

**PLAN DE MEJORA TIENDAS D1 S.A.S**

LUIS FELIPE CASTAÑO ORTIZ

DOCENTE/TUTOR: IVÁN GUILLERMO ORTEGA DIEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2024

**PLAN DE MEJORA TIENDAS D1 S.A.S**

LUIS FELIPE CASTAÑO ORTIZ

DOCENTE/TUTOR: IVÁN GUILLERMO ORTEGA DIEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ D.C

2024

## **Resumen**

En el presente trabajo, se presentará la información más importante acerca de Tiendas D1, lo realizado en las prácticas profesionales, describiendo detalladamente las funciones realizadas y describiendo así qué oportunidades y dificultades se presentaron mientras se desarrollaba la práctica, también se presenta un plan integral de mejora con un análisis de por qué ese ítem debe tenerlo en cuenta la empresa para mejorarlo y así poder crecer a nivel general, donde lo más importante es darle al cliente la mejor atención posible; se ha identificado la necesidad de implementar cambios estratégicos y operativos para enfrentar los desafíos actuales y futuros, con el principal objetivo de optimizar sus operaciones, potenciar su rendimiento y fortalecer su posición en el mercado nacional, y para finalizar encontraremos también el respectivo seguimiento que se tuvo en la práctica, con una información clara y detallada separada por determinados ciclos que se iban cumpliendo con el pasar de los meses.

## **Agradecimientos**

Primero que todo, se agradece a Dios por la oportunidad de vivir esta experiencia, por no dejarlo solo cuando más lo necesitaba, por oír sus oraciones todas las noches, por llenarlo de bendiciones, protegerlo de lo que no le convenía y otorgarle el privilegio de realizar las prácticas en esta prestigiosa empresa.

Se desea expresar un sincero agradecimiento a todas las personas que lo guiaron, acompañaron y ofrecieron su constante ayuda para llevar a cabo las prácticas profesionales, así como por la enseñanza que se lleva de todo lo vivido en los últimos seis meses.

Se agradece a los familiares por nunca dudar de sus capacidades, por siempre apoyarlo en las buenas y especialmente en las malas, y por hacerle sentir orgullo de los logros personales alcanzados.

Un especial agradecimiento se dirige a los jefes directos, Lina Pineda y Freider García, por su orientación y apoyo durante el período de las prácticas profesionales en Tiendas D1; por la confianza brindada y por permitirle aportar significativamente en este proceso.

Finalmente, se agradece a los compañeros de equipo por su colaboración, ya que fueron fundamentales para el éxito de este proyecto laboral y personal.

## **Introducción**

El plan de mejora que se presentará a continuación analizaremos cuál es el punto clave que debe tener en cuenta la empresa para mejorar, aunque solo se presenta un punto a mejorar, este puede ayudar a darle una mayor fluidez a las operaciones que tienen cada una de las tiendas en el país, se presentaron los puntos positivos y negativos de la empresa, de manera transparente y siendo totalmente imparcial, para poder dar con una posible solución que resulte óptima a la hora de realizar un envío en cualquier tienda; para que este plan de mejora se pueda realizar con éxito, no solo se dependerá de la implementación efectiva de las ideas propuestas, sino también del compromiso y la dedicación de todos los miembros de la organización, en especial de los gerentes regionales y los gerentes de ventas, debido a que son las personas que mayor influencia tienen en la empresa y si se brinda un buen apoyo, con herramientas de trabajo y personal, será mucho más sencillo iniciar este plan en búsqueda de mejores resultados. Es importante la constante participación de todos los empleados en este proceso, teniendo una comunicación clara y transparente en todos los procesos de esta implementación, esto porque todos estamos detrás del mismo objetivo que es mejorar día a día la empresa.

## Tabla de Contenido

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Aspectos generales .....                                                                                   | 7  |
| 1.1 Misión .....                                                                                              | 7  |
| 1.2 Visión .....                                                                                              | 7  |
| 1.3 Valores .....                                                                                             | 7  |
| 2. Ubicación geográfica .....                                                                                 | 7  |
| 3. Estructura organizativa .....                                                                              | 9  |
| 4. Unidad o departamento donde desarrolla la práctica .....                                                   | 9  |
| 5. Análisis DOFA .....                                                                                        | 9  |
| 6. Planeamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales .....                                | 11 |
| 7. Importancia, Limitaciones y Recursos para optimizar recursos en Tiendas D1 .....                           | 12 |
| 7.1 Importancia .....                                                                                         | 12 |
| 7.2 Limitaciones .....                                                                                        | 13 |
| 7.3 Recursos disponibles .....                                                                                | 13 |
| 8. Optimización de entregas y gestión de repartidores en Tiendas D1 para mejorar el servicio al cliente ..... | 13 |
| 8.1 Objetivo General .....                                                                                    | 13 |
| 8.2 Objetivos específicos .....                                                                               | 14 |
| 9. Propuesta de Mejora .....                                                                                  | 14 |
| 10. Programación de actividades realizadas en la organización .....                                           | 16 |
| 11. Cumplimiento de objetivos trazados por mes .....                                                          | 17 |
| 12. Cronograma de ejecución .....                                                                             | 22 |
| 13. Análisis de impacto en el plan de mejora .....                                                            | 23 |
| 14. Conclusiones .....                                                                                        | 24 |
| 15. Anexos .....                                                                                              | 25 |
| 16. Análisis del impacto que tuvo la propuesta de mejora .....                                                | 36 |
| 17. Bibliografía .....                                                                                        | 38 |

## 1. Aspectos generales

**Empresa D1** Calidad alta a precios muy bajos

### 1.1 Misión

Generar la mejor propuesta de valor integral para el consumidor (PVI)

### 1.2 Visión

Ser la primera opción de compra en retail para todos los consumidores de Colombia permanentemente.

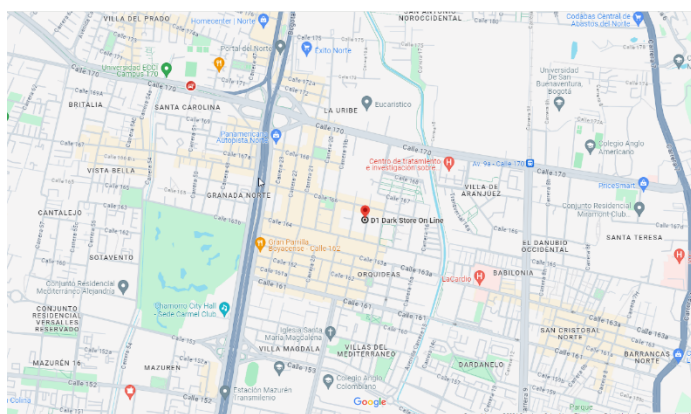
### 1.3 Valores

Fiabilidad

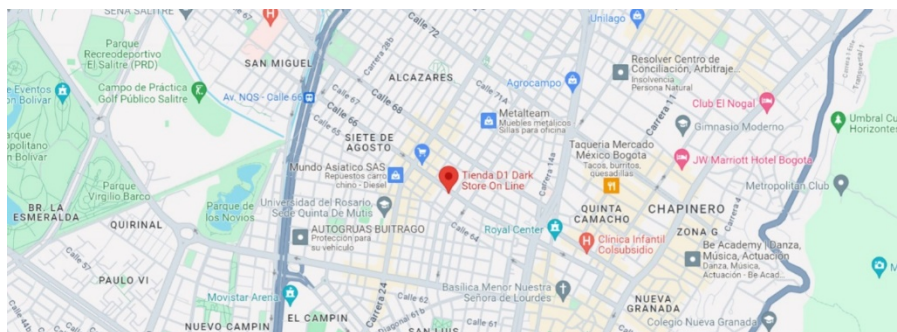
Ética

Sencillez

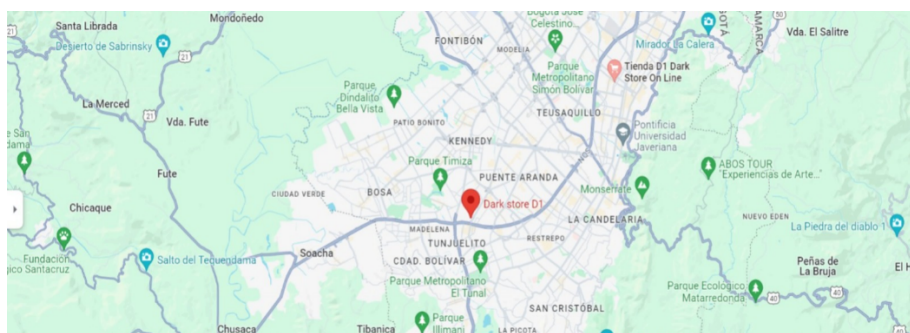
## 2. Ubicación geográfica



*Cra 18 #164-55. Dark Store D1- sede Toberín.*



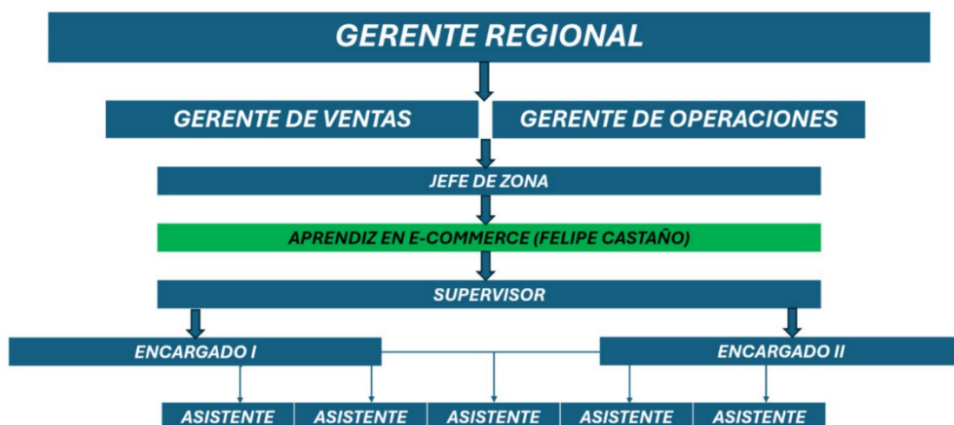
*Calle 66 #20-53. Dark Store D1- sede 7 de agosto.*



*Cra. 68a #39-08 Dark Store D1- Sede Venecia.*

En la ubicación geográfica se pueden observar las tres sedes existentes en la ciudad, donde se realizan las funciones asignadas y estar presente en la operación de cada tienda. Asistiendo a la sede de Venecia los lunes y viernes, a la sede de Toberín los martes y miércoles, y a la sede de 7 de agosto los jueves.

### 3. Estructura organizativa



Tiendas D1 SAS. Estructura Organizativa en tiendas Dark Store (2024)

(La estructura organizativa no fue una imagen tomada de ninguna página, la información la suministró la empresa y se acomodó acorde como tal)

### 4. Unidad o departamento donde desarrolla la práctica

**Área:** Ventas

**Cargo:** Aprendiz en E-commerce

### 5. Análisis DOFA

#### Fortalezas:

Satisfacción del cliente: mejorar la relación que existe con el cliente es muy importante fortalecerla, entregando los productos que solicita, con entregas a tiempo y un servicio excelente, de esta manera será posible lograr la fidelización que la compañía necesita.

Impacto financiero: al brindar un buen servicio puede incentivar al cliente a realizar más compras, con mayor frecuencia y por un alto valor, lo que puede significar un incremento en las ventas para todas las tiendas.

Implicación para el plan de mejora: mantener el enfoque en la mejora de experiencia del cliente y garantizar la puntualidad de las entregas. Implementar recopilación de comentarios para así mejorar constantemente el servicio.

### **Debilidades:**

Limitaciones en recursos humanos para la gestión y entrega de pedidos: La falta de personal capacitado y recursos humanos adecuados puede obstaculizar la gestión y entrega de los pedidos a domicilio.

Posible aumento en los costos operativos al implementar un nuevo sistema de entrega: La implementación de un nuevo sistema de entrega puede implicar costos adicionales, lo que podría afectar la rentabilidad de las tiendas D1.

Implementación para el plan de mejora: evaluar estrategias para reducir costos, como la implementación progresiva del sistema, y la identificación de mejoras operativas.

### **Oportunidades:**

Establecer alianzas con empresas de logística para compartir rutas de entrega: Colaborar con empresas de logística puede ayudar a las tiendas D1 a superar las limitaciones de infraestructura y expandir su capacidad de entrega a domicilio.

Utilizar nuevos archivos de planificación de rutas para optimizar la distribución de pedidos: La implementación de los archivos donde se registre planificación de rutas puede mejorar la eficiencia operativa y reducir los tiempos de la entrega a domicilio.

Implementación para el plan de mejora: Capacitar al personal con el uso de aplicaciones y herramientas para mejorar la eficiencia en la planificación y gestión de las rutas.

#### **Amenazas:**

Competencia de otras tiendas que ya ofrecen servicios de entrega a domicilio: La competencia de otras tiendas que ya ofrecen servicios de entrega a domicilio puede afectar la participación en el mercado de las tiendas D1.

Rechazo por parte de los clientes debido a tiempos de entrega prolongados o errores en la distribución: Los problemas relacionados con tiempos de entrega prolongados o errores en la distribución, pueden afectar la satisfacción del cliente y generar rechazo hacia el servicio de entrega a domicilio de las tiendas D1.

Implementación para el plan de mejora: desarrollar un monitoreo de pedidos y fortalecer la comunicación con los clientes para resolver problemas de manera eficiente.

### **6. Planeamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales**

El problema identificado en el proceso logístico de las Dark Store del D1 en el país es la escasez de conductores, repartidores y domiciliarios, lo cual se manifiesta diariamente y repercute en otros procedimientos de la operación. Como consecuencia principal, las entregas de pedidos no pueden realizarse puntualmente debido al alto volumen de solicitudes recibidas a diario. Esta falta de apoyo dificulta asegurar entregas óptimas y a tiempo. Además, durante la entrega de domicilios, se intenta proporcionar un servicio al cliente de calidad, como entregar los

pedidos en la puerta del apartamento en conjuntos residenciales y brindar la información necesaria para que el cliente sepa a donde acudir en dado caso de presentar alguna novedad. Sin embargo, esto conlleva a retrasos en otros pedidos, porque los domiciliarios pueden descuidar la atención al cliente y la verificación de la calidad de los productos, priorizando la rapidez sobre la calidad del servicio.

Implementar nuevas tecnologías de entrega de domicilios o invertir en nuevas rutas conlleva riesgos y aumentaría significativamente el presupuesto destinado a estos pagos, afectando la rentabilidad de las tiendas. Además, requiere personal capacitado para ofrecer un servicio óptimo y evitar inconvenientes con los clientes, lo cual evidencia la importancia de una capacitación adecuada desde el inicio de la contratación de domiciliarios.

Actualmente, la falta de eficiencia en las entregas repercute negativamente en los pedidos que llegan diariamente a las tiendas, representando un desafío significativo para la compañía. Esta situación pone de manifiesto la necesidad urgente de abordar las deficiencias en el proceso logístico para mejorar la satisfacción del cliente y mantener la competitividad en el mercado.

## **7. Importancia, Limitaciones y Recursos para optimizar recursos en Tiendas D1**

### **7.1 Importancia**

Abordar esta problemática es crucial para la empresa, dado que se esfuerza continuamente por ofrecer un servicio al cliente de excelencia y mantener una sólida reputación en un mercado altamente competitivo. Es fundamental lograr la fidelización de los clientes, debido a que esto fortalece la relación con ellos y mejora la imagen de la empresa. Además, optimizar los procesos de entrega y gestionar los recursos de manera más eficiente puede reducir costos imprevistos y mejorar la rentabilidad. Al resolver estos problemas, las tiendas D1 podrán

no solo evitar gastos adicionales, sino también aumentar significativamente sus ventas, contribuyendo al crecimiento y éxito continuo de la empresa.

## **7.2 Limitaciones**

Abordar este desafío incluyen la falta de experiencia laboral en la gestión de proyectos complejos, la ausencia de autoridad para tomar decisiones en una empresa grande y el breve periodo de seis meses para realizar la práctica profesional, lo cual dificultaría cumplir con las responsabilidades y ejecutar proyectos para solucionar el problema identificado. Además, la disponibilidad limitada de recursos podría obstaculizar la implementación efectiva de soluciones.

## **7.3 Recursos disponibles**

La empresa incluye la capacidad de realizar investigaciones y análisis independientes, comunicarse de manera efectiva con los superiores para obtener apoyo y acceder a herramientas necesarias. Se espera obtener colaboración de colegas para la implementación de nuevas metodologías que validen la información requerida y apoyen la ejecución del proyecto propuesto.

# **8. Optimización de entregas y gestión de repartidores en Tiendas D1 para mejorar el servicio al cliente**

## **8.1 Objetivo General**

Desarrollar e implementar un plan de mejora integral para optimizar el rendimiento en la realización de domicilios en tiendas D1, buscando reducir el tiempo promedio de entrega de a menos de 3 horas en lo posible. Mejorar la calificación promedio de desempeño de los repartidores de 4 estrellas mínimo, y máximo 5 estrellas. Y reducir los costos operativos en los pedidos cancelados hasta en un 7% semanalmente, lo que representaría un avance en cada tienda,

sobre los pedidos cancelados y el dinero que se suele invertir en cada pedido que no se logra finalizar.

## **8.2 Objetivos específicos**

Realizar un análisis de los lugares donde más se solicitan los pedidos, para asignar cierta cantidad de rutas y hacer las entregas de manera asertiva y a tiempo, mientras otras rutas se encargan de ir a los lugares donde no son muy concurrentes los domicilios para no dejar a un lado ningún sector de la ciudad.

Al asignar las rutas, tener en cuenta cual es el domicilio más cercano para iniciar con ese y finalizar las entregas con el más lejano para que no se incumpla con las franjas de entrega que asignan los clientes, de esta manera las rutas no tardarán tanto en hacer entregas en los lugares que no están lejos de la tienda.

### **(ANEXO 1)**

Agregar a la operación un registro que cuente con un listado de los tiempos de entrega de cada domiciliario y tener en cuenta cuantos pedidos se están entregando en esa franja que se establece por el cliente, de esta manera la tienda podrá analizar qué empleados están siendo realmente efectivos en las entregas y mejorar considerablemente este aspecto.

### **(ANEXO 3)**

## **9. Propuesta de Mejora**

Para iniciar con la propuesta de mejora, se tiene pensado dar inicialmente una mejor capacitación a los conductores, **(ANEXO 4)** porque los que están en este momento no están

dando una buena imagen a la empresa, no le están brindando un buen servicio al cliente, priorizando la rapidez de repartir los demás pedidos que de brindar un buen servicio al cliente como lo hacen en ese momento, entonces como primera respuesta a este problema es capacitar mejor a los repartidores, de esa manera la empresa se asegurará de que reducirán los inconvenientes con los clientes. Ahora, una vez se haya realizado esta mejoría en la capacitación, se implementará un registro de cada uno de ellos, en este registro se tendrá en cuenta los pedidos que cada uno haya realizado, el tiempo en que los entregó y posterior a ello, el cliente en la página puede hacer las observaciones del repartidor, y así conocer el trato que este tuvo con el cliente, si le dio tiempo de recibir el pedido, de efectuar el pago del pedido correctamente, y por último explicarle lo que debe de hacer en dado caso de que presente alguna novedad con el pedido. ¿En qué se beneficia la empresa con esta implementación? (**ANEXO 5**). Bueno, la tienda no está generando ningún costo adicional, está haciéndose el proceso con el mismo personal que está en la empresa, esto porque contratar más personal no garantiza tener buenos resultados. De esta manera las tiendas podrán saber quiénes son los conductores con mejor rendimiento, midiendo el tiempo y los pedidos que finalicen, teniendo en cuenta también cada una de las franjas, esto porque los horarios también son importantes para movilizarse en las ciudades, una vez se sepa con claridad qué conductor es el más efectivo, la tienda podrá otorgarle pedidos en las zonas y franjas donde los clientes son más activos, para que de esta manera puedan garantizarle al cliente una entrega más rápida, y una mejor atención, evitando así que los clientes cancelen los pedidos, lo que genera pérdidas por cada domicilio que no se logre concretar, también del mantenimiento que cada vehículo requiere para cada una de las entregas que posteriormente pueden ser canceladas. Con los conductores que no sean tan rápidos para hacer entregas, pero brinden un buen servicio al cliente, se les puede otorgar rutas con pocos pedidos,

para que pueda finalizarlos todos de la mejor manera y, por último, el que no brinde ninguna ni eficacia ni buen trato con el cliente, hablar con él y así saber qué es lo que está afectando las entregas, buscar soluciones a los inconvenientes presentados por el conductor, tratar de llegar a algún acuerdo y así saber si lo mejor es seguir laborando para la empresa, sino, buscar personal que si se comprometa a brindar lo mejor a la empresa.

**(ANEXO 2)**

**(ANEXO 3)**

### **10. Programación de actividades realizadas en la organización**

Para empezar este resumen, se hablará acerca de las actividades realizadas en el orden en que fueron presentadas. Tras conocer las oficinas del D1, conoció a su jefe y a algunas personas que podrían ayudarlo durante su adaptación al trabajo. En esa misma semana, se hizo la visita a las Dark Stores (bodegas-**ANEXO 6**), donde se realizaría todas sus funciones. Primero, enseñaron y ayudó un poco en el proceso para el envío de los pedidos, aprendiendo a hacer picking y packing. Posteriormente, estuvo presente cuando cada uno de los domiciliarios entregaba el dinero y el recibo de los pedidos que habían despachado según la franja del día. También estuvo presente al final de la jornada cuando los encargados registraban las ventas obtenidas en ese día, sumando un total todos los sábados. (**ANEXO 7**).

Hubo ocasiones en las que se colaboraba verificando las devoluciones de los pedidos cancelados, para determinar cuánto dinero pudo haberse recogido. Las estadísticas de ventas, pedidos cancelados y pedidos reprogramados se comparaban con las otras tiendas de Bogotá y

del país. Después de haber aprendido lo más importante de la producción en las bodegas, comenzó a realizar las funciones de las prácticas.

Primero, explicaron las herramientas que iba a manejar desde la aplicación llamada Instaleap, donde tendría el control de múltiples funciones. Podía asignar pedidos a otros empleados, rutas a los domiciliarios, y también desempeñaría una función de asesor para los clientes, respondiendo a las peticiones y reportándolas a los supervisores de las tiendas. Algunos ejemplos de las solicitudes de los clientes incluían la cancelación de la orden, reprogramación, cambio de dirección, reclamo de productos no entregados o en mal estado, estado del pedido, entre otros. Además, brindaba soporte a los supervisores y jefes de zona de las bodegas para generar tickets por problemas que afectaran la operación.

Por su cuenta, realizaba el registro diario de los pedidos de todas las tiendas, incluidos los cancelados y reprogramados. Esto facilitaba la elaboración de los informes semanales, donde se analizaba el rendimiento de cada tienda, comparando ítems con el mes anterior para determinar si la empresa había experimentado un crecimiento o decrecimiento. Los ítems evaluados incluían pedidos, cantidad, ingresos, tiempos de entrega y productividad de cada empleado (excluyendo a los repartidores). Finalmente, se le solicitó que registrara semanalmente en un archivo de Excel los pedidos con información detallada sobre aquellos realizados con pago en línea, ya que era un nuevo método de pago que debía ser verificado para saber cuántos fueron aprobados o rechazados.

## **11. Cumplimiento de objetivos trazados por mes**

### **Ciclo 1: abril 1- mayo 1**

**Actividades desarrolladas: (ANEXO 8).**

Capacitación general, capacitación de las funciones propias, informes, servicio al cliente:

**Dificultades encontradas:**

Errores en los informes: Cuando se solicitó realizar los informes semanales, se hicieron varias correcciones para los informes que debía enviar la semana siguiente. El problema radicaba en que incluyó demasiada teoría, mientras que se requerían más gráficas y estadísticas. **(ANEXO 9). (15 de abril de 2024)**

Falta de experiencia: Debido a la falta de experiencia previa, se cometió errores al principio porque no sabía con claridad cómo brindar un excelente servicio al cliente. **(19 de abril de 2024)**

Falta de comprensión en las tareas asignadas: Al comunicarse siempre con los superiores por llamada, las tareas que pedían solían ser confusas, y así no tenía una imagen clara de lo que se estaba solicitando. **(26 de abril de 2024)**

**Logros:**

Mejora en el servicio al cliente: Respecto a las correcciones realizadas en el servicio al cliente, se hizo un esfuerzo por mejorar al día siguiente, siguiendo las observaciones y recomendaciones que dieron. **(ANEXO 10). (22 de abril de 2024)**

Correcciones oportunas: Se aplicó rápidamente las correcciones que indicaron en sus funciones, asegurando así que pudiera seguir cumpliendo con los requerimientos que se pedían. **(29 de abril de 2024)**

Cumplimiento con los informes: A pesar de que al principio no elaboró los informes exactamente como se requería, siempre se entregó los informes a tiempo, cumpliendo con las fechas establecidas. **(15 de abril - 1 de mayo)**

## **Ciclo 2: mayo 2 - julio 1**

### **Actividades desarrolladas:**

Registro de los pedidos que se hacen con el nuevo método de pago, registro de los pedidos de cada tienda, reportes de los pedidos a las tiendas: **(ANEXO 11).**

### **Dificultades encontradas:**

Nuevo método de pago: Cuando se le pidió que registrara los pedidos realizados con el nuevo método de pago, el archivo en el que debía hacerlo no estaba actualizado, lo que resultó en la pérdida de los pedidos reportados. **(27 de mayo de 2024)**

Falta de capacitación: Hubo momentos en los que se le reportaron errores en la aplicación de funciones que nunca le fueron explicadas, lo que le impedía colaborar de manera efectiva y le obligaba a solicitar ayuda a sus superiores. **(11 de junio de 2024)**

Almacenaje de un pedido: Un día en que la bodega de Toberín estaba especialmente colapsada, se le pidió que ayudara a alistar algunos pedidos. Al realizar el último pedido, cometió el error de almacenar los productos de nevera en el congelador para la posterior entrega **(24 de junio de 2024)**

### **Logros:**

Reportes de los pedidos: Ayudó significativamente a las tiendas informándoles sobre las novedades relacionadas con los pedidos, lo que permitió evitar la cancelación o reprogramación de estos. **(17 de mayo - 28 de junio)**

Colaboración oportuna: Los supervisores de las bodegas le solicitaban asistencia con novedades que impedían el alistamiento de pedidos. Siempre que conocía el procedimiento a seguir, colaboró de manera efectiva. **(20 de mayo de 2024)**

Colaboración en los pedidos: Aunque cometió un error en un pedido, siempre intentó ayudar en la medida de lo posible con los pedidos de las tiendas, y en la mayoría de los casos, su colaboración fue exitosa. **(22 de mayo de 2024)**

### **Ciclo 3: julio 2 - agosto 1**

**Actividades desarrolladas:** Informes, servicio al cliente, registro de los pedidos que se hacen con el nuevo método de pago, registro de los pedidos de cada tienda, reportes de los pedidos a las tiendas:

#### **Dificultades encontradas:**

Reportaje de pedidos: al no tener una constante comunicación con una de las tiendas del país (Bucaramanga), se envió un mensaje avisando sobre la cancelación y el cambio de dirección de dos pedidos, ellos al no revisar dicho reportaje enviaron los pedidos por error. **(30 de julio de 2024)**

#### **Logros:**

Rango de chats con clientes: a pesar de que en algunas ocasiones se solían acumular bastantes chats por responderles a los clientes, debido a los que se generaban después de finalizar

la jornada laboral y los fines de semana con festivos principalmente, se intentó siempre estar pendiente de los clientes por si tenían alguna duda o queja por hacer respecto a algún pedido o servicio. **(12 de agosto de 2024)**

#### **Ciclo 4: agosto 2 – septiembre 1**

**Actividades desarrolladas:** Informes, servicio al cliente, registro de los pedidos que se hacen con el nuevo método de pago, registro de los pedidos de cada tienda, reportes de los pedidos a las tiendas:

#### **Dificultades encontradas:**

Selección de productos: el día que hubo inventario en la tienda de Toberín, todos los pickers estaban ocupados y había muchos pedidos por salir, uno de ellos solicitó ayuda con un pedido grande, se colaboró abriendo las bolsas y seleccionando los productos, pero ambos no identificaron que el cliente había pedido 3 aceites y solo se empacó 1, lo cual generó una PQR para la tienda. **(12 de agosto de 2024)**

#### **Logros:**

Realización de funciones principales: claramente se ha cometido fallos en algunas ocasiones, pero con esfuerzo se ha intentado que todas las funciones principales estén bien realizadas, intentando ayudar cada vez que se puede, y si se comete un error, preguntar y de nuevo intentarlo.

## 12. Cronograma de ejecución

| <b>FECHA</b>                                   | <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Semana 1 (29 de julio al 2 de agosto)</b>   | Definición de objetivos e indicadores, selección de la metodología que se implementa en el proceso, pruebas piloto, y recolección de los datos más importante para tener en cuenta.               |                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Semana 2 (5 de agosto al 9 de agosto)</b>   | Evaluar los datos recopilados y terminar de dar ajustes a las rutas con las que se haría la prueba, y escuchar opiniones acerca del registro que se iba a dar.                                    | Lanzamiento de la prueba con el registro para tener en cuenta para el 7 de agosto, recoger los datos que dejó la prueba y el feedback que dejó cada uno de los clientes que calificó con desempeño bajo a los domiciliarios. |
| <b>Semana 3 (12 de agosto al 16 de agosto)</b> | Evaluar los indicadores y analizar si se está dando el cumplimiento al objetivo principal, identificar áreas de mejora y ajustar algún proceso que sea necesario.                                 |                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Semana 4 (19 de agosto al 23 de agosto)</b> | Implementar las mejoras identificadas, seguir estableciendo mejoras basados en los resultados obtenidos y por último, analizar los resultados que haya dejado las pruebas de esta idea propuesta. |                                                                                                                                                                                                                              |

### 13. Análisis de impacto en el plan de mejora

Para medir el impacto a largo plazo y así poder asegurar el mejoramiento en los domicilios de tiendas D1, es necesario tener un enfoque estructurado y continuo como el siguiente que se va a tener en cuenta: Definición de Indicadores Claves de Desempeño (KPI), esto dará la posibilidad de reducir los pedidos cancelados como lo evidenciamos (**ANEXO 12**) y en el punto 16, donde la tienda de Toberín pasa de tener pedidos cancelados mayor a 15, y en los últimos días, ha sido menor a 8.

**Tiempo de entrega:** Se necesita tener definido un promedio de cuánto tardará cada domiciliario en realizar una entrega es fundamental para que así se pueda establecer un orden con cada una de las salidas y llegadas de los pedidos, cumpliendo cada una de las franjas del día, la idea es que cada domiciliario tarde entre 2 horas 30 minutos y 3 horas para entregar todos los pedidos que se le hayan asignado, mejorando el tiempo que se registra actualmente, que sobre pasa las 3 horas, es decir, se pasa de la franja de entrega.

**Precisión en las entregas:** Evaluar el porcentaje de pedidos entregados, cancelados y reprogramados para saber en qué se deben mejorar los domicilios, y así tener en cuenta si los errores son de los domiciliarios o de los pickers. Aunque se debe tener en cuenta que muchas veces no depende del conductor que el pedido sea cancelado o reprogramado, sin embargo, se debe intentar que no sean más de 2 pedidos los que trae de vuelta el conductor, y tener en cuenta si tuvo culpa o no en el error del pedido.

**Satisfacción del cliente:** Es muy importante tener un feedback como lo tiene la página del D1 para tener conocimiento de lo bueno y de lo malo que pase en TODO el tema de los domicilios, y aquí entran productos, pickers y conductores. En dado caso de que la calificación de un pedido sea 1 o 2, se llama al cliente, y así saber con claridad qué inconvenientes presentó

el cliente, si el conductor no tiene culpa de la calificación, se le pregunta la calificación únicamente del conductor para así registrarla. Lo ideal es que la calificación del pedido esté por encima del 3.7, lo que significa que aún se deben mejorar aspectos, pero que al menos no se está dando un mal servicio.

**Costos operativos:** Tener controlado todo el tema de los costos asociados, como lo es el combustible, el mantenimiento, pagos por entrega y pedidos cancelados. Saber en qué fecha, y cuánto combustible cuesta cada vehículo, realizar un mantenimiento constante para evitar contratiempos y el pago que se le hace a cada conductor por entrega finalizada. De esta manera, la tienda tendría un control de lo que debe gastar en cada uno de estos aspectos. Y en lo posible, reducir esos costos un 10% principalmente de los pedidos que no son entregados, porque de igual manera se debe hacer el pago al conductor, se entregue o no se entregue el pedido.

## 14. Conclusiones

Durante su estadía en Tiendas D1, adquirió conocimientos muy importantes acerca de la operación realizada día tras día, desarrolló habilidades en atención al cliente, registros de pedidos, informes y gestión de aplicaciones. Aunque al principio careció un poco de experiencia laboral, la empresa siempre lo acompañó durante el tiempo de aprendizaje.

Enfrentó desafíos y superó obstáculos, lo que le permitió crecer tanto personal como profesionalmente. Está agradecido por la oportunidad de haber formado parte de una empresa tan prestigiosa en el país y está listo para aplicar toda esta experiencia en futuros desafíos profesionales.

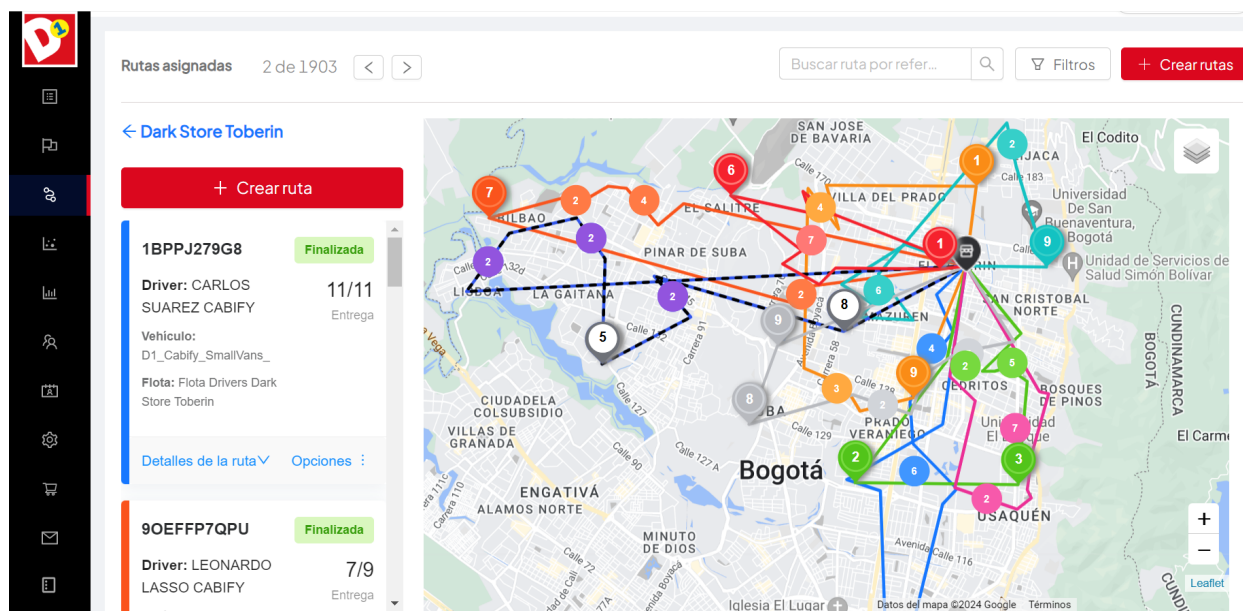
Nuevamente, agradece a Tiendas D1 por confiar en él desde el primer día y acompañarlo durante estos seis meses. Conoció a personas muy valiosas y se lleva consigo muy buenos recuerdos. Está comprometido a seguir brindando un excelente servicio y contribuir al éxito de cualquier organización a la que pertenezca en el futuro.

Los logros obtenidos destacan una mejora significativa en los procesos internos y en la calidad del servicio. La implementación efectiva de las nuevas estrategias y herramientas ha permitido una mayor eficiencia operativa, una reducción en los tiempos de entrega y un incremento en la satisfacción del cliente. Estos avances no solo han optimizado el rendimiento del personal y los recursos, sino que también han fortalecido la imagen de la empresa en el mercado. A futuro, estos logros proporcionarán una base sólida para la empresa, permitiendo un crecimiento sostenible, asegurando así una ventaja estratégica y un aumento en la rentabilidad.

La propuesta de mejorar la capacitación de los conductores y establecer un registro detallado de su desempeño promete transformar significativamente la operación de la empresa al elevar la calidad del servicio al cliente, reducir los tiempos de entrega y optimizar la asignación de rutas. A largo plazo, estas mejoras no solo disminuirán las cancelaciones de pedidos y los costos asociados, sino que también fortalecerán la reputación de la empresa, aumentarán la satisfacción del cliente y contribuirán a una mayor rentabilidad y eficiencia operativa, creando una base sólida para un crecimiento sostenible y una posición competitiva en el mercado.

## **15. Anexos**

### **ANEXO 1.**



Cuando la persona que esté encargada de hacer la rutas deberá verificar el orden de las direcciones, de la más cercana a la más lejana de la tienda correspondiente, o también organizar por la cantidad de pedidos que se realicen por zonas, como se puede apreciar en la imagen, de esta manera, los clientes no tendrán que esperar mayor tiempo si residen cerca de la tienda asignada; también, de esta manera las tiendas evitarán una gran cantidad de pedidos reprogramados y/o cancelados por demoras en las entrega.

## ANEXO 2.



| Nombre                       | Fecha    | Calificación | Razon                    | Comentario                                                                                        |
|------------------------------|----------|--------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Janeth                       | 05/08/24 | 3            |                          |                                                                                                   |
| Engie Santamaria             | 05/08/24 | 5            |                          |                                                                                                   |
| Mayerly Rodriguez Romo       | 05/08/24 | 2            | Pedido incompleto        | Falto la mayoría de las cosas y me cobraron lo mismo, espero que si me traiga por favor mis cosas |
| juan francisco navalon perez | 05/08/24 | 5            | El repartidor fue amable |                                                                                                   |
| ANDRES ALFONSO BENITEZ DIAZ  | 05/08/24 | 5            |                          |                                                                                                   |
| Patricia Arévalo Ruiz        | 05/08/24 | 5            |                          |                                                                                                   |
| Johanna                      | 05/08/24 | 1            |                          |                                                                                                   |
| Adriana                      | 05/08/24 | 4            |                          | Debo hacer un cambio. Llegó un color azul y necesito rosado.                                      |
| Mario Andres marin           | 05/08/24 | 5            |                          |                                                                                                   |

En la imagen que podemos apreciar, evidenciamos la calificación que daba cada cliente a las entregas de los domiciliarios, de 1 estrella a 5 estrellas, esta calificación es importante tenerla en cuenta debido a que es importante para la asignación de rutas y así conocer el trato que se le está dando a los clientes, de ser necesario, se hará un llamado de atención.

### ANEXO 3.

| Fecha | Conductor       | Cantidad de pedidos | Tiempo de entrega  | Calificación |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |   | Total |
|-------|-----------------|---------------------|--------------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|-------|
| 5-ago | Sergio Monsalve | 14                  | 3 horas            | 5            | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |  |   | 3.7   |
|       | Carlos Suárez   | 11                  | 3 horas            | 4            | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 |   |   |   |  |   | 3.7   |
|       | David Camacho   | 13                  | 3 horas 30 minutos | 3            | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |   |  |   | 3.6   |
|       | Leonardo Riaño  | 14                  | 3 horas            | 4            | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |   |  | 5 | 3.9   |
|       | Hernán Cerniza  | 10                  | 2 horas 50 minutos | 5            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 |   |   |   |   |  |   | 3.5   |
|       | Lina Gómez      | 13                  | 2 horas 45 minutos | 3            | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |   |  |   | 3.6   |
|       | Leonardo Lasso  | 9                   | 2 horas            | 4            | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 |   |   |   |   |   |  |   | 3.9   |
|       | Daniel Yara     | 12                  | 2 horas            | 3            | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |   |   |  |   | 4.2   |
| 7-ago | Sergio Monsalve | 13                  | 3 horas            | 5            | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |  |   | 4.0   |
|       | Carlos Suárez   | 12                  | 3 horas 15 minutos | 4            | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |   |   |  |   | 3.8   |
|       | David Camacho   | 10                  | 3 horas            | 3            | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 |   |   |   |  |   | 3.6   |
|       | Leonardo Riaño  | 13                  | 3 horas 10 minutos | 4            | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 |   |  |   | 3.8   |
|       | Hernán Cerniza  | 11                  | 3 horas 15 minutos | 3            | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |   |   |  |   | 3.5   |
|       | Lina Gómez      | 9                   | 2 horas 15 minutos | 5            | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   |   |   |   |   |  |   | 4.3   |
|       | Leonardo Lasso  | 8                   | 2 horas            | 4            | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |   |   |   |   |   |   |  |   | 4.1   |
|       | Daniel Yara     | 11                  | 2 horas 30 minutos | 3            | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |   |   |  |   | 3.5   |
| 9-ago | Sergio Monsalve | 14                  | 3 horas 15 minutos | 3            | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |   |  | 3 | 3.9   |
|       | Carlos Suárez   | 10                  | 3 horas            | 2            | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |   |   |  |   | 3.7   |
|       | David Camacho   | 13                  | 3 horas 20 minutos | 4            | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |   |  |   | 3.9   |
|       | Leonardo Riaño  | 13                  | 3 horas 10 minutos | 5            | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 |   |  |   | 4.0   |
|       | Hernán Cerniza  | 9                   | 2 horas 45 minutos | 3            | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |   |   |   |   |   |  |   | 3.6   |
|       | Lina Gómez      | 12                  | 3 horas            | 5            | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 |   |   |  |   | 4.2   |
|       | Leonardo Lasso  | 11                  | 3 horas 10 minutos | 5            | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |   |   |   |  |   | 3.8   |
|       | Daniel Yara     | 10                  | 2 horas 45 minutos | 3            | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 |   |   |   |   |  |   | 3.9   |

A continuación, observaremos al registro de cada conductor los días 5, 7 y 9 de agosto, donde está el nombre de cada uno, los pedidos que entregó, el tiempo requirió para hacerlo, y la respectiva calificación que tenemos en el ANEXO 2. Este registro tiene como fin darle un orden

a la asignación de las rutas, porque dependiendo de los pedidos que entreguen, en el tiempo en que lo hacen y la calificación promedio que tienen, será fundamental para saber qué zonas de la ciudad se le otorgará a cada uno, con esto se busca ser más eficientes en las entregas y brindarle un gran servicio al cliente.

#### **ANEXO 4.**

En las siguientes imágenes, observaremos cómo el supervisor de la Dark Store de Venecia, da indicaciones a los conductores al momento de hacer una entrega al cliente, lo que deben especificar en dado caso de que presenten alguna irregularidad con los productos del pedido, si alguno llegó en mal estado, vencido o si hay algún producto faltante, también, de hacer el feedback en la página.



#### **ANEXO 5.**

Como podemos apreciar, esta es la implementación que la empresa le daría a todo el proceso de las rutas, para tener mayor orden y tener conocimiento del servicio que le están brindando al cliente.



| Fecha  | Conductor       | Cantidad de pedidos | Tiempo de entrega  | Calificación |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Total |
|--------|-----------------|---------------------|--------------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|
| 28-ago | Sergio Monsalve | 13                  | 3 horas 10 minutos | 4            | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.8   |
|        | Carlos Suárez   | 11                  | 3 horas 5 minutos  | 4            | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 |   |   | 3.9   |
|        | David Camacho   | 14                  | 3 horas 20 minutos | 3            | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8   |
|        | Leonardo Riaño  | 13                  | 3 horas 5 minutos  | 4            | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3.8   |
|        | Hernán Cerniza  | 9                   | 2 horas 50 minutos | 5            | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |   |   |   |   | 3.6   |
|        | Lina Gómez      | 12                  | 2 horas 45 minutos | 4            | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 |   | 3.8   |
|        | Leonardo Lasso  | 10                  | 2 horas 25 minutos | 4            | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |   |   |   | 4.0   |
|        | Daniel Yara     | 11                  | 2 horas 20 minutos | 3            | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |   |   | 3.9   |
| Fecha  | Conductor       | Cantidad de pedidos | Tiempo de entrega  | Calificación |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Total |
| 29-ago | Sergio Monsalve | 11                  | 3 horas            | 3            | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 |   |   | 3.8   |
|        | Carlos Suárez   | 12                  | 3 horas 10 minutos | 4            | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |   | 3.8   |
|        | David Camacho   | 14                  | 3 horas 20 minutos | 3            | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.7   |
|        | Leonardo Riaño  | 12                  | 2 horas 45 minutos | 3            | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |   | 4.0   |
|        | Hernán Cerniza  | 11                  | 2 horas 30 minutos | 4            | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |   |   | 4.1   |
|        | Lina Gómez      | 13                  | 3 horas 15 minutos | 5            | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4.2   |
|        | Leonardo Lasso  | 9                   | 2 horas 5 minutos  | 4            | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   |   |   |   | 3.6   |
|        | Daniel Yara     | 10                  | 2 horas 35 minutos | 5            | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |   |   |   | 3.9   |

## ANEXO 6.

Visitas a las Dark Store

### Dark Store 7 de agosto



**Dark Store Toberín****Dark Store Venecia****ANEXO 7.**

Picking: El/la picker está realizando el alistamiento de los productos para la posterior facturación y enrutamiento.



Packing-Rutas: Los pickers y conductores son los encargados de alistar las canastas con los pedidos de cada tienda.

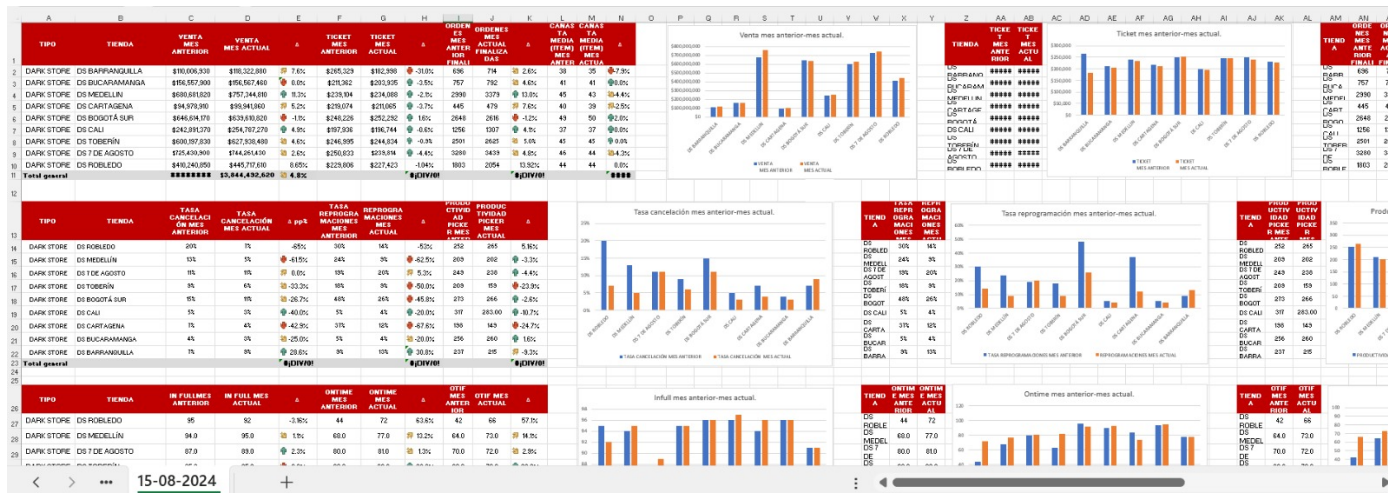


En la siguiente imagen podemos evidenciar como uno de los pickers queda como encargado de recibir el dinero y las facturas de los pedidos que cada conductor haya entregado.



**ANEXO 8.**

Informes: Como podemos evidenciar, estos son algunos de los informes que se enviaba semanalmente verificando los resultados que cada tienda registraba.



Servicio al cliente: Este es un ejemplo del servicio que le brindaba a los clientes, dando soporte a los inconvenientes, o modificaciones que presenten con los pedidos, algunos se hacían por chat, otros se realizaban por llamada.

Chats

Creado el 29 ago 2024

Estado del pedido #7XA13A4HTC

Recursos

Cliente

Revisión

me reintegren el dinero de los productos que no entregaron o los envíen

09:20 a. m.

Felipe Castaño - Soporte

Hola buenos días, lamentamos hayas tenido el inconveniente con la entrega de los productos, en dado caso de que la tienda no se comuniqué contigo, en la página puedes poner la PQR para que la tienda revise y gestionen la entrega de los productos faltantes. Ingresando al siguiente link:

Chats

Creado el 28 ago 2024

Estado del pedido #7X9B7M6QE4

Recursos

Cliente

Revisión

Natalia Escobar - Cliente

Hola buenas noches, cuando mandaran mi pedido?

08:29 p. m.

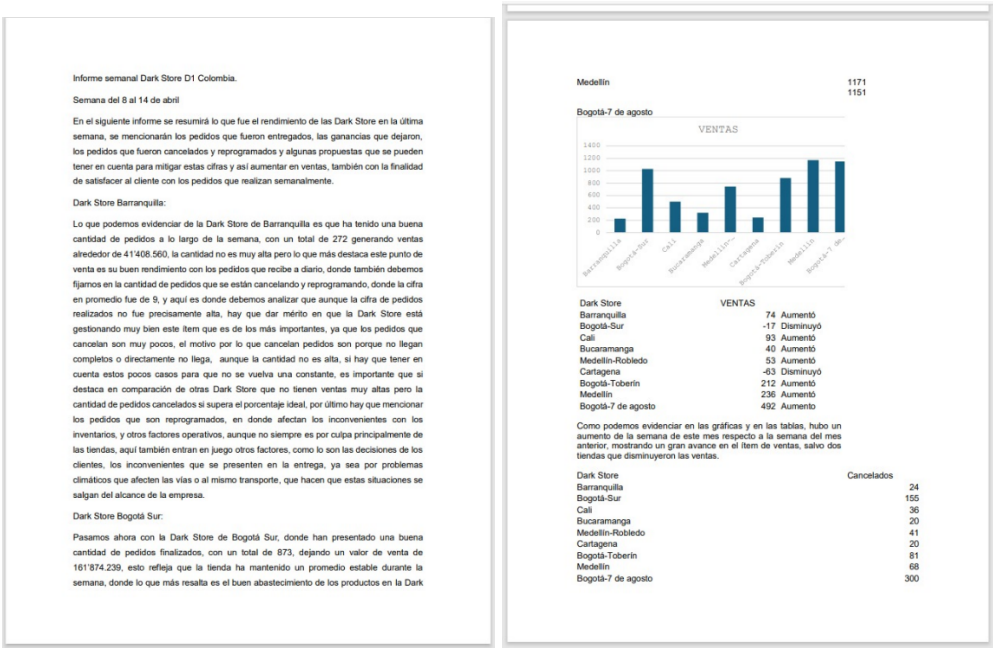
Felipe Castaño - Soporte

Hola buenos días, tu pedido está programado para entregar en la franja de 2:00 a 5:00pm.

10:47 a. m.

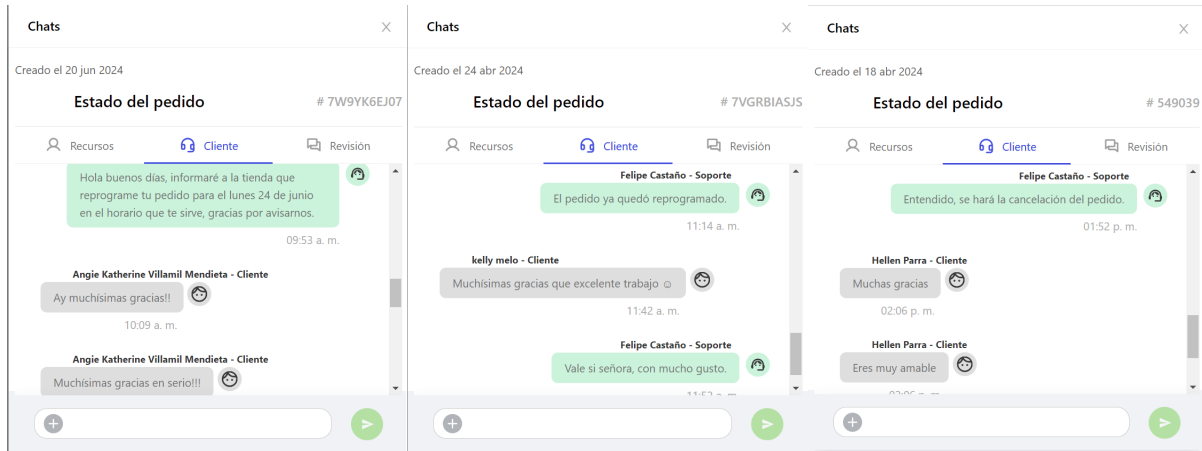
## ANEXO 9.

Errores en los informes: En las siguientes imágenes, podemos observar los errores cometidos en los primeros informes, debido a que ellos querían un informe más estadístico, y se realizó más teórico. (Las imágenes son de diferentes informes)



ANEXO 10.

Mejora en el servicio al cliente: En las siguientes imágenes observamos cómo se brindó un buen servicio al cliente, es una gran comparación a lo que se brindaba anteriormente cuando no se revisaban estos chats con los clientes.



## ANEXO 11.

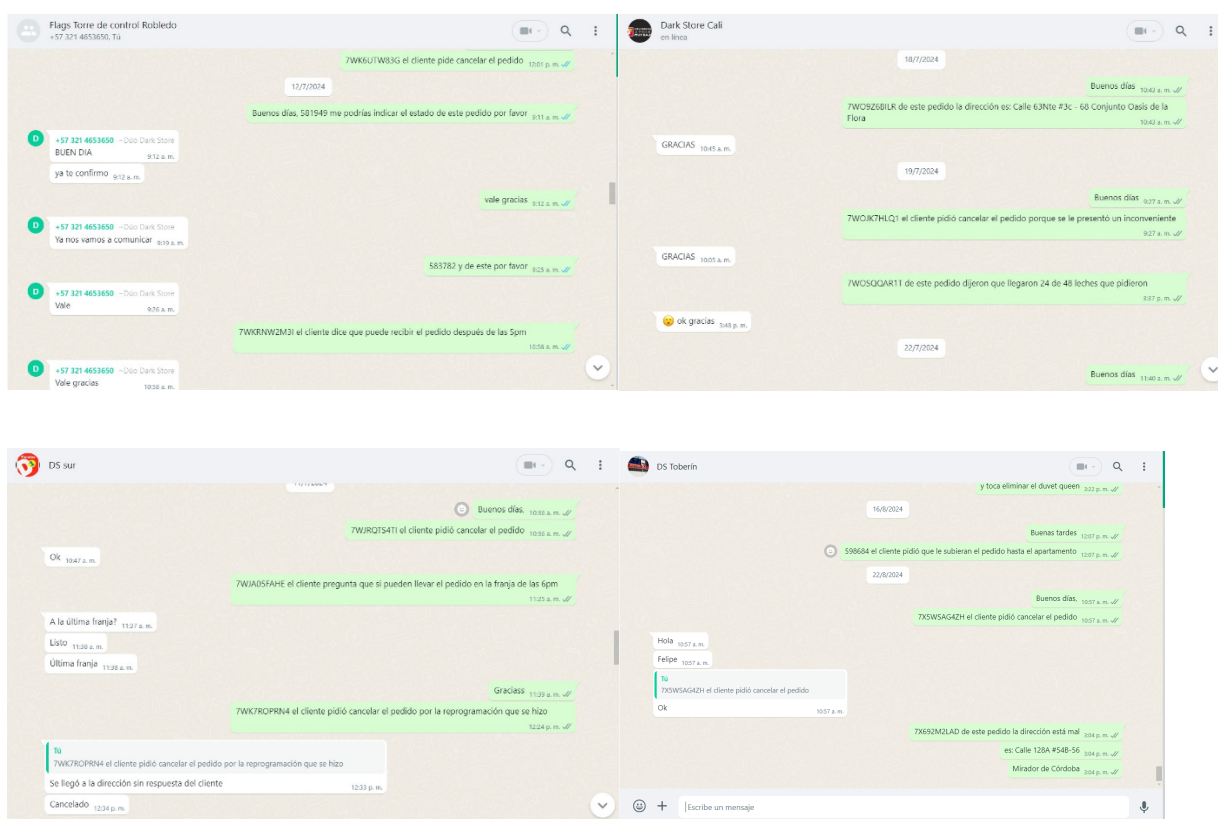
Registro del nuevo método de pago: En la siguiente imagen se presenta el registro del nuevo método de pago, y se debía especificar detalladamente cada pedido.

|   | A                  | B          | C                            | D         | E                 | F                    | G                       | H                  | I         | J         | K                                                                                                                                        | L           | M     |
|---|--------------------|------------|------------------------------|-----------|-------------------|----------------------|-------------------------|--------------------|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------|
|   | Dark Sto           | Referencia | Pedido                       | Fecha     | Creación          | Cliente              | Método de pag           | Entrega            | Estado    | Pago      | Comentario                                                                                                                               | Tipo Falla  | PQRSF |
| 2 | Dark Store Toberin | 7VS4AFYSK7 | 7VS4AFYSK7Dark Store Toberin | 16/5/2024 | 16/5/2024 - 22:15 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 17 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | No se realiza la actualización de precios por parte de la integración                                                                    | Integracion | NO    |
| 3 | Dark Store Toberin | 7VS4P080CE | 7VS4P080CEDark Store Toberin | 16/5/2024 | 16/5/2024 - 22:46 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 17 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | No se realiza la actualización de precios por parte de la integración                                                                    | Integracion | NO    |
| 4 | Dark Store Toberin | 7VS5B5QMOZ | 7VS5B5QMOZDark Store Toberin | 16/5/2024 | 16/5/2024 - 23:34 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 17 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | Se encuentra una falla a nivel de conexión en el meraki de D1                                                                            | TID1        | NO    |
| 5 | Dark Store Toberin | 7VS5K6257H | 7VS5K6257HDark Store Toberin | 16/5/2024 | 16/5/2024 - 23:54 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 17 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | Se encuentra una falla a nivel de conexión en el meraki de D1                                                                            | TID1        | NO    |
| 6 | Dark Store Toberin | 7VS690FTIQ | 7VS690FTIQDark Store Toberin | 17/5/2024 | 17/5/2024 - 0:48  | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 17 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | Se realiza los procesos con éxito sin embargo se decide cancelarlo ya que no se encontro lo que hizo que fallara en los casos anteriores | TID1        | NO    |
| 7 | Dark Store Toberin | 7VU1BCKXAL | 7VU1BCKXALDark Store Toberin | 20/5/2024 | 20/5/2024 - 15:42 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 20 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | No se puede capturar el pago se pasa a efectivo                                                                                          | Pasarela    | NO    |
| 8 | Dark Store Toberin | 7VU1BCKXAL | 7VU1BCKXALDark Store Toberin | 20/5/2024 | 20/5/2024 - 16:00 | Maria Fernanda Uribe | Pago en línea / PREPAID | 20 de may. de 2024 | Cancelado | Revertido | No se realiza la actualización de precios por parte de la integración                                                                    | Integracion | NO    |

Registro de los pedidos de cada tienda: En el siguiente Excel se evidenciará un ejemplo del registro de los pedidos finalizados, cancelados y reprogramados de cada tienda:

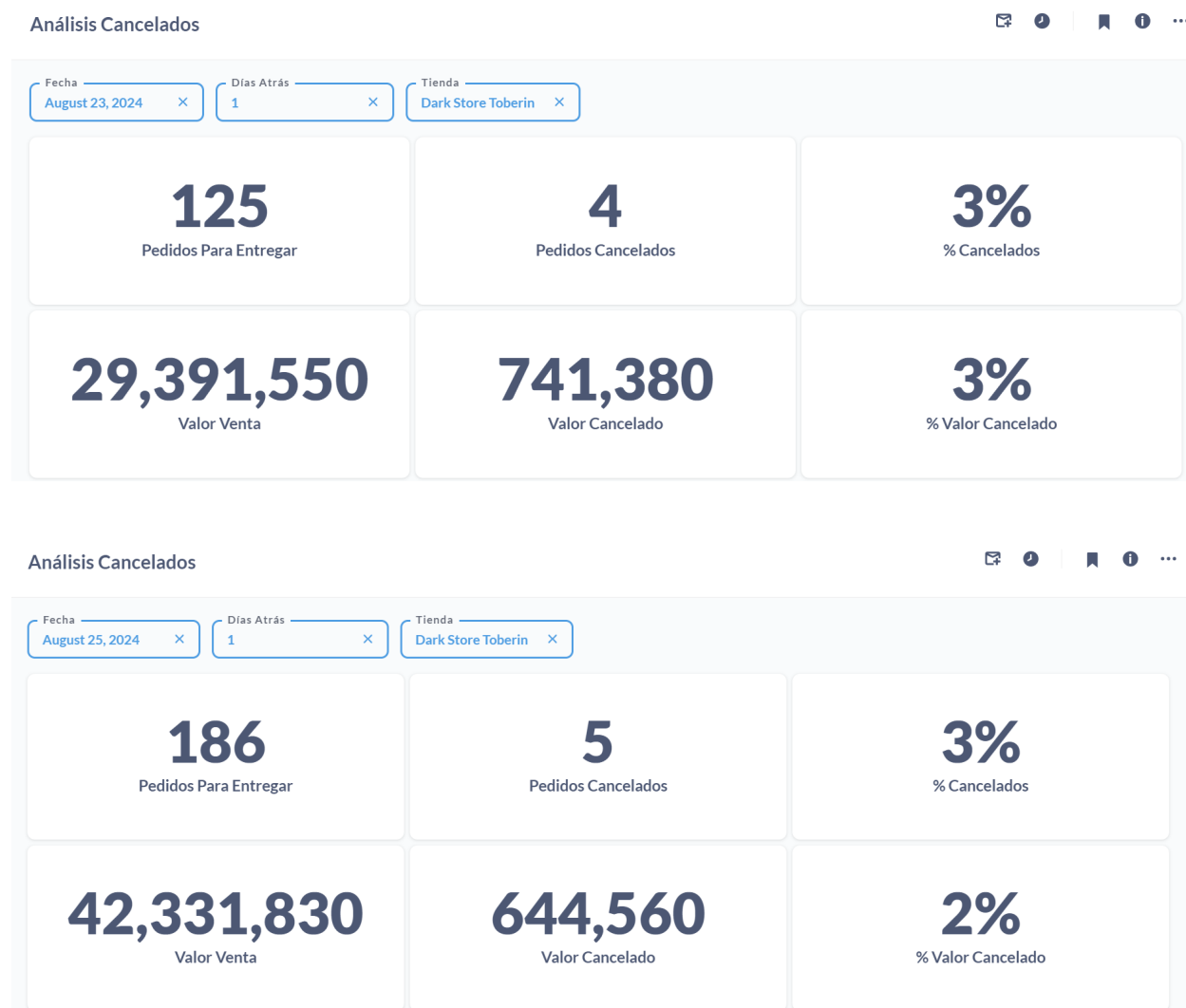
|                                                                                                                                                                                                          | A                             | B     | C      | D         | E      | F       | G      | H       | I     | J            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|-------|--------------|
| 1                                                                                                                                                                                                        |                               |       |        |           |        |         |        |         |       |              |
| 2                                                                                                                                                                                                        | SEMANA DEL 5 AL 11 DE AGOSTO. |       |        |           |        |         |        |         |       |              |
| 3                                                                                                                                                                                                        |                               | 5     | 6      | 7         | 8      | 9       | 10     | 11      |       |              |
| 4                                                                                                                                                                                                        |                               | LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |              |
| 5                                                                                                                                                                                                        | Barranquilla                  | 49    | 31     | 45        | 46     | 39      | 56     | 47      | 313   | VENTA        |
| 6                                                                                                                                                                                                        |                               | 3     | 5      | 4         | 5      | 4       | 6      | 3       | 30    | CANCELADO    |
| 7                                                                                                                                                                                                        |                               | 82    | 1      | 2         | 1      | 11      | 7      | 6       | 110   | REPROGRAMADO |
| 8                                                                                                                                                                                                        | Venecia                       | 227   | 221    | 169       | 203    | 137     | 145    | 161     | 1263  | VENTA        |
| 9                                                                                                                                                                                                        |                               | 37    | 25     | 24        | 18     | 9       | 16     | 19      | 148   | CANCELADO    |
| 10                                                                                                                                                                                                       |                               | 105   | 154    | 140       | 25     | 15      | 41     | 15      | 495   | REPROGRAMADO |
| 11                                                                                                                                                                                                       | Cali                          | 90    | 96     | 72        | 72     | 79      | 74     | 58      | 541   | VENTA        |
| 12                                                                                                                                                                                                       |                               | 6     | 4      | 0         | 1      | 3       | 2      | 2       | 18    | CANCELADO    |
| 13                                                                                                                                                                                                       |                               | 4     | 2      | 5         | 6      | 2       | 2      | 2       | 23    | REPROGRAMADO |
| 14                                                                                                                                                                                                       | Bucaramanga                   | 60    | 56     | 44        | 44     | 53      | 43     | 51      | 351   | VENTA        |
| 15                                                                                                                                                                                                       |                               | 1     | 1      | 1         | 1      | 1       | 1      | 1       | 7     | CANCELADO    |
| 16                                                                                                                                                                                                       |                               | 2     | 1      | 3         | 2      | 5       | 2      | 3       | 18    | REPROGRAMADO |
| 17                                                                                                                                                                                                       | Robledo                       | 173   | 159    | 136       | 86     | 124     | 103    | 91      | 872   | VENTA        |
| 18                                                                                                                                                                                                       |                               | 6     | 6      | 4         | 8      | 2       | 13     | 5       | 44    | CANCELADO    |
| 19                                                                                                                                                                                                       |                               | 22    | 27     | 11        | 7      | 10      | 28     | 16      | 121   | REPROGRAMADO |
| 20                                                                                                                                                                                                       | Cartagena                     | 38    | 47     | 28        | 30     | 34      | 27     | 22      | 226   | VENTA        |
| 21                                                                                                                                                                                                       |                               | 1     | 0      | 1         | 1      | 1       | 1      | 1       | 6     | CANCELADO    |
| 22                                                                                                                                                                                                       |                               | 10    | 1      | 2         | 1      | 4       | 2      | 0       | 20    | REPROGRAMADO |
| 23                                                                                                                                                                                                       | Toberin                       | 215   | 173    | 187       | 142    | 149     | 132    | 142     | 1140  | VENTA        |
| 24                                                                                                                                                                                                       |                               | 15    | 14     | 9         | 7      | 12      | 7      | 4       | 68    | CANCELADO    |
| 25                                                                                                                                                                                                       |                               | 16    | 9      | 10        | 6      | 7       | 17     | 26      | 91    | REPROGRAMADO |
| 26                                                                                                                                                                                                       | Medellin                      | 250   | 282    | 179       | 186    | 206     | 146    | 137     | 1381  | VENTA        |
| <div> <div>&lt;</div> <div>&gt;</div> <div>...</div> <div>Semana 19</div> <div>Semana 20</div> <div>Semana 21</div> <div>Semana 22</div> <div>Semana 23</div> <div>Semana 24</div> <div>\$€</div> </div> |                               |       |        |           |        |         |        |         |       |              |

Reportes de los pedidos a las tiendas: En los pantallazos que observaremos, están los ejemplos de los reportes que se les hacía a cada tienda sobre los pedidos:



## ANEXO 12.

En el siguiente anexo, evidenciamos cómo la tienda de Toberín ha logrado hacer una reducción en los pedidos cancelados. A principio del mes de agosto, la cifra rondaba los 15 pedidos diarios, sin embargo, después de 20 días, la cifra no pasa de los 8 pedidos diarios.

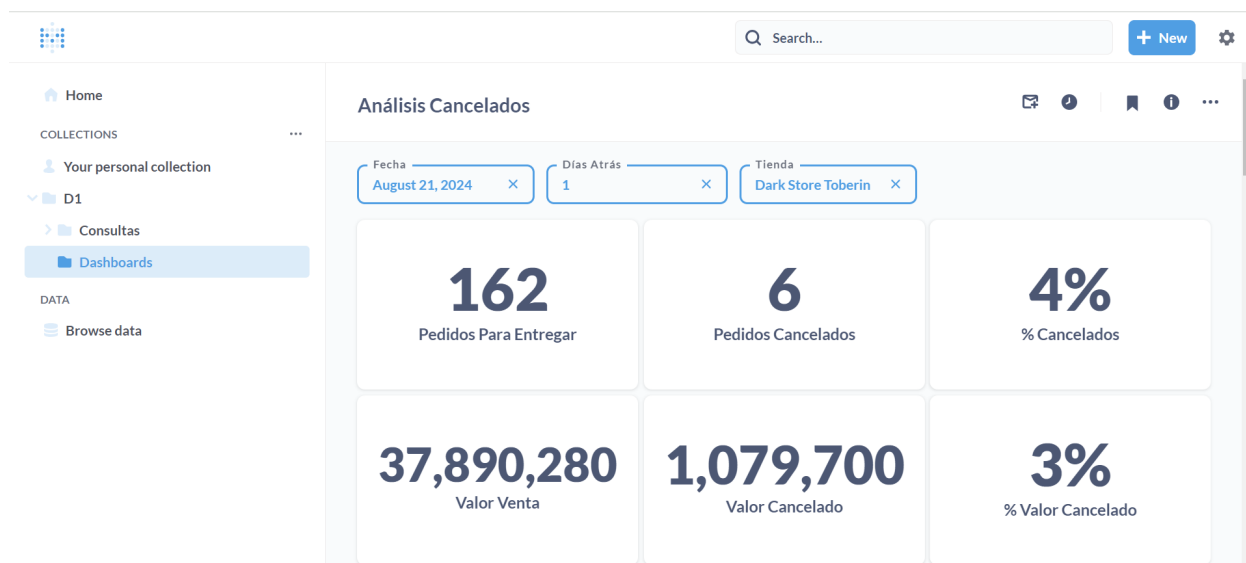


## 16. Análisis del impacto que tuvo la propuesta de mejora

A continuación, observaremos algunos resultados que presentó la tienda de Toberín, los días 5, 9, y 21 de agosto, donde el 5 de agosto obtuvo un total de 4'071.380 en pérdida de pedidos cancelados, en esa misma semana se hizo el registro propuesto anteriormente para darle mayor orden a la asignación de rutas, y que así fuera aplicado para los días 7 y 9 de agosto.

Tenemos los resultados del día 9, y el total de pedidos cancelados fue de 1'029.660, lo que representa una disminución de 3'041.720, y para el día 21, la disminución fue de 2'991.680, lo que evidencia una mejoría en cuanto a pérdidas de pedidos cancelados, se espera que, con la implementación definitiva, las cifras vayan mejorando semana tras semana y no solo las cifras, sino también la satisfacción del cliente que es la prioridad número uno de la empresa.





## 17. Bibliografía

**La misión, la visión, los valores y la estructura organizativa fue información suministrada directamente de la empresa, así que, por ese motivo, no tienen cita bibliográfica.**

Instaleap. (2024). Control Tower - Instaleap.io. Recuperado de: <https://control.instaleap.io/orders>

Instaleap. (2024). Control Tower - Instaleap.io. Recuperado de:

<https://control.instaleap.io/routes/stores/3195e839-9660-44eb-a317-2584ba5acb22>

Instaleap. (2024). Control Tower - Instaleap.io. Recuperado de:

<https://control.instaleap.io/metrics/order-status>

Instaleap. (2024). Control Tower - Instaleap.io. Recuperado de: <https://control.instaleap.io/order-ratings/>

Tienda. (2019). Tienda D1 Dark Store On Line · Cl. 66 #2037, Bogotá. Tienda D1 Dark Store on Line · Cl. 66 #2037, Bogotá. Recuperado de:

<https://www.google.com/maps/place/Tienda+D1+Dark+Store+On+Line/@4.6557558,->

[74.0713759,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f9bf413319e33:0x69c4d3574ed7460b!8m2!3d4.6557558!4d-74.068801!16s%2Fg%2F11jdt4qh95?entry=ttu](https://www.google.com/maps/place/D1+Dark+Store+On+Line/@4.7451463,-74.0713759,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f9bf413319e33:0x69c4d3574ed7460b!8m2!3d4.6557558!4d-74.068801!16s%2Fg%2F11jdt4qh95?entry=ttu)

Dark, D. (2019). D1 Dark Store On Line · Cra. 18 #164-64, Bogotá. D1 Dark Store on Line · Cra. 18 #16464, Bogotá. Recuperado de:

<https://www.google.com/maps/place/D1+Dark+Store+On+Line/@4.7451463,-74.0436627,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f85be87468aaf:0x7a8df190e7cd4c9b!8m2!3d4.7451463!4d-74.0410878!16s%2Fg%2F11p4rx9cjb?entry=ttu>

Dark, D. (2019). D1 Dark Store venecia. D1 Dark Store Venecia. Recuperado de:

<https://www.google.com/maps/search/D1+Dark+Store+venecia/@4.5980278,-74.315944,11z?entry=ttu>

Instaleap. (2024). Base de datos D1- Metabase. Recuperado de:

[https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-21&d%25C3%25ADas\\_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin](https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-21&d%25C3%25ADas_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin)

Instaleap. (2024). Base de datos D1- Metabase. Recuperado de:

[https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-05&d%25C3%25ADas\\_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin](https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-05&d%25C3%25ADas_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin)

Instaleap. (2024). Base de datos D1- Metabase. Recuperado de:

[https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-09&d%25C3%25ADas\\_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin](https://metabase.instaleap.io/dashboard/101-analisis-cancelados?fecha=2024-08-09&d%25C3%25ADas_atr%25C3%25A1s=1&tienda=Dark%20Store%20Toberin)