trabajar allí.

Las estrategias del plan piloto de retornabilidad se dividen en dos objetivos específicos:

Principalmente, obtener beneficios medio ambientales y económicos por medio de la retornabilidad de los envases, dado que a mayor retornabilidad mayor reutilización de envases en el proceso de producción y menor necesidad de crear nuevos envases, lo cual representa un beneficio económico para los involucrados y un paso más para estar inmersos en la economía circular con un proceso de logística inversa bien ejecutado que incluya un seguimiento detallado del movimiento de cada uno de los envases.

Como segundo objetivo es la creación del hábito en los consumidores por medio de comunicación masiva que contenga incentivos al inicio para que los consumidores hagan parte del proceso, debido a que son los involucrados finales quienes deben empezar el proceso de retornabilidad para que este sea exitoso y llegue nuevamente al punto de inicio.

Cronograma.

6.1.1 Ciclo 1.

Agosto 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Septiembre 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Agosto - Septiembre

Al inicio de mi periodo de práctica profesional, recibí la inducción en cuanto a conocer el portfolio de productos que

se manejaban, las campañas e iniciativas que venían, el uso y manejo del programa NSR con el

fin de conocer a profundidad mis responsabilidad y funciones como practicante. En el mes de septiembre realicé mi primer informe entregable que contenía información en cuanto a expansión y volumen de ventas de cajas para el inicio del año **2023** en los asaderos de Colombia.

Esto me permitió familiarizarme más sobre el programa que iba a ser mi herramienta principal de trabajo, puesto que contenía toda la información de productos por categorías correspondientes.

6.1.2 Ciclo 2.

OCTUBRE 2022							NOVIEMBRE 2022						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2		1	2	3	4	5	6
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30				
31													

Octubre - Noviembre.

Fueron dos meses de mucho aprendizaje y acoplo en mis responsabilidades, aprendí a crear

informes con mayor detalle, practicidad y mejor presentación, adicional a reducir mis tiempos en la realización de estos, tuve a cargo varios seguimientos entre ellos la expansión de envases retornables a diferentes territorios del país, allí pude darme cuenta la oportunidad que se tenía en este proyecto.

Adicionalmente, tuve la ocasión de visitar la embotelladora Femsa, conocer a detalle los diferentes procesos de logística que se manejaban e identificar las oportunidades para evitar el expedición y pérdida de envases.

Dificultades: Acoplo al sistema de medición de los consumidores, identificación y conocimientos de los KPIS.

Logros: Conocer la embotelladora, de allí surgió mi idea y desarrollo de plan de mejora.

6.1.3 Ciclo 3.

DICIEMBRE 2022							ENERO 2023						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4							1
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
							30	31					

Diciembre - Enero

Inicié un proceso de

capacitación enfocado en una plataforma de la medición de consumo de las personas, donde debía capacitarme y luego presentarlo frente al equipo de Marketing del sistemas Coca - Cola incluyendo la embotelladora Femsa, fue una reunión presencial donde la lidere yo, brinde los conocimientos adquiridos, respondí preguntas y tuve en cuenta las expectativas de este programa a largo plazo para seguir trabajando en ello.

Adicional presenté mi idea de plan de mejora hacía mi jefe, plan piloto de codificación de envases retornables, donde explique el propósito y objetivo y luego pasar a la validación y posible implementación de este como se explicó anteriormente.

Logros:Entender la teoría, objetivo y metodología del programa de medición de consumo - BEACH. Adicional seguir trabajando en el plan piloto para robustecer, tener claridad en cuanto a la metodología que se llevaría acabo.

6.1.4 Ciclo 4.

Inicio 2023
14/02/2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28

FEBRERO 2023

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28		

Inicio 2023
14/02/2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28

En el último mes, con todo el conocimiento adquirido, pasé a validar con los demás involucrados el plan piloto, lo cual tuvo una gran aceptación por todos y además me dieron las expectativas que se debían tener a largo plazo con este plan.

También realice capacitaciones individuales sobre BEACH a mi equipo de trabajo, realicé un dashboard de seguimiento de todo el portafolio de productos y allí teniendo en cuenta todos los SKUS retornables, con indicadores de volumen de ventas, clientes, promedio de compra, recompra en varios periodos de tiempo. Fui felicitada por mi jefe por mi trabajo realizado durante mi periodo de práctica.

Logros: Se realizó la entrega final del dashboard con el fin de tener un seguimiento más detallado y organizado en un solo documento. Por parte del plan piloto se colocó como expectativa el periodo de tiempo a ser implementado

6.2 Conclusiones - Recomendaciones.

Conclusiones

- ✓ Si se implementa el plan piloto de codificación de envases retornables se puede evidenciar oportunidades de mejora y de esta manera implementar acciones para la creación de hábito en los consumidores.
- ✓ Conocimiento del seguimiento de los envases durante el proceso de logística inversa del sistema.
- ✓ Informe de seguimiento del portfolio de producto es utilizado en la actualidad por el equipo de Marketing y Operaciones.

Recomendaciones

- ✓ A mayor retornabilidad de envase menor desperdicio de material.
- ✓ Implementación de comunicación masiva para la creación de hábitos.
- ✓ Seguimiento de los indicadores en un solo dashboard, incrementa la eficiencia en los resultados.

6.3 Bibliografía.

The Coca - Cola Company. (s/f) (28 de 02 de 2023). Obtenido de

The Coca - Cola Company : <https://groups.coca-cola.com>