

INFORME DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL POSTOBÓN S.A.



BRAHIAN FERNANDO DURAN FRANCO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2020

INFORME DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL POSTOBÓN S.A.

BRAHIAN FERNANDO DURAN FRANCO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas

Fray JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.

Rector General

Fray EDUARDO GONZALEZ GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

Fray JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

Fray RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota De Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Director Trabajo de Grado

ALFONSO CANONIGO GALVIS

jurado

JULIO ANDRÉS RAMÍREZ

jurado

Villavicencio, octubre 2020

Dedicatoria

Mi trabajo de grado lo dedico primeramente a Dios, quién me ha dado la sabiduría para culminar exitosamente mi carrera profesional y me ha brindado herramientas oportunas para recorrer este camino de aprendizaje y superar cada obstáculo presentado. A mis amados padres por su sacrificio y esfuerzo, por darme una formación integral y con principios morales basados en la ética personal y profesional, por ser mi fuente de motivación y disciplina para poder superarme cada día.

Al doctor Javier Humberto Trillos Celis, Decano de la Facultad de Negocios Internacionales, quien, durante cuatro años, no sólo estuvo en su rol de profesor y decano, sino también como padre para con cada uno de nosotros, motivándonos a esforzarnos e inspirándonos a ser mejores personas. A mis queridos profesores, porque de cada uno aprendí no sólo sus aptitudes y conocimientos profesionales, sino también su don de gente, personas integrales, que aman lo que hacen y se esfuerzan en cada espacio académico por dar lo mejor de sí mismos.

A mis compañeros, con quienes a lo largo de este recorrido compartí conocimientos, tristezas y alegrías, y quienes contribuyeron al desarrollo de mis habilidades profesionales tales como el trabajo en equipo, comunicación asertiva y liderazgo. Cada uno ha motivado mis sueños y esperanzas por ser un gran profesional. A mis compañeros de prácticas, especialmente al jefe del área de auditoría y a la analista de auditoría por brindarme la oportunidad de pertenecer a este maravilloso grupo de trabajo y por permitirme desarrollar y poner en práctica mis habilidades y conocimientos profesionales.

Contenido

	Pág.
Glosario	10
Resumen	11
Abstract	12
1. Introducción.....	13
2. La compañía	14
2.1. Misión	15
2.2. Visión	15
2.3. Estrategia corporativa.....	15
2.4. Historia de la compañía.....	16
2.5. Organigrama de la compañía	18
2.6. Principios corporativos.....	18
2.6.1. <i>Integridad y transparencia.</i>	18
2.6.2. La corresponsabilidad.	19
2.6.3. Inclusión y diversidad.	19
2.6.4. Coherencia y congruencia.	19
3. Gobierno corporativo	20
3.1. Política de transparencia.....	20
3.2. Política para la gestión integral de riesgos	20
3.3. Política SARLAFT.....	20
3.4. Código de Buen Gobierno	21
3.5. Código de Conducta Empresarial	21
3.6. Política Integral.....	21
3.7. Código de Conducta Así somos en Postobón.....	22
4. Centros de trabajo Postobón S.A.	23
4.1. Centros de producción.....	23
4.2. Centros de distribución	23
4.3. Canales de distribución	23
4.4. Cadena de valor	24

5. Portafolio de productos	25
6. Modelo de sostenibilidad.....	26
6.1. Focos de actuación.....	26
6.2. Grupos de interés	27
7. Gaseosas de Córdoba Villavicencio.....	30
7.1. Área de auditoría.....	31
7.2. Funciones desarrolladas en la práctica profesional.....	31
7.2.1. Seguimiento y control de Faltantes en caja.	31
7.2.2. Seguimiento y control de Planillas.	32
7.2.3. Acompañamiento físico a bajas de producto terminado y su comparación contra el sistema SAP.....	32
7.2.4. Seguimiento a devoluciones de clientes.....	33
7.2.5. Validación telefónica con clientes.	33
7.2.6. Demás actividades ejecutadas.	33
7.3. Aportes realizados al área.....	35
8. Conclusiones.....	37
9. Recomendaciones	38
10. Referencias.....	39
11. Anexos	40

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Portafolio de productos Postobón S.A.....	25
Tabla 2 Grupos de interés Postobón S.A. (Parte 1).	27
Tabla 3 Grupos de interés de Postobón S.A. (Parte 2).....	28

Lista de figuras

	Pág.
Ilustración 1. Historia de la compañía (Parte 1)..	16
Ilustración 2. Historia de la compañía (Parte 2)..	17
Ilustración 3. Organigrama de la compañía.....	18

Glosario

- **Aireación:** “Transferencia de oxígeno del aire al agua” (Eurorain, 2020).
- **Baja de materiales.** Destrucción de producto terminado clasificado para tal actividad por motivos de calidad y distribución.
- **Centro de distribución.** “Espacio logístico utilizado para el almacenamiento de mercancías y el despacho de órdenes de salida” (Lopez, 2018)
- **Floculación.** “Agitación de masa coagulada que permite el crecimiento de flóculos recién formados” (Cárdenas, 2000)
- **Matrices de seguimiento.** Sirven para identificar factores clave que pueden llegar a afectar los procesos internos de la compañía y para la implementación de acciones correctivas.
- **Planillas manuales.** Planillas que quedaron pendientes por liquidar en la operación proveniente de clientes.
- **Sistema AS-400.** “Sistema informático multiusuario utilizado en la gestión de información” (Gelabert, 2020)
- **Sistema SAP.** “Sistema informático utilizado en la gestión de recursos humanos, productivos logísticos, entre otros” (Galiana, 2020)
- **Zona de autoventa.** Sistema de venta y reparto de domicilios.
- **Zona de mayorista.** Sistema de intermediarios en la cadena de distribución.
- **Zona de preventa.** Fuerza de ventas enfocada en el servicio de atención al cliente fijado antes de la venta.

Resumen

El presente documento es desarrollado como parte del proyecto de prácticas profesionales para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales iniciadas el 12 de noviembre de 2019 y finalizadas el 11 de mayo del 2020 en el área de auditoría. La selección de Postobón S.A. para realizar las prácticas y aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica partió del hecho de que a lo largo de sus 115 años de experticia en el mercado se ha consolidado como la compañía líder en el desarrollo de importantes categorías de bebidas presentes en el mercado colombiano, así mismo, por su compromiso para promover el desarrollo sostenible y la articulación de su estrategia corporativa orientada al crecimiento y creación de valor con respecto a sus grupos de interés.

El área de auditoría, encaminada a la supervisión y control procesal llevados a cabo dentro de la compañía, se constituyó como el campo de trabajo durante los seis meses de prácticas profesionales y brindó las herramientas específicas para la ejecución de las actividades planteadas, fortaleciendo habilidades en materia de asuntos contables, procesos de inventarios, comunicación asertiva y relación con clientes internos y externos, permitiendo aportar al practicante el desarrollo de guías e instructivos propios del área.

Palabras clave: Compañía, Auditoría, Prácticas Profesionales.

Abstract

This document is developed as part of the project of professional practices to opt for the title of Professional in International Business started on November 12, 2019 and ended on May 11, 2020 in the audit area. The selection of Postobón S.A. to carry out the practices and apply the knowledge acquired during the academic training, it started from the fact that throughout its 115 years of experience in the market, it has established itself as the leading company in the development of important categories of beverages present in the Colombian market, likewise, for its commitment to promote sustainable development and the articulation of its corporate strategy aimed at growth and value creation with respect to its stakeholders.

The auditing area, aimed at the supervision and procedural control carried out within the company, it was established as the field of work during the six months of professional practices and provided the specific tools for the execution of the proposed activities, strengthening skills in matter of accounting matters, inventory processes, assertive communication and relationship with internal and external clients, allowing the practitioner to contribute the development of guides and instructions specific to the area.

Key words: Company, Audit, Professional Practices.

1. Introducción

El presente informe contiene información íntegra y descriptiva de las actividades desarrolladas durante los seis meses de prácticas profesionales en el área de auditoría aplicando el conocimiento y las teorías aprendidas durante mi formación académica en la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás.

Las prácticas profesionales fueron ejecutadas en Postobón S.A., empresa que cuya misión se centra en la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas en el mercado colombiano. Las actividades tuvieron desarrollo en el área de auditoría en coordinación del jefe de área, Diana Maritza Flechas, quien estuvo presente durante el proceso de prácticas profesionales y quien designó cada una de las labores a desarrollar, entre las cuales se puede mencionar el seguimiento y control de faltantes en caja, seguimiento y control de planillas, acompañamiento físico a bajas de producto terminado, seguimiento a devoluciones de clientes, validación telefónica con clientes, entre otras.

Labores que dieron como resultado la finalización de la preparación práctica para la inserción al mercado laboral. El cuerpo del informe tiene como finalidad abordar contenido relevante de los antecedentes generales de la compañía mencionada, así como también, información relacionada con la ejecución del proceso de prácticas que me permitieron el desarrollo de aptitudes y habilidades personales.

2. La compañía

Postobón S.A., compañía perteneciente a la Organización Ardila Lülle (OAL), es la empresa colombiana más grande considerando sus ingresos generados desde la industria de bebidas no alcohólicas en el país y cuenta con 115 años de existencia y participación en el mercado, logrando así ser líder en el desarrollo de importantes categorías de bebidas presentes en el mercado colombiano.

La compañía ha alcanzado una trascendencia significativa en los hogares colombianos, no sólo por su aporte económico, sino también por el compromiso adquirido para promover el desarrollo sostenible, logrando así, dejar huella en innovación, visión de negocios, capacidad de adaptación y transformación. Comprometidos con las expectativas de sus grupos de interés, la compañía busca entender lo que sucede en el mundo a través de un ejercicio empresarial enfocado en mitigar impactos y prevenir riesgos.

Con 71 centros de trabajo y mediante sus fortalezas en ventas y distribución, han logrado tener acceso al 90% del territorio nacional, haciendo que las bebidas de la compañía puedan adquirirse fácilmente, no sólo a nivel nacional (tiendas, supermercados, grandes superficies, restaurantes y en los hogares colombianos), sino también a nivel internacional con presencia en Estados Unidos, Reino Unido, Aruba, España, Curazao, Panamá e Italia.

El trabajo que desarrolla la compañía en el país ha sido posible gracias a la articulación y estructura de varias empresas con las que Postobón S.A. ha suscrito contratos de franquicia para la elaboración de las diferentes categorías de productos que se encuentran en su portafolio. Adicionalmente, la compañía se apalanca con el aporte de las empresas pertenecientes al sector de bebidas de la Organización Ardila Lülle, quien es propietaria de Postobón S.A. (Postobón, 2015)

2.1. Misión

Tal como Postobón lo declara en su página web, el propósito misional de la compañía es: “Fortalecer el liderazgo en el desarrollo, producción, mercadeo y ventas de bebidas refrescantes no alcohólicas, para satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores, superando sus expectativas mediante la innovación, la calidad y la excelencia en el servicio. Generamos oportunidades de desarrollo profesional y personal apoyándonos en el talento humano organizado en equipos alrededor de los procesos. Trabajamos con los proveedores para convertirlos en nuestros socios comerciales. Contribuimos decisivamente al crecimiento económico de la Organización Ardila Lülle y del País, actuando con responsabilidad frente al medio ambiente y la sociedad” (Postobón S.A., 2019)

2.2. Visión

Tal como Postobón lo declara en su página web, la visión de Postobón es: “Ser una Compañía Multilatina, con operaciones propias en el continente, reconocida por su dinamismo en innovar, desarrollar y ofrecer bebidas no alcohólicas de calidad, penetrando otros mercados e incursionando en otras categorías de producto” (Postobón S.A., 2019)

2.3. Estrategia corporativa

En el 2014, la compañía desarrolló su estrategia corporativa y competitiva que conforma su ruta de navegación para los próximos diez años y la cual ha sido denominada como la “MEGA” por sus siglas “Meta Estratégica Grande y Ambiciosa”, la cual será el producto que dé orientación corporativa en procura un crecimiento con rentabilidad y sostenibilidad, además de la creación de valor para los grupos de interés.

Según el informe de sostenibilidad presentado por Postobón (2015) la compañía enfocó sus esfuerzos en el desarrollo de esta estrategia y consolidó la estructura organizacional como componente para soportar la toma de decisiones. Este nuevo enfoque configuró para Postobón el crecimiento de sus ventas en un 14,9% respecto a lo alcanzado el año anterior (2014). La estrategia involucra:

- “Desarrollo sostenible”.
- “Expansión y desarrollo del negocio Core”.
- “Expansión geográfica”.

- “Modelo de negocios multicategoría”.
- “Innovación efectiva”.

2.4. Historia de la compañía



Ilustración 1. Historia de la compañía (Parte 1). Adaptado de la Pagina Web Postobón S.A.

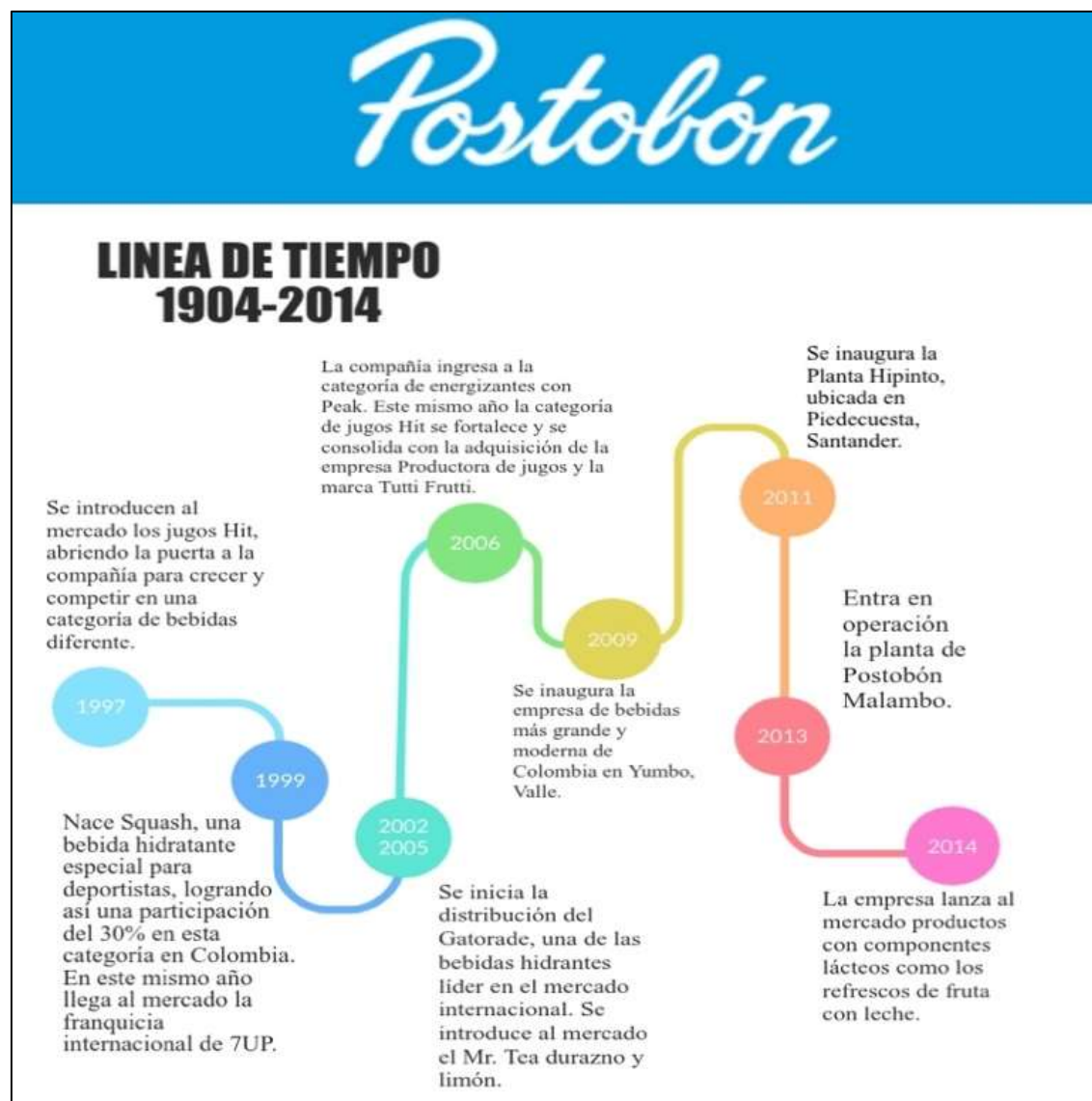


Ilustración 2. Historia de la compañía (Parte 2). Adaptado de la Pagina Web Postobón S.A.

2.5. Organigrama de la compañía



Ilustración 3. Organigrama de la compañía. Adaptado de la Pagina Web Postobón S.A.

2.6. Principios corporativos

El propósito de la compañía es entablar relaciones basadas en la confianza mutua, y por ello, se fundamenta en cuatro principios y postulados éticos dirigidos a todos y cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

2.6.1. Integridad y transparencia.

Hacer lo correcto de manera responsable, clara, honesta, recta, de acuerdo a la ley y a las políticas corporativas.

2.6.2. La corresponsabilidad.

Cada uno de los integrantes del equipo humano es corresponsable con la compañía en la preservación del referente ético y transparencia del actuar colectivo.

2.6.3. Inclusión y diversidad.

Respetar la individualidad, la diversidad y la dignidad de cada persona dentro de un ambiente de reconocimiento mutuo, de respeto a las obligaciones y derechos de quienes conforman la empresa. La multiplicidad de las personas es la mejor oportunidad para ganar juntos y enriquecer la compañía en cada espacio donde interactúa” (Postobón, 2020).

2.6.4. Coherencia y congruencia.

Actuar de manera seria y coherente con los valores y principios corporativos, y fortalecer una cultura en la que el actuar y pensar estén en cohesión con lo que la empresa comunica.

3. Gobierno corporativo

Para garantizar un comportamiento transparente, la compañía tiene políticas y herramientas que hacen que su actuación y relacionamiento con sus diferentes grupos de interés sean apropiadas, legales, justas y muy honestas.

3.1. Política de transparencia

La compañía promueve entre cada uno de sus grupos de interés altas conductas de ética en aras de fortalecer su cultura existente, mejorar los controles y brindar transparencia a informes financieros y demás información

3.2. Política para la gestión integral de riesgos

Tanto en Postobón como en sus compañías relacionadas tiene esta política, que refleja la posición de la empresa en cuanto al manejo de riesgos en el negocio en aras de preservar la integridad de sus recursos empresariales, incrementar su ventaja competitiva y para alcanzar el logro de sus objetivos estratégicos. “La estrategia se basa en la norma NTC 5254 y los estándares COSO ERM, alineada así mismo con el Sistema de Gestión de la Calidad de la compañía bajo la norma ISO 9001:2008”

3.3. Política SARLAFT

Tal como Postobón S.A. la declara:

Bajo el cumplimiento de la Circular Externa 100-00005 emitida por la Superintendencia de Sociedades, Postobón ha desarrollado e implementado el Sistema de Autocontrol y Gestión de Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo (SARLAFT), y así mismo ha diseñado un canal de comunicación disponible para cada uno de sus grupos de interés quienes deseen reportar todas aquellas conductas que no sean transparentes o que vayan en contra de los lineamientos previamente definidos en la política de transparencia. (Postobón, 2020).

El sistema tiene como finalidad evitar cualquier tipo de operación proveniente de actividades ilícitas entre sus clientes, proveedores y empleados.

3.4. Código de Buen Gobierno

Cuya finalidad es generar un marco de conceptos para el gobierno de la sociedad, sus prácticas administrativas y el manejo de la información

3.5. Código de Conducta Empresarial

Establece las normas mínimas de comportamiento aplicables dentro de cada una de las áreas y personas de la empresa, brindando a su vez un marco de referencia de actuación en el cual se busca reflejar la orientación hacia la excelencia de la compañía. (Postobón, 2020)

3.6. Política Integral

Alineados con la “Meta Estratégica Grande y Ambiciosa (MEGA)” y los valores corporativos, Postobón S.A. ha asumido los siguientes compromisos:

- “Elaborar y ofrecer productos con los que se configura un portafolio multicategoría”.
- “Aportar a la ciudadanía corporativa por medio del cumplimiento del Gobierno Corporativo”.
- “Promover una cultura de legalidad, respeto hacia los Derechos Humano y el cuidado medioambiental”.
- “Operar de forma flexible y dinámica”.
- “Gestionar riesgos de forma responsable en aras de asegurar la integridad tanto de la empresa como de las personas”.
- “Asegurar la cadena de suministro a nivel nacional e internacional, previniendo actividades u operaciones ilícitas (Lavados de activos, narcotráfico, terrorismo)”.
- “Proteger y promover los activos de información corporativa bajo los lineamientos de la ley”.
- “Garantizar la orientación de la cadena de valor hacia el cumplimiento del modelo de sostenibilidad ‘Uno más Todos’, enfocado en la creación de valor económico, social y ambiental para con los grupos de interés”.
- “Optimizar el uso de recursos, prevenir y minimizar los impactos producto de los procesos industriales. Adicionalmente, gestionar iniciativas y programas de Responsabilidad Social”.
- “Proteger la salud y seguridad de las personas que trabajan para la compañía, contribuyendo a la formación de hábitos, comportamientos y conductas seguras”.

- “Promover el conocimiento y crecimiento personal y profesional de sus colaboradores a través de capacitaciones”.
- “Afirmar el liderazgo de la compañía y asumir la responsabilidad de ser un actor relevante en el desarrollo del país”.

3.7. Código de Conducta Así somos en Postobón

La compañía denomina “Así somos en Postobón”, a una herramienta que pretende regir el proceder y la ética corporativa del equipo humano vinculado a la empresa en observancia de principios y valores de carácter “irrenunciables” y “no negociables” (Postobón, 2020)

4. Centros de trabajo Postobón S.A.

La compañía opera en Colombia y cuenta con 74 centros de trabajo conformados por 48 centros de distribución y 26 plantas de producción, adicionalmente, gracias a los procesos de exportación y distribución por parte de terceros con los que se tiene acuerdos comerciales, la compañía cuenta con presencia internacional en 19 países (Postobón. 2018).

4.1. Centros de producción

De acuerdo a la página web de la compañía los centros de producción son: “Gaseosas Colombianas Centro, Gaseosas Colombianas Sur, Gaseosas Córdoba Chigorodó, Gaseosas Córdoba Mariquita, Gaseosas Córdoba Montería, Gaseosas Córdoba Neiva, Gaseosas Córdoba Pasto, Gaseosas Córdoba Villavicencio, Gaseosas de Colombia Itagüí, Gaseosas Hipinto Barrancabermeja, Gaseosas Hipinto Bucaramanga, Gaseosas Hipinto Duitama, Gaseosas Hipinto Mariquita, Gaseosas Hipinto Piedecuesta, Gaseosas Hipinto Valledupar, Gaseosas Lux Bogotá, Gaseosas Lux Villavicencio, Postobón Bello, Postobón Cartagena, Postobón Dosquebradas, Postobón Girardot, Postobón Malambo, Postobón Medellín , Postobón Pereira, Postobón Santa Marta, Postobón Yumbo” (Postobón, 2020)

4.2. Centros de distribución

De acuerdo a la página web de la compañía los centros de distribución son:

Aguachica, Aracataca, Armenia, Barbosa, Bolombolo, Bosconia, Buenaventura, Buga, Caqueza, Cauca, Chiquinquirá, El Banco, Florencia, Fonseca, Fusagasugá, Gascol Centro, Gascol Norte, Gascol Sur, Girardot, Granada, Guateque, Ibagué, Ipiales, Itagüí, Jamundí, La dorada, La mesa, Madrid, Magangué, Maicao, Manizales, Neiva, Ocaña, Oficina Central, Pinchote, Popayán, Puerto López, Ricaurte, Rioacha, Rionegro, Saldaña, San Andrés, San Gil, Santafé de Antioquia, Sincelejo, Tunja, Yopal, Zarzal, Zipaquirá (Postobón, 2020)

4.3. Canales de distribución

Según el informe de sostenibilidad presentado por Postobón (2015) los canales de distribución usados por Postobón para llegar a sus clientes son:

- Canal tradicional. Tienda a Tienda.
- Canal moderno. Grandes superficies.

- Modelo de atención Premium.
- Mayoristas y Distribuidores.
- Televenta. Hogar, oficinas, industria.
- On premise. Cafeterías, panaderías.
- Clientes especiales. Cadenas de restaurantes.

4.4. Cadena de valor

Según el informe de sostenibilidad presentado por Postobón (2015) las actividades clave para Postobón desde las que se permite agregar valor son:

- Relación con proveedores.
- Compra de materias primas e insumos.
- Producción de bebidas.
- Almacenamiento.
- Venta de productos.
- Distribución y entrega de productos.
- Consumidor final.

5. Portafolio de productos

Actualmente, el portafolio de la compañía es bastantes amplio, cuenta con más de 35 marcas, 500 presentaciones y participa en diferentes categorías de productos. Postobón no comercializa bebidas azucaradas en colegios ni escuelas primarias, adicionalmente no realizan publicidad de bebidas dirigidas a menores de 12 años y con sentido de responsabilidad social, promociona estilos de vida activa, saludables y responsables.

Tabla 1 Portafolio de productos Postobón S.A.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	
CATEGORIA	PRODUCTOS
Gaseosas	Tamarindo Postobón, Castalia. Sabor limón, Freskola Tropical, Tropikola Tropical, Manzana Postobón, Colombiana, Uva Postobón, Naranja Postobón, Piña Postobón, Pepsi, 7UP, Manzana Postobón Sin Calorías, Kola Postobón, Kola Hipinto, Freskola, Pepsi Black, Canada Dry, Colombiana Sin Calorías, Uva Sin Calorías, Sr. Toronjo, Popular, Limón Postobón.
Frutas	Hit Refresh Naranja, Hit, Hit Jugo Naranja Premium, Hit sin Azúcar añadido, Biofrut, Hit Néctar, Tutti Frutti
Agua	Cristal, Sierra Fría, Oasis, Agua del Nacimiento, Breña
Nueva generación	Mr. Tea en sobre, Speed Max Cero, Mr. Tea, Hatsu, Hatsu Veggiedrink, Gatorade Tropical Fruit, Squash Frutas Tropicales, H2OH, Peak, Speed Max
Cervezas	3 Cordilleras Mulata, Miller, Miller lite, Tecate, Sol, Heineken, Coors Light, Buckler

NOTA. Descripción del portafolio de la compañía y cada una de las categorías de productos. Adaptado del Informe de sostenibilidad Postobón (2018)

6. Modelo de sostenibilidad

Postobón considera que la sostenibilidad es una ruta precisa y transparente para desarrollar mejores relaciones y avanzar así en el camino del desarrollo, por ello, la sostenibilidad corporativa está dirigida observando un modelo cuyo enfoque se centra en generar soluciones, crear valor y tener impacto en la sociedad. La estrategia ha sido denominada “Uno más todos”, nombre que ha sido diseñado y planteado desde la minimización de riesgos y la creación de valor para los grupos de interés.

La gestión de la estrategia se articula con las más importantes políticas públicas y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en aras de contribuir a que el país sea más equitativo e inclusivo. El modelo es una iniciativa que ha gestionado la empresa basándose en unos focos de actuación dentro de los cuales ha desarrollado unos temas relevantes que han sido el resultado del ejercicio de materialidad. Tal como lo declara Postobón: “El modelo se articula con otras instituciones que permiten potenciar la gestión responsable y sostenible, tal es el caso de la adhesión de Postobón a Cecodes, a la Red del Pacto Global, y al CEO Water Mandate” (Postobón,2020).

6.1. Focos de actuación

Según el informe de sostenibilidad presentado por Postobón (2018) los focos de actuación en donde Postobón se centra actualmente son:

- **Compromiso con la ética, el gobierno corporativo y la reputación.** “Postobón busca demostrar su compromiso con la ética y el buen gobierno a través de un modelo de cumplimientos de normas el cual genere credibilidad y confianza ante sus diferentes grupos de interés”.
- **Compromiso con la sociedad.** “Postobón aporta al crecimiento de la sociedad a través de acciones que contribuyen al desarrollo humano y territorial sostenible, especialmente en aquellas comunidades que se encuentran dentro del área de influencia de las operaciones de la compañía”.
- **Compromiso con el bienestar.** “Postobón quiere que cada uno de sus grupos de interés cuente con alternativas e información para la toma de decisiones en cuanto a su bienestar, permitiendo la creación de hábitos de vida responsables y estilos de vida activos”.

- **Compromiso con el planeta.** “Postobón adopta un enfoque preventivo, asume su responsabilidad ambiental y fomenta iniciativas que promueven el cuidado del recurso hídrico, la reducción de emisiones y el manejo adecuado de residuos”.
- **Compromiso con nuestra gente.** “Postobón atrae, desarrolla y motiva a sus colaboradores, ofreciéndoles un ambiente sano y seguro y brindándoles oportunidades para su formación y desarrollo personal y profesional”.
- **Compromiso con la cadena de valor.** “Postobón orienta las prácticas de adquisición, sus relaciones comerciales y el desarrollo de productos, todo esto, a partir de un sentido social en aras de generar valor compartido para con cada uno de sus grupos de interés”.

6.2. Grupos de interés

Para Postobón la definición de grupos de interés se basa en la relación y compromiso con cada individuo, organización, o sociedad con el fin de hacer efectivo el logro de su estrategia de generar valor. El compromiso para con cada grupo de interés ha sido estipulado en el código de conducta de la compañía y el cual se ha sintetizado de la siguiente forma.

Tabla 2 Grupos de interés Postobón S.A. (Parte 1).

CATEGORÍA	¿QUIÉN LOS INTEGRA?	BENEFICIOS DEL GOBIERNO CORPORATIVO
Accionistas	“Propietarios de acciones de Postobón y sus compañías relacionadas”.	“Proteger la inversión de cada uno de los accionistas mediante actividades con criterio de sostenibilidad, que permitan el crecimiento y rentabilidad para la compañía”.
Consumidores	“Quienes disfrutan los productos del portafolio”.	Trabajar constantemente en la innovación en aras de que el portafolio cumpla con las tendencias, expectativas y necesidades de cada uno de los consumidores.

NOTA. Descripción de los grupos de interés de la compañía. Adaptado del Informe de sostenibilidad Postobón (2018)

Tabla 3 Grupos de interés de Postobón S.A. (Parte 2).

CATEGORÍA	¿QUIÉN LOS INTEGRA?	BENEFICIOS DEL GOBIERNO CORPORATIVO
Colaboradores	“Todas las personas que tienen vínculo directo con la compañía”.	“Comprometidos con el desarrollo integral de cada integrante del equipo de colaboradores, se crean relaciones bajo los principios del respeto a la dignidad humana, espíritu de colaboración, lealtad y trabajo en equipo. Adicionalmente, brindándoles incentivos y valorando los altos niveles de desempeño y ofreciéndoles un ambiente de trabajo seguro y saludable”.
Clientes	“Personas y entidades a las que se les vende de forma primaria los productos y que operan como canal para llegar al consumidor final”.	“Fomentar acuerdos comerciales que lleven a un beneficio mutuo y el cual contribuya a crear valor para el tejido empresarial y para la economía de nuestro país”.
Proveedores	“Pequeñas, medianas y grandes empresas que suministran bienes y servicios para el desarrollo de las operaciones de la compañía”.	Selección de proveedores a través de procesos competitivos y transparentes, que cumplan con los criterios de calidad, precio justo, tecnología y buen servicio.
Comunidad	“Personas, organizaciones e instituciones que hacen parte del área de influencia directa de las operaciones de la compañía”.	Buscar que las actividades corporativas conlleven al progreso de cada una de las comunidades donde la compañía opera a través de programas que contribuyen a la solución de problemas en el ámbito social, ambiental y económico. La principal responsabilidad para la compañía es mitigar los impactos generados en la comunidad.
Gobierno	“Entidades estatales en los ámbitos local, regional y nacional”.	“Orientar las relaciones con el gobierno y demás entes de control y supervisión bajo criterios de respeto, espíritu colaborador que conlleve al progreso, desarrollo de oportunidades y bien colectivo. Rigiendo las relaciones bajo los preceptos de la ley y bajo los principios del Código de Conducta de la compañía”.
Medioambiente	“Individuos, organizaciones e instituciones con posicionamiento y criterios que impactan la opinión pública respecto de asuntos relacionados con temáticas ambientales”.	“Uso eficiente y correcto de los recursos naturales y protección del medioambiente, dando respuesta a las consideraciones de la sociedad en cuanto a lo relacionado con la relevancia del cuidado medioambiental y de los recursos”.

NOTA. Descripción de los grupos de interés de la compañía. Adaptado del Informe de sostenibilidad Postobón (2018)

Postobón es consciente de su participación en el desarrollo de tejido social y en la formulación de espacios que contribuyan al desarrollo del país, por ello, las acciones de valor y responsabilidad aportadas por la empresa están encaminadas en aportar en la mejora de las condiciones de vida para los colombianos.

7. Gaseosas de Córdoba Villavicencio

Gaseosas de Córdoba Villavicencio S.A. inicia sus operaciones como Centro de Producción de Gaseosa retornable en presentación 250 ml, 350 ml y 1,25 ml, Agua en bolsa presentación 360 ml, 6 litros, y Agua en botellón 20 litros. Cuenta con un Centro de Distribución a su cargo en Granada (Meta) la cual posee su propia línea de despacho, siendo abastecidos por los centros de control a nivel nacional.

La compañía en Villavicencio cuenta con las siguientes áreas las cuales cumplen la función de ejecutar eficientemente las actividades de la planta.

- Control Producción.
- Almacenamiento P.T.
- Mantenimiento Maquinaria.
- Trade Marketing.
- Gerencia Distrito.
- Control calidad.
- Compras
- Cartera.
- Servicios generales.
- Distribución.
- Gestión Humana.
- Tesorería.
- Ventas.
- Mantenimiento vehículos.
- Línea de producción
- Auditoría.
- Contabilidad.
- Gerencia de operaciones.
- Almacén general

Para la comercialización y distribución de sus productos cuenta con la fuerza de ventas conformada por zonas de preventa (servicio de atención al cliente fijado antes de la venta), autoventa (sistema de venta y reparto de domicilios) y mayoristas (Intermediarios en la cadena de distribución).

Según el informe de sostenibilidad presentado por Postobón (2015), durante su presencia en el mercado ha implementado un plan de trabajo el cual consiste en el mejoramiento del proceso de retrolavados donde se ha determinado: “que el tratamiento no requiere floculación, sino simplemente aireación. Con ello, se ha suspendido el suministro de reactivos no necesarios, disminuyendo el consumo energético y optimizando el uso eficiente del agua”.

7.1. Área de auditoría

El área de auditoría, actualmente conformada por jefe de área y analista de control interno, se encarga de la supervisión y control de los procesos llevados a cabo en el centro de producción en Villavicencio (Meta) y centro de Distribución en Granada (Meta). Proporciona un servicio objetivo de aseguramiento y control, contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales desde un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia en los procesos de gestión y control de riesgos (PWC, 2020)

El alcance del trabajo del área está determinado por su misión de:

- Identificar riesgos.
- Brindar información confiable y oportuna.
- Actuar conforme a las políticas.
- Lograr calidad y mejoras continuas como parte integral de los controles.

7.2. Funciones desarrolladas en la práctica profesional

Durante los seis meses de práctica profesional dentro del área de auditoría, las funciones ejecutadas fueron:

7.2.1. Seguimiento y control de Faltantes en caja.

Diariamente, el cajero recibidor envía un reporte a las principales áreas de la compañía con la información correspondiente a los faltantes generados en la actividad del día anterior. En el informe se relaciona el motivo por el cual se genera el faltante, nombre del responsable, valor

monetario y demás observaciones a las que den lugar, este proceso de seguimiento se hace tanto para el centro de producción Villavicencio, como para el centro de distribución en Granada.

Una vez se valida la información con el responsable del faltante, esta se consolida en una matriz de seguimiento la cual es reportada a la regional Oriente de la compañía. Durante el seguimiento se verifica que cada uno de los faltantes vaya siendo liquidado con el fin de tener un saldo en ceros. (ver anexo A).

7.2.2. Seguimiento y control de Planillas.

Diariamente y desde el área de Empaque y Producto se envía un reporte al área de auditoría con la información relacionada a las planillas que quedaron pendientes por liquidar en la operación, las planillas corresponden a las “facturas” pendientes por pagar de clientes ya sean mayoristas, clientes especiales o eventos promocionales de la compañía.

Dicha información es validada con lo registrado en el sistema AS-400 donde se reportan todas las planillas ya sean liquidadas y pendientes, las cuales deben corresponder a las que están físicamente con los soportes del área que emite el informe. La información se consolida en una matriz de seguimiento y es reportada al jefe y al analista del área. Durante el seguimiento se verifica que cada una de las planillas vaya siendo liquidada. (ver anexo B).

7.2.3. Acompañamiento físico a bajas de producto terminado y su comparación contra el sistema SAP.

Diariamente y bajo acompañamiento del practicante se realiza la destrucción de producto terminado clasificado para tal actividad por motivos de calidad y distribución tanto del centro de producción Villavicencio como para el centro de distribución Granada, este último llega a Villavicencio los lunes de cada semana. Los principales motivos por los cuales se hace esta baja son por defectos de calidad, por fecha de vencimiento corta, por cambio de presentación o por desperfectos en el empaque y/o producto.

Durante el proceso, se registra en un formato los productos que fueron destruidos para llevar registro y control de los procesos y luego se valida la información con lo registrado en el sistema SAP, brindando información confiable y oportuna, tanto lo registrado en el sistema como lo

registrado en el formato debe coincidir, de lo contrario se debe hacer la revisión y hacer las correcciones debidas. (ver anexo C y D).

7.2.4. Seguimiento a devoluciones de clientes.

Durante los dos primeros meses de actividad como practicante se llevaba a cabo el registro, consolidación y validación de los productos que son devueltos por los clientes por diferentes motivos, la información se consolida en una matriz de seguimiento y posteriormente es compartida con el jefe y analista del área.

Para validar la información, se solicitaba al área de empaque y productos las facturas correspondientes a la devolución donde se validaba el producto, la cantidad, precio, IVA (en casa de que tuviera). Posteriormente se devolvían las facturas y sí se encontraban diferencias se debía dejar la observación para que estas fueran corregidas y modificadas en el sistema.

7.2.5. Validación telefónica con clientes.

Frecuentemente se lleva a cabo procesos de validación telefónica en aras de verificar la satisfacción del cliente con el servicio. Se selecciona una muestra de clientes por fecha, producto o reposición/promoción y se procede a la respectiva validación, la información obtenida de cada cliente es registrada en una matriz de seguimiento donde se deja la observación del cliente y en caso de que esta sea negativa, se procede a realizar una visita para conocer detalladamente el motivo del reporte. (ver anexo E).

7.2.6. Demás actividades ejecutadas.

Adicional a las actividades mencionadas anteriormente, desarrollé y ejecuté acompañamiento en actividades adicionales solicitadas por el jefe o analista del área. Entre las cuales se pueden mencionar:

- Acompañamiento a procesos de inventarios. Durante el tiempo de prácticas estuve en un proceso de inventario general realizado por el área de auditoria, área de almacén general y el área de calidad. Durante el proceso se realizó la contabilización física de cada una de las categorías de marca que se manejan dentro del centro de producción de Villavicencio, en el proceso de valida que las unidades en almacén correspondan a lo que está registrado en el sistema, si no corresponde se debe hacer la revisión y el conteo de unidades para

identificar donde se encuentra dicha diferencia. Adicional a conteo, es necesario validar las condiciones de distribución y almacenamiento de los productos, su ubicación por módulos, revisión de etiquetado, calidad de empaque y si se encuentra debidamente estibado.

(ver anexo F).

- Baja física de materiales. Esta actividad era ejecutada cuando fuese necesario, al igual que la baja física de producto terminado, se registra en un formato los productos que fueron destruidos para llevar registro y control de los procesos y luego se valida la información con lo registrado en el sistema SAP. Esta baja corresponde a materiales como: Vidrio, estibas, envase no apto para reempaque, neveras en condiciones no aptas para uso, material publicitario y demás productos que dieran lugar a dicha baja. (ver anexo G).
- Reporte de retiros por fraude. Los viernes de cada semana se lleva un registro de retiros de personal por motivo de fraude, se valida con las tres principales áreas: Gestión Humana, Distribución y Central Cervecera de Colombia, esto, con el fin de consolidar la información y validar el motivo que dio lugar a dicha falta. (ver anexo H).

Durante la crisis de salud a nivel mundial derivada de la propagación del COVID-19 y dentro del periodo de tiempo que constituyó la cuarentena Nacional, se siguió realizando el acompañamiento al área, pausando temporalmente algunas de las actividades y compensado las mismas con la ejecución de nuevas actividades impartidas por el jefe del área (ver anexos I, J y K). Entre las actividades se pueden mencionar:

- Consolidación de faltantes en caja Regional Oriente. De cada uno de los centros de operación de la regional Oriente me enviaban el registro de faltantes para realizar una sola consolidación y llevar el control total de cada planta, dicho informe debía ser enviado diariamente al coordinador de la regional con información detalla de cada centro de trabajo.
- Consolidación de matrices de seguimiento. Una vez declarada la cuarentena se implementó en cada centro de operación un protocolo de validación para verificar las condiciones aptas de trabajo y evitar riesgos de contagio o propagación de virus, dicha información es consolidada por cada centro de trabajo y enviada al practicante del área de auditoria Villavicencio para el registro en un solo formato.

- Validación telefónica a personal. Como se mencionó anteriormente, en el momento en que se declaró la cuarentena nacional, se llevaron a cabo diferentes procesos y protocolos de autocuidado entre los cuales se encuentra la validación telefónica a la fuerza de ventas. En dicha validación se encuestaba a los trabajadores sobre los productos que les eran entregados (Guantes, tapabocas, gel, alcohol) y la frecuencia con que les eran dados.

7.3. Aportes realizados al área

Durante los seis meses de prácticas realizadas en el área, aporté en la construcción de tres manuales instructivos sobre el manejo de transacciones específicas del área de auditoría usadas dentro de los programas de la compañía, tal como lo es el sistema AS-400.

Dichos manuales fueron:

- Instructivo para validación y seguimiento a planillas pendientes dentro de la operación (Villavicencio y Granada). Para este instructivo se requiere el sistema AS-400 el cual brinda información detallada de las planillas que fueron registradas en el área de empaque y producto y con la cual se puede realizar la validación y comparación con las planillas físicas existentes. En el manual se deja mencionado el proceso para acceder al sistema (usuario y clave) y los pasos para poder descargar la información (atajos, comandos, completar espacios), dejando en claro cada paso con imagen de ejemplo.
- Instructivo paso a paso para descargar planillas manuales dentro de la operación (Villavicencio y Granada). Como en el punto anterior, también es necesario el ingreso al sistema AS-400 la diferencia se encuentra en que el proceso anterior sólo reporta las planillas que están pendientes o que han sido ya liquidadas, en este segundo proceso se puede descargar el consolidado de toda la operación, ya sea el caso de Villavicencio o Granada. Dicha información corresponde al año, mes y día que sea requerido para la validación.
- Instructivo paso a paso para descargar Auvro de la operación (Villavicencio y Granada). El Auvro corresponde a la información detallada de clientes, ya sea información general, de contacto, reporte de ventas por fecha, valor de factura y promociones correspondientes, con este instructivo, los nuevos practicantes pueden optimizar el tiempo y aprender a realizar el proceso de manera eficiente siguiendo cada uno de los pasos acompañados por su imagen correspondiente.

Por temas de confidencialidad no puede ser publicado ni difundido ningún material perteneciente a los recursos de la compañía.

8. Conclusiones

1. Durante los seis meses de prácticas profesionales apliqué los conocimientos adquiridos en mi proceso de formación académica, lo que me permitió desarrollar habilidades y aptitudes enfocadas a la obtención de logros, comunicación asertiva y comunicación con el personal de la compañía.
2. El desarrollo del proceso de prácticas en el área de auditoría me brindó las herramientas profesionales y el conocimiento en materia de control interno de las compañías, así como también conocer los procesos llevados a cabo en las diferentes áreas de la compañía a través del relacionamiento profesional con los jefes de cada área.
3. La práctica como formación profesional me ha orientado hacia la inserción del mercado laboral a través de nuevos conocimientos desde la perspectiva de mi formación profesional.

9. Recomendaciones

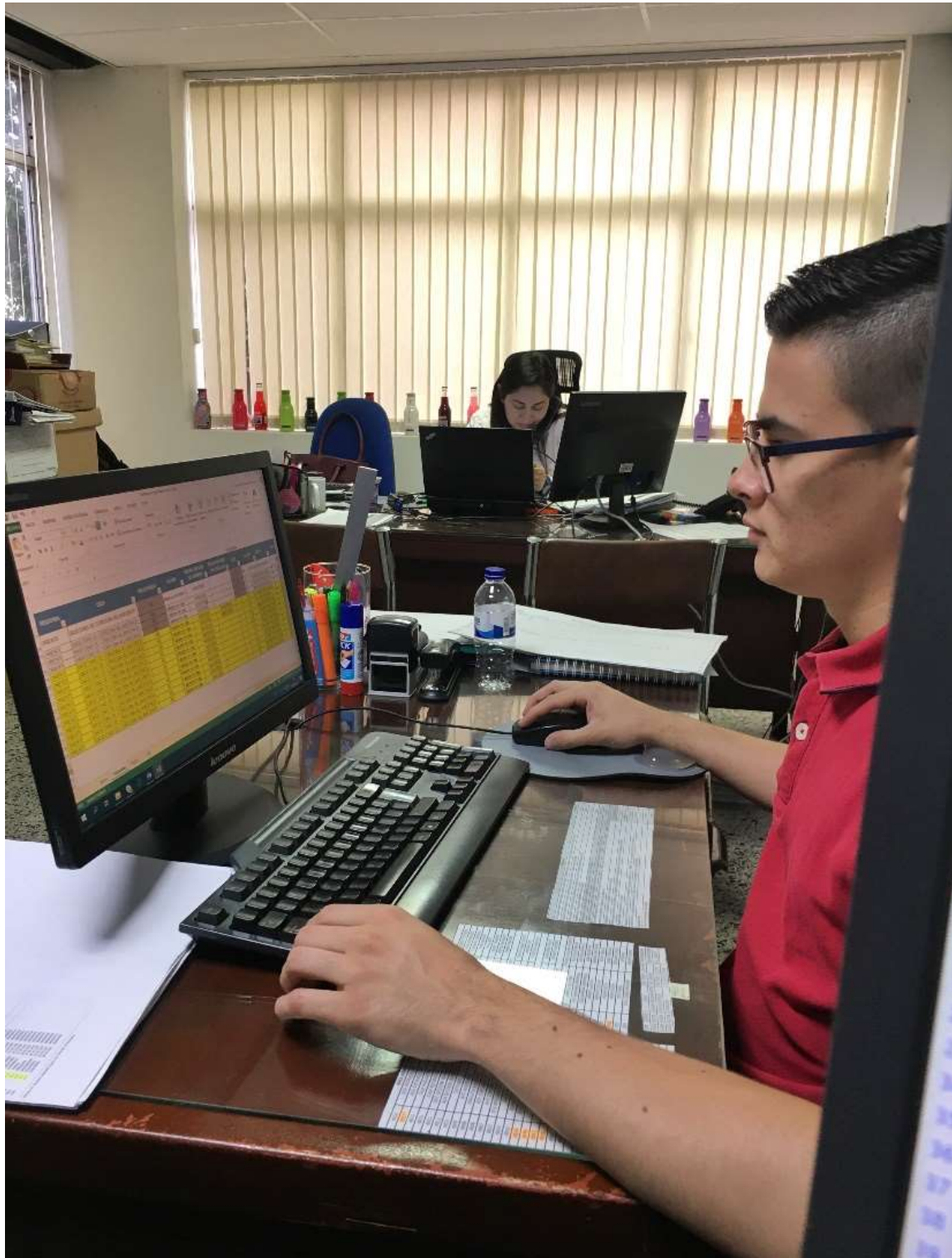
1. Realizar inducción correspondiente al área de desempeño, aunque hay una inducción general de la empresa, considero que es necesario una específica del área para que el practicante pueda conocer y adaptarse a las actividades que desarrollará.
2. Capacitación en herramientas laborales para los practicantes en aras de fortalecer el dominio de las actividades y el desarrollo de aptitudes y habilidades específicas del área.

10. Referencias

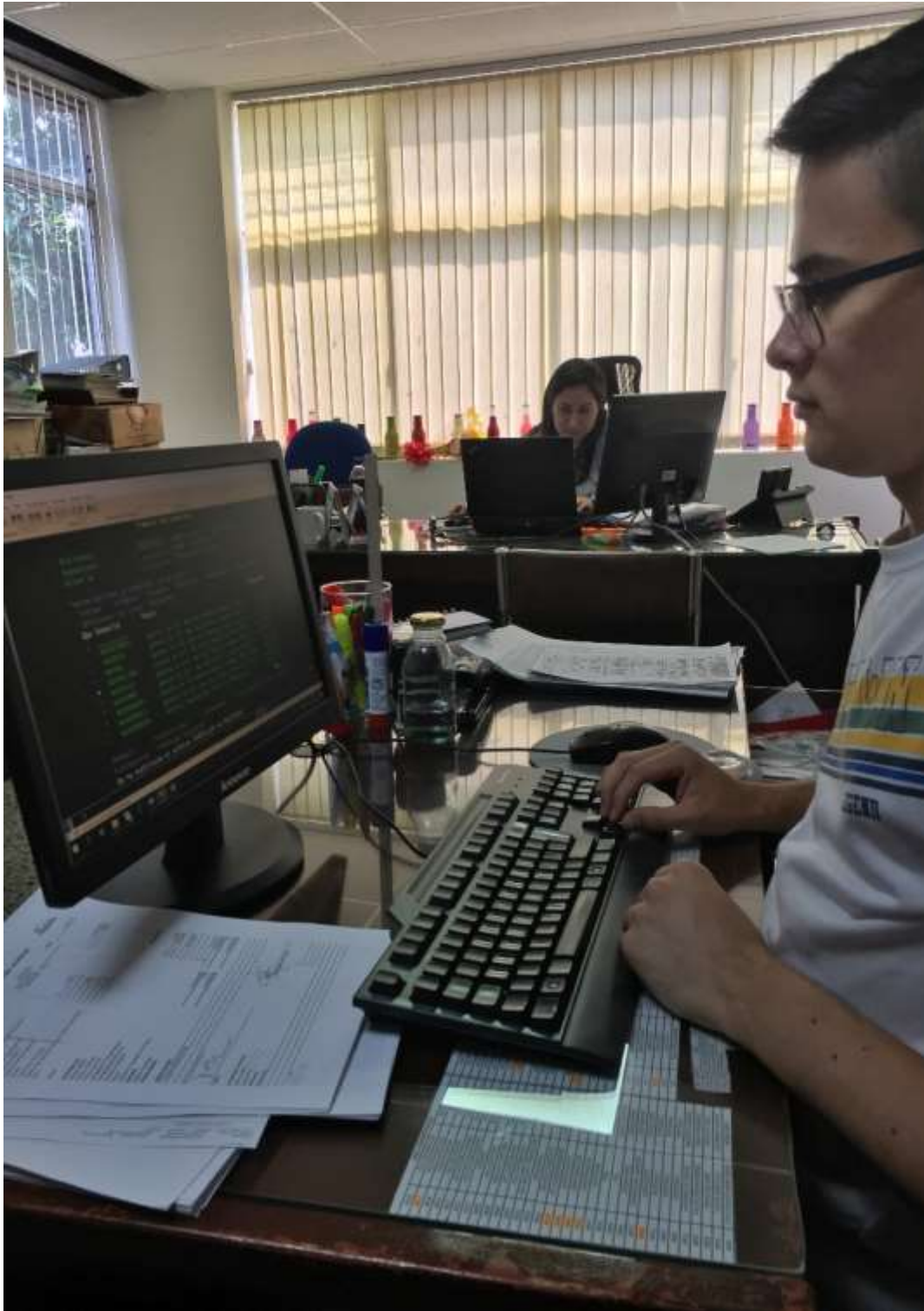
- Cárdenas, Y. (2000). *Tratamiento de agua coagulación floculación* dice, M. G. L. (2018, -01-15T14:12:55+00:00). ¿Qué es un centro de distribución? <https://zonalogistica.com/que-es-un-centro-de-distribucion/>
- Eduard Puigdemunt i, G. (). As / 400. <https://pchardware.org/as400.php>
- Eurorain. (2020). *Importancia de la aireación del agua*. <http://www.eurorain.es/es/catalogo/fuentes-flotantes/importancia-de-la-aireacion-del-agua.html>
- Galiana, P. (2020, /01/21). ¿Qué es SAP y para qué sirve? <https://www.iebschool.com/blog/que-es-para-que-sirve-sap-management/>
- Postobón, S. A. (2015). *Informe de sostenibilidad 2015*. (). https://www.postobon.com/sites/default/files/informe_sostenibilidad-baja1.pdf
- Postobón, S. A. (2018). *Informe de sostenibilidad 2018*. (). https://www.postobon.com/sites/default/files/informe_de_sostenibilidad_2018.pdf
- Postobón S.A. (2019, junio 13). Postobón S.A.: VISIÓN Y MISIÓN. *Postobón S.A.* <https://postobon2019.blogspot.com/2019/06/vision-y-mision.html>
- Postobón, S. A. (2020a). ¿Dónde estamos? <https://www.postobon.com/la-compania/dondeestamos>
- Postobón, S. A. (2020b). Así somos, *postobon*. https://www.postobon.com/sites/default/files/asi_somos_en_postobon_final_2.pdf
- Postobón, S. A. (2020c). *Gobierno corporativo de postobon*. <https://www.postobon.com/la-compania/gobierno-corporativo>
- Postobón, S. A. (2020d). *Historia de la compañía*. <https://www.postobon.com/la-compania/la-historia>
- PWC, V. (2020). *Asesoría en la creación de la función de auditoría interna*. PwC. <https://www.pwc.com/ve/es/servicios/auditoria/auditoria-interna/asesoria-en-la-creacion-de-un-efectivo-departamento-de-auditoria-interna.html>

11. Anexos

Anexos A. Registro fotográfico



Anexos B. Registro fotográfico



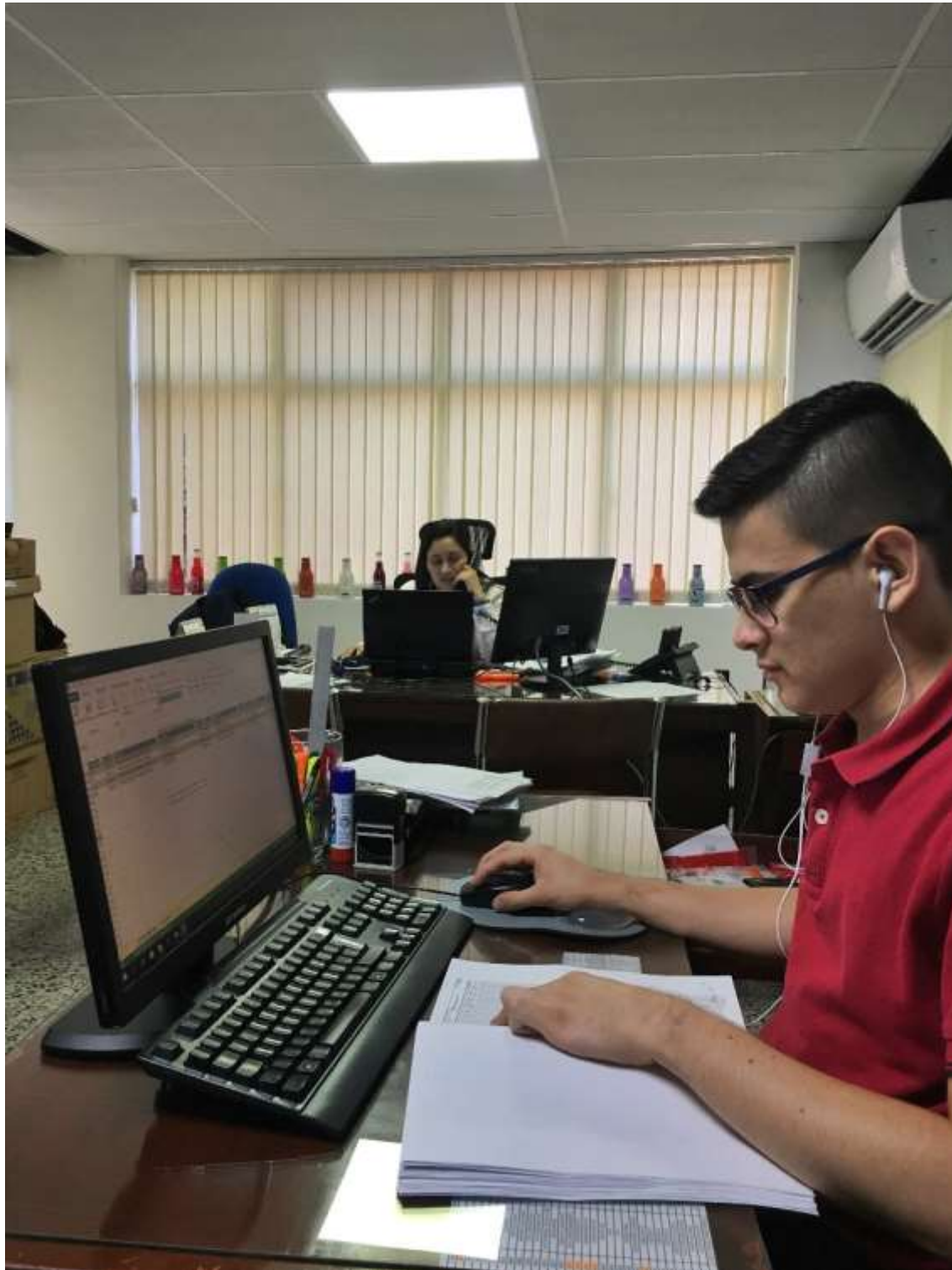
Anexos C. Registro fotográfico



Anexos D. Registro fotográfico



Anexos E. Registro fotográfico



Anexos F. Registro fotográfico



Anexos G. Registro fotográfico



Anexos H. Registro fotográfico



Anexos I. Registro fotográfico



Anexos J. Registro fotográfico



Anexos K. Registro fotográfico

