

**OPTIMIZACIÓN LOGÍSTICA Y DE DEVOLUCIONES EN FORUS COLOMBIA
MEDIANTE EL USO ESTRATÉGICO DE SALESFORCE**

MARÍA ALEJANDRA CUELLAR GARCÍA

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE COLOMBIA
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DEPARTAMENTO DE MARKETPLACE FORUS**

2023

**OPTIMIZACIÓN LOGÍSTICA Y DE DEVOLUCIONES EN FORUS COLOMBIA
MEDIANTE EL USO ESTRATÉGICO DE SALESFORCE**

MARÍA ALEJANDRA CUELLAR GARCÍA

OSCAR JAVIER AUZA MORA

**TRABAJO DE GRADO
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE COLOMBIA
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

2023

Agradecimientos

Primeramente le agradezco a mis padres por el apoyo incondicional brindado a lo largo de mis años de estudio, ayudándome a cumplir cada uno de los objetivos que tenía planeados desde un inicio de la carrera, tanto académicos como personales. Gracias a su esfuerzo y amor me han impulsado a ser cada vez mejor y a dar todo de mi en cada ámbito de mi vida, sin duda alguna esto no habría sido posible sin su ayuda y lo agradezco enormemente.

Por otro lado, a lo largo de mi camino universitario tuve la oportunidad de conocer excelentes docentes, los cuales fueron primordiales en este proceso, les quiero agradecer por transmitir sus conocimientos, experiencias y consejos.

Por último, doy gracias a la empresa que me abrió sus puertas, a un equipo tan increíble y lleno de conocimiento, a la empresa que me otorgó el sí rotundo de que elegí la carrera que soñaba.

Introducción

La logística inversa se puede tratar como un ítem nuevo y recurrente en los últimos años en nuestro país ya que los procesos llevados por otros países en estos ámbitos van muy por encima de los nuestros debido a su aparición en los años 90 incluyendo así, nuevos temas como lo es la gestión de desperdicios, el buen uso de materiales, entre otros (Zapata, 2020). La optimización logística y de devoluciones es esencial en cualquier empresa que busca mejorar su eficiencia operativa y la satisfacción del cliente (Repsol, 2022).

En el caso de Forus Colombia, una empresa dedicada a la comercialización de productos deportivos y de moda, maximizar la gestión de sus procesos de devolución es un aspecto crítico para el éxito de su negocio. En este contexto, la implementación estratégica de Salesforce se presenta como una herramienta fundamental que puede revolucionar la forma en que Forus Colombia aborda la logística y las devoluciones.

En esta introducción, explicaremos cómo Forus Colombia puede aprovechar el poder de Salesforce para transformar sus operaciones logísticas y de devoluciones. Desde la automatización de tareas hasta la mejora en la comunicación con los clientes y la toma de decisiones basadas en datos, el uso estratégico de Salesforce puede marcar la diferencia en la competitiva industria minorista.

En las siguientes secciones, se explicará en detalle las estrategias y pasos clave para implementar una solución integral que optimice la logística y las devoluciones en Forus Colombia, impulsando la eficiencia y mejorando la experiencia del cliente.

Índice

PARTE I

1. LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión, Visión y Valores

1.1.2 Ubicación Geográfica

1.1.3 Estructura Organizativa

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

1.1.4.1 Análisis DOFA

1.1.4.2.1 Fortalezas

1.1.4.2.2 Oportunidades

1.1.4.2.3 Debilidades

1.1.4.2.4 Amenazas

2.2 Objetivos

PARTE II

2. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

2.1 Propuesta de Mejora

PARTE III

3. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA

3.1 Situación actual

3.2 Planteamiento plan de mejora

3.3 Implementación Sales Force

3.4 Formación de personal

3.5 Estrategias de optimización

3.6 Mejoras en el proceso de devoluciones

3.7 Análisis de datos y reportes

3.8 Resultados y beneficios obtenidos

3.9 Recomendaciones y pasos futuros

PARTE VI

4. Reflexiones y aprendizajes

PARTE V

5. Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales.

CONCLUSIÓN

REFERENCIAS

PARTE I

LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales

Nombre de la empresa: FORUS COLOMBIA

Es una empresa omnicanal líder en el sector retail, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas internacionales licenciadas y marcas propias en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. Desde 1980 operan un portafolio de marcas que incluye Under Armour, Cat, Merrell, Hush Puppies, entre otras. Su estrategia está centrada en el cliente, y se declaran como Consumer Fanatic (Fanáticos del Consumidor) porque saben que tienen que aprender constantemente de sus clientes, conocerlos más y acercarse mejor a ellos, ofreciéndoles lo que buscan (FORUS COLOMBIA, 2020).

Los pilares fundamentales de la compañía son la fortaleza de sus marcas, del retail, los productos de calidad y de diseño, los colaboradores y el contacto con el consumidor. Por otro lado, el consolidado equipo humano conformado por profesionales, técnicos, fuerza de venta y trabajadores, constituye el principal pilar a través del cuál se proyecta el crecimiento y visión de futuro.

1.1.1 Misión, Visión, Valores y marcas

MISIÓN

Contribuir a la felicidad de las personas, inspirándolas a vivir de una forma más sana, activa y sustentable, en cada momento de su vida.

VISIÓN

Sorprender constantemente a nuestros consumidores con las mejores marcas y productos, ayudándolos a que ellos tengan experiencias únicas, y asegurar que a su vez, inspiren al entorno, a la comunidad y a la sustentabilidad. Lo anterior es posible al contar con las mejores personas, los mejores talentos, los mejores equipos de trabajo, que permitan día a día ayudar a cumplir los sueños de todos.

MARCAS

Diseñamos, producimos, importamos y comercializamos calzado y vestuario de grandes marcas con un alto valor percibido a través de una poderosa red de tiendas propias y las principales tiendas por departamentos de Chile.

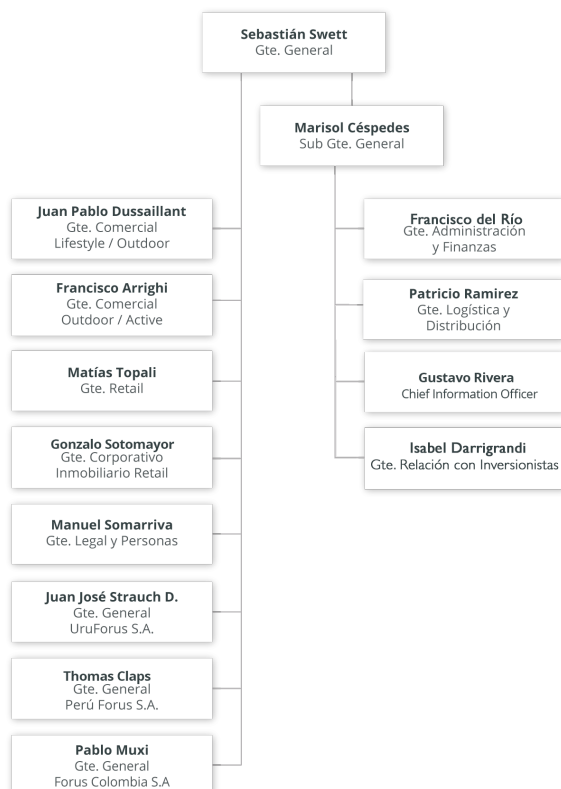
VALORES

- ❖ Consumer Fanatic
- ❖ Disciplina
- ❖ Excelencia
- ❖ Austeridad
- ❖ Pasión
- ❖ Ética

1.1.2 Ubicación Geográfica

Edificio Paralelo 108 - Av. Carrera 45 N° 108-27

1.1.3 Estructura Organizativa



Tomado de: <http://forus.cl/quienes-somos/administracion/>

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEPARTAMENTO DIGITAL



Elaboración propia

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Departamento digital, área de Market Place

1.1.4.1 Análisis DOFA



Elaboración propia

1.1.4.2.1 Fortalezas

En cuanto a las fortalezas, se encuentra el gran equipo de trabajo y las cabezas de la empresa que manejan con mucha pasión cada una de sus tareas, teniendo como prioridad la experiencia al cliente ya que Forus Colombia ha logrado construir relaciones sólidas con sus clientes a través de un excelente servicio, ligado a sus productos de calidad, y programas de fidelización. Por otro lado, posee una ventaja en cuestión de la presencia de las marcas ya que cada una de ellas es reconocida a nivel mundial siendo cada una de ellas adaptable a los cambios tanto legales como sociales y las preferencias del consumidor llevando a sus tiendas productos nuevos e innovadores en el mercado Colombiano.

1.1.4.2.2 Oportunidades

Es importante tener en cuenta que el tamaño de la empresa puede incluir nuevas marcas en su sede de Colombia ya que en la principal (Chile) tienen más diversidad de las mismas, así que el crecimiento de mercado es una oportunidad sustancial de expansión, explorando nuevos segmentos de mercado para llegar a más personas. Ahora bien, la implementación de su propia aplicación, que ya es un éxito en Chile es una oportunidad de fidelizar los compradores ya registrados ya que esta se encarga de pedir en tienda presencial si no se encuentra alguna talla o referencia y llevarla a la casa del cliente.

1.1.4.2.3 Debilidades

Entre las debilidades encontramos la falla logística en la cuál se trabaja; de igual forma, el problema del cuál trata este trabajo que son las devoluciones y las cantidades de notas crédito generadas día a día.

1.1.4.2.4 Amenazas

Una de las principales amenazas es el alto índice de competencia principalmente en el calzado deportivo ya que muchas veces, marcas como Adidas y Nike están por delante debido a la inversión publicitaria y demás temas de mercadotecnia y fidelización de clientes.

2.2 Objetivos

Objetivo general

Incrementar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en el sector logístico y de devoluciones de FORUS Colombia, a través de la implementación efectiva y

aprovechamiento integral del software Salesforce, con el propósito de reducir costos operativos, disminuir errores en el proceso de devoluciones y fortalecer la gestión logística en la cadena de suministro de la empresa.

2.2.1 Objetivos específicos

- ❖ Configurar y personalizar el software Salesforce para adaptarlo a las necesidades específicas de FORUS Colombia en los procesos logísticos y de devoluciones, maximizando su funcionalidad y capacidad de optimización.
- ❖ Capacitar al personal involucrado en el uso del software Salesforce, proporcionando las habilidades y conocimientos necesarios para utilizarlo de manera efectiva.
- ❖ Implementar mecanismos de seguimiento y control que permitan monitorear el desempeño del sistema y evaluar el impacto de las mejoras realizadas.

PARTE II

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

2. Propuesta de Mejora

Principalmente, el plan de mejora se basa en la implementación del software Salesforce para potenciar la empresa en el tema logístico, en el que la gestión de devoluciones no se encuentra en su punto de eficiencia. Es necesario tener en cuenta el tema del servicio al cliente ya que las demoras y devoluciones afectan. De esta manera, es de suma importancia aprovechar las capacidades de la plataforma para optimizar procesos, mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

PARTE III

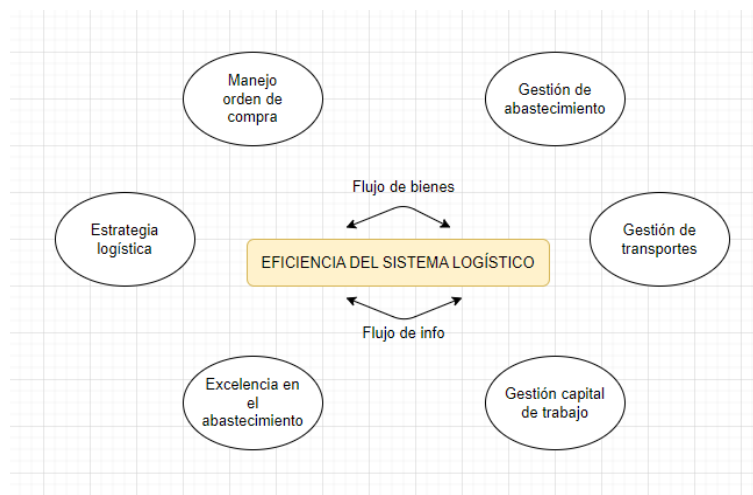
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA

3. Situación actual

La empresa forus Colombia presenta represamiento de órdenes que son devueltas por los clientes por distintas razones. La más común de ellas es por tallas ya que al ser tallaje americano, el cliente Colombiano tiende a confundirse en cuestión de centímetros del largo del pie y demás. Además de ello, las hormas son distintas en cada una de las marcas y por ende la equivalencia en talla Colombiana puede variar.

En el mes de Noviembre, al ser mes con mayor volumen de ventas y con evento de descuento “black days” hubo un represamiento tanto de despacho de órdenes como de devoluciones por lo que la empresa tuvo que tomar medidas de contratación de personal y ayuda de los empleados de oficina ya que no daban a basto con la cantidad de órdenes recibidas y de igual forma, las órdenes que entraban como devolución y a las cuales se le genera nota crédito. Esto provocó ineficiencia en la parte logística y retrasos de despacho. Por parte de Mercado Libre, en el evento de black week hubo demora de 348 órdenes, lo cuál, en el sitio baja la reputación ya que el límite de porcentaje para ser mercado líder es de 10% y estuvo en un 17,50% (Mercado Libre, n.d.). En Dafiti hubo represamiento de 130 órdenes ya que de estas, al no haber almacenaje en el centro de distribución tenían que ser reasignadas a tiendas físicas (Gran estación, Américas, Toberín, Calle 77, Fontanar, Colina, entre otros). Esta reasignación provoca alto porcentaje de demoras ya que el transportista debe pasar a cada una de ellas y hacer el despacho con normalidad. Por parte de Linio y Falabella el represamiento fue menor debido al bajo flujo de venta pero siendo así, de igual forma hubo órdenes con demoras. Se anexa evidencia de la caída en días de evento, es decir, despachos con demora.

Ahora bien, evidenciando esta situación es notable la falta de organización logística y la ineficiencia sobre todo cuando hay eventos con alto flujo de venta. A continuación se presenta el proceso logístico de Forus Colombia.



Elaboración propia

3.1 Planteamiento plan de mejora

Principalmente, el plan de mejora se basa en la implementación del software Salesforce para la ayuda con la gestión de devoluciones y de esta manera, obtener una baja en las mismas, haciendo que el cliente se sienta a gusto, que se enganche con la empresa y también, disminuir costos es gestión de logística inversa. De esta manera, es de suma importancia aprovechar las capacidades de la plataforma para optimizar procesos, mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

Se plantea un paso a paso a seguir para llevar a cabo el plan de mejora:

1. Evaluación de la situación actual:

- Realizar una revisión exhaustiva de los procesos de devoluciones actuales.
- Identificar los problemas, las áreas de mejora y las oportunidades para optimizar la eficiencia.

2. Configuración de Salesforce: Asegurarse de que Salesforce esté configurado adecuadamente para el seguimiento de las devoluciones, incluyendo la creación de campos personalizados y flujos de trabajo específicos.

- **Capacitación del personal:** Proporcionar capacitación a los miembros del departamento de devoluciones sobre cómo utilizar Salesforce para gestionar las devoluciones de manera eficiente.
- **Automatización de procesos:** Utilizar flujos de trabajo de Salesforce para automatizar tareas repetitivas, como la creación de registros de devolución, la asignación de casos y la notificación de clientes.
- **Integración de canales de comunicación:** Integrar los canales de comunicación, como correo electrónico y chat, en Salesforce para tener un registro completo de las interacciones con los clientes en un solo lugar.
- **Seguimiento de devoluciones:** Establecer un proceso claro y consistente para el seguimiento de devoluciones, desde la recepción de la solicitud hasta la resolución.
- **Informes y paneles de control:** Crear informes personalizados y paneles de control en Salesforce para monitorear métricas clave, como el tiempo de

resolución de devoluciones, el volumen de devoluciones y la satisfacción del cliente.

3. Colaboración interdepartamental:

Facilitar la colaboración entre el departamento de devoluciones y otros departamentos, como ventas, para resolver problemas de manera eficiente y compartir información relevante.

- **Mejora continua:** Establecer un proceso de retroalimentación y mejora continua, donde se revisen periódicamente los procesos y se realicen ajustes según sea necesario.
- **Medición de la satisfacción del cliente:** Utilizar Salesforce para recopilar y analizar la retroalimentación de los clientes con respecto a sus experiencias de devolución, y tomar medidas para abordar cualquier problema identificado.
- **Implementación de un portal de autoservicio:** Crear un portal de autoservicio en Salesforce donde los clientes puedan realizar solicitudes de devolución y realizar un seguimiento de su estado.
- **Gestión de inventario:** Utilizar Salesforce para gestionar el inventario y garantizar la disponibilidad de productos para las devoluciones, lo que puede reducir los tiempos de espera.
- **Mantenimiento y actualizaciones:** Asegurarse de mantener actualizado Salesforce y sus componentes personalizados para aprovechar las últimas características y mejoras.

4. Evaluación y retroalimentación constante:

Realizar evaluaciones regulares de la eficacia de las mejoras implementadas y buscar la retroalimentación del personal y los clientes para ajustar continuamente el proceso. Un enfoque sistemático en la implementación de estas mejoras utilizando Salesforce puede ayudar a optimizar el departamento de devoluciones, aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la eficiencia operativa.

3.3 Implementación Sales Force

La implementación de Salesforce para la gestión de devoluciones y procesos logísticos cuenta con los siguientes pasos específicos:

- **Requisitos y Análisis:** Identificar los requisitos específicos del proceso de devoluciones y logística. Analizar los puntos de contacto con los clientes y los puntos críticos en el proceso (ya analizados).
- **Configuración de Objetos y Campos:** Personalizar objetos estándar de Salesforce, Oportunidades y Casos, para gestionar devoluciones. Además de ello, crear objetos personalizados para manejar información específica de la logística, en este caso, envíos, devoluciones y el manejo del servicio al cliente.
- **Automatización de Flujos de Trabajo y Procesos:** Luego de ello, crear flujos de trabajo para automatizar tareas y enviar notificaciones. Por otro lado, diseñar procesos que gestionen la aprobación de devoluciones y el manejo dentro de centro de distribución para que no se represen en masa y coordinar acciones logísticas.
- **Configuración de Reglas de Validación y Seguridad:** Es necesario implementar reglas de validación para garantizar la precisión de los datos ingresados y configurar los permisos de seguridad para restringir el acceso a la información sensible.
- **Desarrollo de Informes y Paneles:** Una de las herramientas más importantes es la creación de informes para poder rastrear el rendimiento de los procesos de devolución y logística que es el principal uso que se le dará a Salesforce, así mismo, de la mano con la personalización se deben configurar los paneles para que proporcionen una visión general en tiempo real del estado de las devoluciones y los envíos.
- **Pruebas y Validación:** Para la correcta implementación de Salesforce es necesario realizar pruebas exhaustivas del sistema para garantizar que los flujos de trabajo y procesos estén funcionando correctamente. Primeramente simular casos de devolución y verificar la integridad del sistema.
- **Implementación Gradual:** Luego de realizar las pruebas, se debe implementar la solución de manera gradual para minimizar el impacto en las operaciones diarias y de igual forma supervisar los resultados.

- **Optimización Continua:** Recopilar comentarios de los usuarios y realizar ajustes según sea necesario. Mantén la flexibilidad para adaptarte a cambios en los procesos o en las necesidades del negocio.

Este enfoque proporcionará una implementación sólida de Salesforce para la gestión de devoluciones y procesos logísticos, mejorando la eficiencia y la satisfacción del cliente.

3.4 Formación de personal

La formación del personal en el uso de Salesforce es crucial para aprovechar al máximo las capacidades de esta plataforma de gestión de relaciones con el cliente (CRM). Es importante tener en cuenta la evaluación de las necesidades de formación que en este caso, en casi todos los asistentes es nula ya que muchos de ellos no conocen el software. Por otro lado, parte importante de ello es luego determinar los roles y responsabilidades específicos de cada uno de los asistentes.

Realizando la organización de personal se debe tener en cuenta el plan de formación ya que debe ser detallado. Este se dividirá en módulos que se darán en rangos de 1 hora por día junto con la práctica durante los módulos para facilitar la asimilación de la información.

Primeramente se dará una introducción a Salesforce en el que se abarquen los conceptos básicos, interfaz y navegación del mismo. Luego de ello, la gestión de registros que consiste en la creación, edición y eliminación de registros, junto con los paneles específicos para cada tarea.

Ahora bien, teniendo como base los conocimientos mencionados se da paso a la automatización de procesos con flujos de trabajo y procesos, la creación y personalización de informes y paneles que en este caso haría énfasis en la gestión de logística inversa. Así mismo, con la organización de los colaboradores se dará la distinta administración de permisos ya que es información no disponible para todos los implicados.

Aquí se abre paso a la formación específica por rol, en este caso, servicio al cliente; uso de casos, gestión de activos y resolución de problemas. Marketing; utilización de campañas, automatización de marketing y análisis de datos. Formación práctica; simulaciones y ejercicios prácticos para aplicar los conocimientos adquiridos. Área de devoluciones.

Por último, se generará formación continua en la cuál se proporcionará herramientas de aprendizaje continuo como webinars, documentos y actualizaciones de nuevas características

y de esta manera incentivar a los colaboradores con la obtención de certificaciones de Salesforce para aquellos roles que lo requieran. Y de igual forma se hará evaluación y retroalimentación de todo lo visto

La plataforma ofrece un soporte Post-Implementación en el cuál se establece un sistema de soporte para preguntas y problemas que surjan después de la formación por medio de una red interna de usuarios expertos para fomentar la colaboración entre los empleados.

3.5 Estrategias de optimización

Las principales estrategias se basan en usar la plataforma de manera completa y acudir a las consultas por devoluciones utilizando los índices y filtración de los resultados de las consultas siempre que sea posible. Además de ello, como estrategia es necesario crear índices en campos que se utilicen con frecuencia en consultas y evitar el uso excesivo de índices, ya que pueden tener un impacto negativo en el rendimiento de las actualizaciones. Ahora bien, para esto también es necesario contar con una gestión de inventario en tiempo real para llevar un registro en tiempo real del inventario disponible y actualizado, lo que ayuda a gestionar eficientemente las devoluciones y a garantizar que los productos estén disponibles para reemplazo o reembolso.

Una de las estrategias más importantes se basa en la integración con otros sistemas internos de la empresa para tener aún más certeza sobre los datos de la compañía. En este caso, Forus Colombia maneja SIAL y CENTRY las cuales son software integrador de marketplace en el que se conecta los canales de venta, administra las ventas e inventario y gestiona la bodega y despachos. Y también con power BI en el cuál se encuentra toda la información de stock, ventas, etc. Esto va de la mano con Salesforce Analytics para analizar datos relacionados con devoluciones, como patrones de devolución, productos más devueltos y razones de devolución. Esto puede ayudar a tomar decisiones informadas y a mejorar la calidad de los productos o servicios.

Por otro lado, una estrategia que ayudará es un portal de clientes por medio del software en Salesforce communities para que los clientes puedan iniciar y rastrear sus solicitudes de devolución de manera autónoma lo cuál proporciona información detallada sobre el estado de las devoluciones y los procesos asociados para mejorar la transparencia.

3.6 Mejoras en el proceso de devoluciones

Mejorar el proceso de devoluciones con Salesforce implica utilizar la plataforma de manera eficiente para optimizar la gestión de devoluciones y proporcionar una experiencia más satisfactoria tanto para los clientes como para los equipos internos. Aquí hay algunas mejoras específicas que se pueden considerar:

1. Automatización de flujos de trabajo
2. Integración con logística e inventarios
3. Gestión de casos y comunicación transparente
4. Análisis de datos para mejoras continuas
5. Integración con servicio al cliente
6. Seguimiento de productos defectuosos
7. Recopilación de comentarios de clientes

Al implementar estas mejoras, es posible optimizar el proceso de devoluciones, mejorar la eficiencia operativa y elevar la satisfacción del cliente. Es importante adaptar estas sugerencias según los objetivos planteados para darle continuidad al proyecto.

3.8 Resultados y beneficios obtenidos

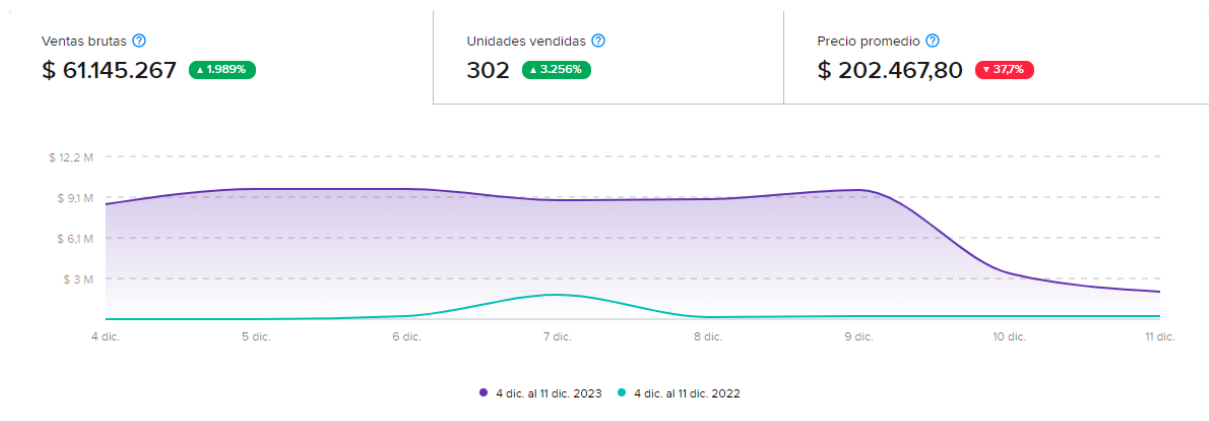
Primeramente, en cuestión de devoluciones se ve una mejora significativa, puesto que haciendo una comparación entre el mes de Noviembre y Diciembre, al día 10 de cada mes 2023, se presenta un alto y significativo cambio. *(Anexo tabla comparativa)*

MES	UA	CAT	COLUMBIA	MERRELL	TOTAL
NOVIEMBRE	42	38	15	8	103
DICIEMBRE	10	15	0	1	26

Elaboración propia

En cada una de las marcas que se encuentran creadas en Marketplace, que son 5 (Under Armour, Caterpillar Lifestyle, Columbia y Merrell) se presenta una baja en la cantidad de devoluciones que para un mes como Diciembre y luego de evento de descuentos sería mayor, según el histórico.

Comparado con el año anterior, 2022, se ve un alta en las ventas y así mismo una mejora en la eficiencia y crecimiento de cada uno de los ámbitos, lo cuál asegura que el uso de sistemas y software como Sales Force son de importante ayuda para una empresa que vende en grandes cantidades.



Tomado de:

https://www.mercadolibre.com.co/metricas?filters=&finish_period=lastYear&from_current&from_previous&start_period=lastSevenDays&to_current&to_previous#!

Ahora bien, este tipo de evidencia indica que con el uso continuo e implementación de nuevas herramientas la funcionalidad de la compañía puede ser cada vez mejor y que la alta capacitación de los colaboradores lleva a una productividad mayor, haciéndolos más eficientes y generando procesos que ahorren tiempo y dinero.

Por último, en el siguiente gráfico se evidencia reducción de entrega al cliente de 1 día cuando normalmente, mientras recogía la transportadora y demás se tardaba alrededor de 4 días hábiles. Es notable la mejora con el uso del programa y la mejoría en la organización de información de stock y demás.

3.9 Recomendaciones y pasos futuros

Una de las recomendaciones principales es llevar todo con más organización puesto que al ser una empresa de esa magnitud y con la cantidad de flujo de ventas tanto en digital como en retail no tienen un proceso tan eficaz ya que se presentan demoras y esto genera insatisfacción por parte del cliente y así mismo una baja en las ventas y engagement.

Con la implementación del Software y una correcta utilización del mismo se mejorará el proceso logístico y el centro de distribución tendrá una mejora significativa y será más eficaz, despachando los paquetes a tiempo y con cero órdenes represadas.

Para pasos futuros es necesario seguir teniendo capacitaciones continuas para asegurarse de que estén al tanto de las nuevas características y mejores prácticas de Salesforce. Esto garantizará que la plataforma se utilice de manera efectiva y eficiente. Además de ello, tener

innovación manteniéndose al tanto de las actualizaciones y nuevas funcionalidades de Salesforce y evaluar regularmente cómo dichas novedades podrían beneficiar a la empresa y si es necesario, actualizar la implementación para aprovechar las últimas capacidades.

PARTE VI

4.1 Reflexiones y aprendizajes

Como experiencia personal me parece muy satisfactorio el hecho de evidenciar todo lo que aprendí durante toda la carrera, ver realmente cómo son los procesos y de qué manera deben resolver las situaciones de forma eficaz para no perder dinero. Me llevo mucha experiencia en todos los ámbitos, tanto personales como laborales puesto que en esta empresa fue posible distinguir las estrategias que poseen como equipo y entender un poco más allá todos los conceptos vistos a lo largo de los años estudiados. Agradezco inmensamente la oportunidad que me brindó FORUS ya que entendí como funciona realmente una empresa y ya soy consciente de qué esperar en futuras experiencias y de igual forma, de qué manera llevar distintos procesos y que quiero seguir aprendiendo de persona íntegras y dedicadas como las hay en esta empresa.

Fue una experiencia bastante enriquecedora en la cuál aprendí de distintos temas que no imaginé, amplió mi mente y mi forma de pensar en un 100%. Agradezco los conocimientos adquiridos, la experiencia y la vivencia en general.

PARTE V

Programación de actividades

En el siguiente cronograma de actividades se muestran las tareas por semana que se han ido realizando en FORUS COLOMBIA a partir del mes de Septiembre y cómo se irá desarrollando hasta el correcto y completo uso del software.

PLANIFICACIÓN IMPLEMENTACIÓN SALESFORCE				
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
SEPT	PAGO DE SALESFORCE - INICIO DE CAPACITACIONES	DIVISIÓN DE CAPACITACIÓN POR MÓDULOS - PRÁCTICAS DE LO VISTO	IMPLEMENTACIÓN EN COMPUTADORES EMPRESARIALES	CAPACITACIÓN COLABORADORES - EVALUACIÓN

OCT	UNIFICACIÓN DE PROGRAMAS DE FORUS CON SALESFORCE	FUSIÓN DE MERCADO LIBRE Y SALESFORCE	CAPACITACIÓN COLABORADORES	PRUEBAS DE SOFTWARE - MANEJO DE MERCADO LIBRE OK
NOV	REPORTES DE DEVOLUCIONES	QUEJAS Y RECLAMOS ATENDIDOS AL INSTANTE	MEJORA EN ORGANIZACIÓN LOGÍSTICA	CORRECTA INFORMACIÓN DE STOCK PARA MEJOR MANEJO DE ÓRDENES REPRESADAS EN CD
DIC	CAPACITACIÓN COLABORADORES - EVALUACIÓN	DISMINUCIÓN DE DEVOLUCIONES	MENOR REPRESAMIENTO DE ÓRDENES	CORRECTO MANEJO DE DEVOLUCIONES Y DESPACHO ON TIME
ENERO	EVALUACIÓN DE PROGRAMA	MANEJO COMPLETO DEL SOFTWARE		

Conclusiones

Principalmente, se ve una mejora en la gestión de inventarios debido a que Salesforce permite una gestión de estos de manera más precisa y en tiempo real. Esto reduce los niveles de inventario no vendido y optimiza la disponibilidad de productos en respuesta a la demanda del mercado, mejorando así la eficiencia operativa. Aparte de ello hay mayor visibilidad y seguimiento de envíos por la funcionalidad que se proporciona en tiempo real de los envíos, desde el punto de origen hasta la entrega final. Esto no solo mejora la eficiencia logística, sino que también aumenta la confianza del cliente al ofrecer información transparente sobre el estado de sus pedidos y aquí de la mano con la ayuda del portal del consumidor, mediante el cuál el cliente ve detalladamente cómo va su devolución y el proceso, lo que ocasiona fidelización y engagement.

Como objetivo más importante, Salesforce implica reducción de costos en devoluciones permitiendo gestión más eficiente y automatizada de las devoluciones. Esto produce una reducción significativa de los costos asociados con procesos manuales, mejorando la rentabilidad y la satisfacción del cliente al agilizar el proceso de devolución.

Se evidencia cómo, con el uso de distintas herramientas, la funcionalidad de la empresa puede mejorar de manera significativa puesto que se automatizan procesos los cuales incurrían en bastante tiempo, mientras que con el uso de Salesforce permite mayor eficacia que es algo que se buscaba desde el inicio de este trabajo.

Referencias

- BARKER, T. (2009, ABRIL 08). *Benchmarks of Successful Salesforce Performance*. WILEY.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1936-4490.1999.tb00616.x>
- COLOMBIA, F. (2021, DICIEMBRE 16). *Dirección y Administración*. Forus. Retrieved November 14, 2023, from <http://forus.cl/quienes-somos/administracion/>
- FORUS COLOMBIA. (2020). *Dirección y Administración*. Forus. Retrieved November 14, 2023, from <http://forus.cl/quienes-somos/administracion/>
- GOSSO, F. (2021, September 22). , , - YouTube. Retrieved November 14, 2023, from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA6&dq=SATISFACCION+DEL+CLIENTE+EN+TERMINOS+DE+devoluciones&ots=pCQtJmqfzk&sig=SEYNcbz8C1oXNAvcov8jziD9JbA#v=onepage&q&f=false>
- LUCERO MOYA, O. (2016, April 29). *Procedimiento para implementación de un sistema de gestión de costos de calidad*. Redalyc. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579002.pdf>
- Mercado Libre. (n.d.). *Centro de vendedores Mercado Libre*. Centro de Vendedores. Retrieved December 10, 2023, from <https://vendedores.mercadolibre.com.co/>
- NIETO, D. C. (2021, September 22). *Logística inversa en la gestión de la cadena de suministro*. , - YouTube. Retrieved November 14, 2023, from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hoQK2KBHhzQC&oi=fnd&pg=PA11&dq=LOGISTICA+INVERSA&ots=zT66-5HF5y&sig=0Z37yJGRYOnSLv9kDx2hZvzWymI#v=onepage&q&f=false>
- Oltra, R. (2015, ENERO 19). *La Logística Inversa: Concepto y Definición*. RiuNet. Retrieved November 14, 2023, from <https://riunet.upv.es/handle/10251/46172>
- POWER BI. (2020). *MARKET PLACE FORUS*.

- QUINTEROS ZEA, W. (2014, June 4). *Implementación de un sistema automatizado y centralizado del proceso de préstamo y devolución de los implementos del laboratorio de sistemas digitales de la escuela superior politecnica del litoral*. DSpace en ESPOL. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/25515>
- Repsol. (2022). *¿Qué es la logística inversa y qué beneficios tiene? Ejemplos*. Repsol. Retrieved December 11, 2023, from <https://www.repsol.com/es/energia-futuro/futuro-planeta/logistica-inversa/index.cshtml>
- SALESFORCE. (2021, September 22). *DEVOLUCIONES*. , - YouTube. Retrieved November 14, 2023, from https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.mc_as_bounces.htm&type=5
- SALESFORCE. (2021, September 22). *Utilizar las nuevas funciones de devoluciones de Gestión de pedidos en flujos*. , - YouTube. Retrieved November 14, 2023, from https://help.salesforce.com/s/articleView?id=release-notes.rn_om_flow_core_actions.htm&release=232&type=5
- SALESFORCE. (2023). *Plataforma para crear apps: haz crecer tu negocio | Salesforce*. Salesforce. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.salesforce.com/mx/products/platform/overview/>
- SALESFORCE. (2023). *¿Qué es Salesforce?* Salesforce. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.salesforce.com/mx/products/what-is-salesforce/>
- Zapata, W. (2020). *Estudio de la logística inversa y su importancia en la gestión empresarial de organizaciones sostenibles | Revista Estrategia Organizacional*. Hemeroteca UNAD. Retrieved January 19, 2024, from <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/revista-estrategica-organizacio/article/view/5657/5382>