

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 23

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Natalia Gutiérrez Castaño
Programa académico	Administración de Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Moléculas Farmacéuticas SAS
NIT.	901.225.687-4
Dirección	CALLE 50 #46 36 EDIFICIO FURATENA OF 609
Teléfono	321 758 1539
Dependencia o Área	Logística
Nombre Completo del jefe del estudiante	Santiago Castaño González
Cargo	Gerente General
Labor que desempeña el estudiante	Auxiliar de comercio exterior y logística
Nombre del asesor de práctica	Joan Esteban Moreno Hernández
Fecha de inicio de la práctica	12/07/2022
Fecha de finalización de la práctica	12/01/2023

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 23

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

1.1 Centro de práctica.

ProdeMOL Moléculas Farmacéuticas S.A.S: Fue fundada en el año 2018 con un claro enfoque de servicio y acompañamiento permanente para nuestros valiosos clientes.

Normatividad: trabajamos bajo un sistema integrado de gestión de calidad basándose en la NTC ISO 9001 y un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo al decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019.

Misión: Importar y comercializar materias primas de excelente calidad para la industria farmacéutica a nivel nacional, generando bienestar a nuestros clientes y colaboradores a través de negocios responsables, brindando lo mejor de nuestro conocimiento y experiencia.

Visión: Para el año 2022 seremos reconocidos como una organización fortalecida por su crecimiento continuo y estratégico en la comercialización de materias primas a nivel nacional y representación internacional, además como una excelente alternativa para nuestros clientes, proveedores y colaboradores por nuestro cumplimiento, compromiso y seriedad.

Valores:

- **Confianza:** Con el desarrollo y cumplimiento de nuestras actividades diarias, buscamos generar confianza en nuestros clientes y en cada uno de nuestros colaboradores.
- **Compromiso:** Es lo que nos vincula con cada uno de nuestros clientes, proveedores y colaboradores para poder llevar a cabo nuestra labor.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 3 de 23</p>

- Sentido de pertenencia: Formamos la identidad de nuestros colaboradores para hacerlos parte de nuestro grupo y así obtener mejores resultados en nuestras metas propuestas.
- Responsabilidad: Reconocemos la importancia y la magnitud de cada requerimiento, por lo tanto, día a día trabajamos en el mejoramiento de nuestros procesos internos con el fin de prestar un servicio cada vez más eficiente.
- Creatividad: Generamos nuevas ideas e innovamos constantemente para llevar a cabo un resultado eficaz hacia las necesidades u objetivos de nuestros clientes

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

Se realiza la práctica empresarial con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos durante toda la carrera y así mismo obtener nuevos aprendizajes que me permitan ser una profesional más integral.

1.3 Funciones

- Realizar seguimiento a los pedidos desde que se realiza la orden de compra al proveedor hasta que se entrega al cliente, dentro de este se incluyen procesos como picking y packing cuando aplique.
- Realizar y enviar al cliente estatus de sus pedidos cada semana.

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

Mi participación es necesaria puesto que permite el fortalecimiento del área ya que me encargo de los procesos logísticos y de esta manera generar nuevas estrategias y alternativas de

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 23

solución viables para los procesos. Mi participación busca impactar de forma positiva en el mejoramiento de la logística dentro de la organización.

1.5 Equipo de trabajo.

Alejandra Molina: Negociadora internacional, es quien se encarga de cotizar y conseguir las materias primas solicitadas por el área de ventas.

Natalia Gutiérrez: Practicante, luego de que Alejandra envía las órdenes de compra, mi función es realizar seguimiento a cada una de las operaciones para lograr dar cumplimiento a la fecha de entrega solicitada por el cliente.

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Implementar una estrategia desde el área logística que permita determinar el lead time de las órdenes recibidas, con el fin de mejorar la satisfacción al cliente.

2.2 Planteamiento del problema.

En la organización no se tiene claridad sobre cuánto tiempo toma con exactitud entregar el producto al cliente desde que se recibe la orden de compra, por lo tanto, no hay tiempos exactos en importaciones aéreas, marítimas, courier y productos comprados en plaza.

2.3 Justificación.

Conocer los tiempos de entrega es vital para evaluar el desempeño de la organización, saber que tan competitivos son, así mismo permite evidenciar cuales son las razones por las que se generan retrasos y de esta forma tomar acciones correctivas para solucionar a tiempo cada novedad que suceda. Por este motivo resulta necesario determinar el lead time, con el fin de estar al tanto de cada uno de los movimientos, evitar sobre costos, además es posible evaluar si los

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 23

retrasos son ocasionados por agentes externos a la organización, como los proveedores y así evaluar que tan viable resulta trabajar con ellos.

2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo General: Establecer dentro de la organización cual es el tiempo que transcurre desde que se recibe una orden de compra hasta que se entrega el producto al cliente, con el fin de eliminar aquellas actividades que no generan competitividad.

Objetivos específicos:

- Crear una matriz donde se establezcan los tiempos de entrega para cada uno de los pedidos, clasificando las importaciones entre marítimas, aéreas o Courier y a su vez por Incoterm. Además, se incluyen los pedidos realizados en plaza, para determinar el lead time de todas las operaciones realizadas.
- Mejorar el servicio al cliente utilizando la matriz y con ayuda del método Just in Time, con el fin de brindar eficiencia y eficacia en los procesos.

2.5 Diseño Metodológico.

Fuentes primarias:

- Entrevistas al jefe directo, quien tiene todos los conocimientos sobre cómo funciona la organización, este me permitirá saber qué cosas son indispensables para poner en la matriz y cuales procesos pueden eliminarse paulatinamente.
- Entrevistas a la negociadora internacional, quien tiene contacto directo con los proveedores, tiene un estimado de cuantos días tardan en entregar los productos y en

general es quien tiene todos los conocimientos sobre los procesos logísticos para poder entender cómo funciona toda la cadena.

- Entrevistas a la gerente comercial, quien tiene contacto con los clientes y puede indicar que tanta satisfacción tienen estos con el servicio y los productos, con el fin de conocer cuáles son las expectativas del cliente para poder cumplirlas.

Fuentes secundarias:

- Páginas web de los proveedores, con el fin de conocer más como son sus procesos, cuáles son sus promesas en cuanto a tiempos de entrega, servicio post venta, entre otros.
- Recursos bibliográficos para conocer más acerca del Lead time y el Just in Time con el fin de tener conocimiento amplio y suficiente para poder aplicarlo dentro de la organización

2.6 Cronograma de Actividades.

Objetivo específico	Actividades	Meses - Semanas													
		Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre	
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	1	2	
Crear una matriz donde se establezcan los tiempos de entrega para cada uno de los pedidos, clasificando las importaciones entre marítimas, aéreas o Courier y a su vez por Incoterm. Además, se incluyen los pedidos realizados en plaza, para determinar el lead time de todas las operaciones realizadas.	Reunión con asesor de prácticas para determinar el proyecto.														
	Reunión con el jefe inmediato para evaluar el proyecto más viable.														
	Identificación de oportunidades de mejora.														
	Elaboración de la matriz para el Lead time, se incluye la información brindada por el jefe.														
Mejorar el servicio al cliente utilizando la matriz y con ayuda del método Just in Time, con el fin de brindar eficiencia y eficacia en los procesos.	Reunión con profesora de excel para perfeccionar la matriz .														
	Evaluar los tiempos de entrega de las importaciones realizadas.														
	Determinar que actividades no aportan valor y generan extra costos														
	Análizar las actividades que buscan satisfacer al cliente														
	Presentación del proyecto														

REALIZADO
PENDIENTE

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 23

2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto)

Rubro	Fuente		Total
	Prodemol	Practicante	
Nómina	6.000.000		6.000.000
EPS y ARL	781.800		781.800
Gasto transporte		281.250	281.250
Alimentación		1.000.000	1.000.000
Computador	900.000		900.000
Total	7.681.000	1.281.250	8.963.050

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 MARCO DE REFERENCIA

El tiempo de comercialización tiene dos efectos distintos en los negocios: primero, determina si un fabricante ingresará o no a un mercado extranjero en particular. Esta es una variable con dos posibles resultados: entrar o no entrar. En segundo lugar, el tiempo afecta el volumen de comercio una vez que se realiza una entrada al mercado. (Hummels, 2001) hizo la distinción entre estos dos efectos en un estudio cuidadoso y detallado de las importaciones estadounidenses. Encontró que un aumento en el tiempo de envío de un día reduce la probabilidad de que un país exporte manufacturas a EE. UU. en un 1,5%.

Presumiblemente, los retrasos debidos a otras causas, como los procedimientos administrativos relacionados con la exportación o la importación, los retrasos en el tramo nacional de la ruta de transporte, incluido el tiempo de espera para el envío y los retrasos relacionados con las pruebas y la certificación de las mercancías, tendrán el mismo efecto sobre

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 23

la probabilidad de exportar a un mercado en particular como lo tiene el tiempo de envío. Hay tres aspectos del tiempo que deben tenerse en cuenta cuando se habla de una barrera comercial:

- Lead time
- Just in time
- Variabilidad del tiempo

Just in time se refiere a una forma de organizar la producción en la que los inventarios entrantes y salientes se mantienen al mínimo y los insumos llegan a la fábrica en el punto donde ingresan al proceso de producción. Finalmente, la variabilidad del tiempo se mide por la variación (estadística) en el tiempo de entrega. Cuanto más variable sea el tiempo de entrega, más grandes reservas de estabilización se necesitarán. Por lo tanto, incluso si el tiempo de entrega promedio es bajo, una alta tasa de variabilidad puede hacer que un proveedor no sea competitivo y puede ser más perjudicial que tener tiempos de entrega largos, pero predecibles. (Enrico Pinali, 2006)

“Lead Time” es una expresión que se utiliza en logística con la finalidad de analizar el tiempo de rapidez en los diferentes procesos operativos de esta cadena, entre estos podemos encontrar los siguientes: abastecimiento, producción, almacén y distribución. Así mismo, refiere un ejemplo en el que se puede visualizar los procesos operativos de una empresa y como la sumatoria de tiempos de cada uno de estos nos da el lead time acumulado, estos son (Tejero, 2011):

- Aprovisionamiento de material
- Stocks material y componentes

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 23

- Tiempos de fabricación
- Producción acabada
- Tiempo de transporte al almacén central
- Stocks en almacén central
- Transporte al almacén periférico
- Stocks en almacén periférico
- Transporte al punto de venta

En el caso de las empresas de distribución, (Autun, 2013) lo define como “el periodo de tiempo entre la oportunidad en que el cliente coloca el pedido y el momento en el que lo recibe.” Igualmente, el autor menciona que este concepto está asociado a la gestión de inventarios, así como al servicio al cliente.

(JUÁREZ, 2015) señala que si se quiere aumentar la satisfacción al cliente se debe disminuir el lead time al máximo buscando ser más eficiente y lo que es más importante cumplir con el plazo ofrecido al cliente, además que el lead time es fundamental para medir la flexibilidad y la respuesta de la empresa lo que se traducirá en:

- Ventaja competitiva para la empresa, si el tiempo ofrecido por esta es menor a la de la competencia.
- Reducción del stock mínimo de productos terminados para atender la demanda de los clientes, ya que se podría producir los pedidos en un corto tiempo, causando impacto en la cuenta de resultados.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 10 de 23</p>

- Mejora continua y resolución de problemas, al reducir el lead time los problemas surgirán más pronto y el tiempo de respuesta a estos se reducirán.

Una vez definido lead time se puede definir el tiempo de espera de una orden (OLT) que se refiere según (Tejero, 2015) al parámetro particular de una cadena de logística. Se define como el tiempo que transcurre entre una orden colocada en el sistema hasta que el cliente desee que el material llegue a un lugar. La métrica es fundamental para todas las empresas ya que permite entender el comportamiento que sus clientes tienen para poner órdenes en su sistema, ayudándolos a diseñar modelos más rentables que cumplan con las necesidades reales de sus clientes

3.2 Desarrollo y logro de objetivos:

Matriz de seguimiento de pedidos, tanto importaciones marítimas, aéreas o courier como compras en plaza.

Esta matriz fue creada con el fin de llevar seguimiento de todas las órdenes de compra que se reciben en la organización, la finalidad de esta es realizar la gestión de pedidos, esta se inicia cuando un cliente realiza un pedido, y termina cuando recibe su paquete o servicio. Permite a las empresas coordinar todo el proceso de tramitación, desde la recogida de pedidos, el inventario y la visibilidad de la entrega hasta la disponibilidad de servicios. (IBM, s.f.)

Esta matriz permite realizar un seguimiento del proceso completo, y de esta forma darse cuenta que productos presentan retrasos casi en tiempo real, con el fin de tomar medidas preventivas o correctivas para buscar la satisfacción del cliente. Por ejemplo, si una orden de compra presenta el semáforo en verde, nos podemos dar cuenta que todos los procesos se están

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 23

realizando de la forma adecuada y de acuerdo a los tiempos establecidos, en cuanto el semáforo pasa a amarillo es momento de tomar aquellas medidas preventivas para hacer todo lo posible para que llegue sin los mayores retrasos, finalmente cuando se encuentra en rojo se pueden evaluar otros aspectos para indicar por que se presentaron las demoras, dichas causas pueden ser por parte del proveedor, porque la mercancía no estaba lista o no estaban correctos los documentos, así mismo pueden presentarse grandes retrasos por parte del cliente al tardar en la aprobación de documentos para poder continuar con el proceso.

La matriz fue creada con tres hojas de Excel donde se discriminan las importaciones bajo pedido, importaciones directas y compras realizadas en plaza:

Bajo Pedido: son aquellas importaciones donde el cliente realiza la orden de compra y nosotros nos encargamos de realizar todo el proceso de importación hasta entregar el producto en sus instalaciones. Dentro de esta matriz se estableció:

SEGUIMIENTO PEDIDOS														
Fecha orden de compra	Producto	N° orden de compra	Proveedor	Cliente	INCOTERM	EREAMARI	Cantidad	Fecha solicitada de entrega por cliente	Fecha estimada de entrega	Fecha real entrega al cliente	Total días	Días después de la	DÍAS TRANSCURRIDOS	SEMAFORO
16/09/2022	Hydroquinona	0706221	ESPEE PHARMA	BORATORIOS BUSI	BAJO PEDIDO (CIP AIR)		700KG	17/07/2022		3/09/2022	48	17		
29/04/2022	Hydroclorolizida	0105221	ESPEE PHARMA	CLOSTER PHARMA	BAJO PEDIDO (CIP AIR)		25KG	20/05/2022		5/09/2022	98	77		
27/07/2022	Hydroxocobalamina	0407221	NINGBO DISTANT	INCOBRA	BAJO PEDIDO (CIP AIR)		1KG	22/08/2022	24/08/2022	25/08/2022	35	3		
27/07/2022	Gluconato de calcio	0307221	NINGBO HONOR	INCOBRA	BAJO PEDIDO (CIP COURIER)	Aérea	25KG	22/08/2022	24/08/2022	9/09/2022	50	18		●
9/09/2022	Nacetil cisteina	0308221	BTP	BREMYMG	BAJO PEDIDO	Marítima	200KG		11/09/2022				55	●
9/09/2022	Nifuroxazida	0308221	BTP	BREMYMG	BAJO PEDIDO	Marítima	200KG		11/09/2022				55	●
27/07/2022	Fenilefrina	120221	UNICHEM	CLOSTER PHARMA	BAJO PEDIDO	Aérea	20KG	12/09/2022	10/09/2022				68	●
25/05/2022	Ibuprofeno	0705221	GLOBAL PHARMA	FARMASER	BAJO PEDIDO		600KG	2/09/2022	23/09/2022				131	●
25/05/2022	Metocarbamol	0705221	GLOBAL PHARMA	FARMASER	BAJO PEDIDO	Aérea	600KG	2/09/2022	23/09/2022				131	●
9/09/2022	Nitazoxanida	0408221	JAI RADHE	FARMASER	BAJO PEDIDO	Aérea	100KG		10/09/2022				55	●
9/09/2022	Salbutamol	0508221	SUPRIYA	FARMASER	BAJO PEDIDO	Aérea	5KG	22/09/2022	22/09/2022				55	●
27/07/2022	Piracetam	0606221	NORTHEAST	INCOBRA	BAJO PEDIDO (CIP BUENAV)	Marítima	600KG	2/09/2022					74	●
25/05/2022	Simeticona	0905221	ESPEE PHARMA	PROCAPS	BAJO PEDIDO	Aérea	3200KG	4/09/2022	20/09/2022				131	●
9/09/2022	Bupivacaina	0208221	SHKALLET	VERMONT PHARMA	BAJO PEDIDO	Aérea	1kg		26/09/2022				55	●
12/09/2022	Destrometorfano	0708221	JAI RADHE	LICOL	BAJO PEDIDO (CIP AIR)	Aérea	25KG		15/09/2022				52	●
17/09/2022	Acido fítico	0808221	HONOR	PHARMADEFM	BAJO PEDIDO (CIP COURIER)	Aérea	6KG	1/09/2022		8/09/2022	22	7		●
17/09/2022	Cloferinamina	0908221	SUPRIYA	LICOL	BAJO PEDIDO (CIP AIR)	Aérea	25KG		17/09/2022	23/09/2022	37			●

Fuente: Elaboración propia

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 12 de 23

- Fecha de orden de compra: la fecha en la que recibimos la orden de compra por parte del cliente.
- Producto: aquel solicitado por el cliente en la orden de compra
- Número orden de compra: es el consecutivo asignado para cada una de las órdenes recibidas.
- Proveedor: a quien se le realiza la compra del material solicitado.
- Cliente: quien realiza la orden de compra.
- Incoterm: el cual se determina con el proveedor al momento de hacer la compra.
- Vía aérea/marítima: de acuerdo a lo negociado con el proveedor y al respectivo Incoterm se determina si es aéreo o marítimo.
- Cantidad: Solicitada por el cliente
- Fecha solicitada de entrega por el cliente: al momento de recibir la orden de compra, el cliente determina la fecha en la que necesita que le entreguemos el producto y con esta fecha se empieza a trabajar para poder cumplir con lo solicitado y generar satisfacción al cliente.
- Fecha estimada de entrega: en algunas ocasiones la fecha solicitada por el cliente no es posible cumplirla, por lo tanto, se establece una fecha estimada más real y que sea viable para cumplir.
- Fecha real entrega al cliente: es aquella en la que el cliente recibe la mercancía en sus instalaciones.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 23

- **Total de días:** son los transcurridos desde la fecha de orden de compra hasta la fecha real de entrega al cliente, es decir, el total de día que tomó la operación para poder entregarle al cliente.
- **Días después de la fecha solicitada:** son los días que transcurren entre la fecha solicitada de entrega por el cliente y la fecha real de entrega.
- **Días transcurridos:** en esta casilla se indican los días que han transcurrido desde que se recibió la orden de compra hasta el día presente, los productos que tienen esta casilla vacía ya fueron entregados, por lo tanto, no necesitan seguir con el conteo al día presente.
- **Semáforo:** si la mercancía es aérea, el semáforo se creó de la siguiente manera, para los primeros 20 días el color es verde, puesto que se encuentra a tiempo, luego del día 21 el semáforo cambia a amarillo, como signo de alerta de que se están presentando retrasos y finalmente el rojo es cuando han transcurrido mas de 30 días y aún no se ha realizado la entrega al cliente.

Para las mercancías marítimas, si es menor a 40 días el color es verde puesto que está a tiempo, al día 41 cambia a color amarillo como signo de alerta y finalmente luego de 60 días se pone en rojo, lo que significa que estamos completamente retrasados con la entrega.

Importación directa: en esta modalidad el cliente está al tanto de cada uno de los pasos que realizamos, puesto que antes de aprobar cada documento al proveedor, el cliente es quien debe dar el último visto bueno, estas mercancías no son entregadas en las instalaciones como se hace en bajo pedido, en este caso nuestra responsabilidad termina cuando la mercancía llega al

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 14 de 23</p>

puerto o aeropuerto y es el cliente quien se encarga de nacionalizar y realizar el transporte nacional.

Las exportaciones directas se dan cuando una empresa vende bienes o servicios directamente a los clientes de otro país. Una importante ventaja de este tipo de exportación es que la empresa exportadora mantiene contacto directo con sus consumidores, y llega a conocer mejor sus necesidades, lo que genera nuevas oportunidades comerciales. Además, las exportaciones directas ofrecen a las empresas una mayor protección de sus marcas o patentes en caso de los productos innovadores, según el “Informe Sobre el Comercio Mundial 2016” (OMC, 2016)

En este tipo de exportación cabe recalcar que la ganancia es mayor y que puedes tener un sólido crecimiento empresarial. Pero, el empresario que decide tomar la exportación directa debe saber los canales de distribución más apropiada, lo cual según el Ministerio de Agricultura incluye estos canales de distribución (agentes, distribuidores, minoristas y venta directa a consumidores finales.

Agentes: Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MINAGRI, s.f.), el agente es un "tomador de órdenes de compra". Presenta las muestras, entrega de documentación, transmite las órdenes de compra, pero él mismo no compra mercadería. En general, el agente trabaja "a comisión", no asume la propiedad de los productos, no asume ninguna responsabilidad frente al comprador y posee la representación de diversas líneas de productos complementarios que no compiten entre ellos.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 23

Opera bajo un contrato a tiempo determinado, renovable según resultados, el cual debe definir territorio, términos de venta, método de compensación, causas y procedimientos de rescisión del contrato, etc. El agente puede operar con o sin exclusividad. Es siempre conveniente establecer claramente en el contrato con el agente si se le otorga autoridad legal o no, para representar y comprometer a la empresa.

Distribuidores: Según (OTERO, 2008) en la mayoría de los casos, el importador o distribuidor compra por su cuenta y el riesgo de los productos, por lo que para el exportador equivale a un cliente. En la localización del distribuidor se ha de poner un cuidado exquisito, tiene que conocer el producto y el mercado, prestar un buen servicio técnico, ganar dinero con su trabajo y mantener un contacto fluido con el exportador.

Minoristas: El exportador contacta directamente a los responsables de compras de dichas cadenas. Se puede apoyar este tipo de venta a través del envío de catálogos, folletos, etc. Se cuenta con nuevos métodos informáticos que facilitan llegar a un público más amplio, reduciendo, en cierta medida, los gastos originados por viajes y por el pago de 35 comisiones a intermediarios. No obstante, debe tenerse presente que el contacto personal con los potenciales clientes sigue siendo la herramienta más eficaz. (MINAGRI, s.f.)

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 16 de 23

Fecha orden de compra	Producto	N° orden de compra	Proveedor	Ciente	INCOTERM	VIA AEREA/MARITIMA	Cantidad	Fecha solicitada de entrega por cliente	Fecha estimada de entrega	Fecha real entrega al cliente	Total días	Días después de la fecha solicitada	DÍAS TRANSCURRIDOS	SEMÁFORO
17/06/2022	Vitamina E	6 8	BTP	PHARMADERM	CIF BUENAV		200KG	15/08/2022	12/08/2022	13/08/2022	57			
6/05/2022	Sildenafil	5 1	ESPEE PHARMA	QUIMIFOREN	CIF BUENAV		1000KG	6 SEMANAS	24/08/2022	16/08/2022	102	-8		
17/08/2022	Levetiracetam	8 1	ESPEE PHARMA	CLINICOS	CIP BY AIR BGT	Aérea	250KG	5/09/2022	17/09/2022				47	●
9/06/2022	Meloxicam	6 4	ESPEE PHARMA	ANGLOPHARMA	CIP BY AIR BGT	Aérea	45KG	8/07/2022	26/08/2022				116	●
8/06/2022	Diclofenaco dietilamonio	6 5	ESPEE PHARMA	BIOQUIFAR	CIP BY AIR BGT	Aérea	150KG		26/08/2022	6/09/2022	90			
8/06/2022	Meloxicam	6 5	ESPEE PHARMA	BIOQUIFAR	CIP BY AIR BGT	Aérea	75KG		26/08/2022	6/09/2022	90			
14/02/2022	Levetiracetam	3 4	ESPEE PHARMA	CLINICOS	CIF BUENAV	Marítima	375KG	JULIO	1/10/2022				231	●
22/04/2022	Clotrimazol	4 1	JAI RADHE	LABQUIFAR	CIF BUENAV	Marítima	2000KG		25/09/2022				164	●
22/04/2022	Fenilefrina	4 2	JAI RADHE	LABQUIFAR	CIF BUENAV	Marítima	2000KG		16/08/2022	5/09/2022	136			
17/06/2022	Levocetirizina	6 6	JAI RADHE	PHARMADERM	CIP COURIER	Aérea	2KG	17/07/2022	25/08/2022	7/09/2022	82			
21/07/2022	Acetaminofen	7 1	BTP	QUIMIFOREN	CIF BUENAV	Marítima	50000KG	AGOSTO	24/09/2022				74	●
8/09/2022	Darunavir	9 1	ESPEE PHARMA	CLINICOS	CIP BY AIR BGT	Aérea	280KG	30SEP // 140KG - 30 OCT					18	●
14/09/2022	DIFENOXILATO	9 2	MEDIGRAPH	LABQUIFAR	CIP BY AIR BGT	Aérea	8,70KG	10-12SEMANAS					12	●
16/09/2022	CODEINA	9 3	TEMAD	LABQUIFAR	CIP BY AIR BGT	Aérea	47,50KG	3-4 SEMANAS					10	●
26/09/2022	TRAMADOL	9 4	JAI RADHE	OPHALAC	CIP BY AIR BGT	Aérea	75KG	3-4 SEMANAS					0	●
19/09/2022	ACIDO TRANEXAMICO	9 5	SINOLITE	PHARMADERM	CIP BY AIR BGT	Aérea	50KG	18/10/2022					7	●
19/09/2022	Mupirocina	9 6	HONOR	PHARMADERM	CIP BY AIR BGT	Aérea	25KG	19/10/2022					7	●
19/09/2022	TERBINAFINA	9 7	HONOR	PHARMADERM	CIP BY AIR BGT	Aérea	25KG	19/10/2022					7	●
21/07/2022	Acetaminofen	11 1	BTP	QUIMIFOREN	CIF BUENAV	Marítima	50000KG	SEPTIEMBRE	25/09/2022				74	●

Fuente: Elaboración propia

En este caso el semáforo es exactamente igual al de Bajo Pedido, puesto que los tiempos que transcurren son similares, sin embargo están separadas ya que para el manejo organizacional es más fácil visualizar las diferentes importaciones de esta forma.

Plaza: son aquellas compras que se realizan a proveedores nacionales, a esta hoja no se le realizó semáforo puesto que los días entre fecha de orden de compra y la fecha real entrega al cliente no son más de 5 por ser compras nacionales, por lo tanto, se evidencia que no es necesario.

Fecha orden de compra	Producto	N° orden de compra	Proveedor	Ciente	INCOTERM	Cantidad	Fecha solicitada de entrega por cliente	Fecha estimada de entrega	Fecha real entrega al cliente	Total días	Días después de la fecha solicitada	DÍAS TRANSCURRIDOS	OBSERVACIONES
1/08/2022	Croscarmelosa	-	INVENTARIO	BALANCE PHARMA	NACIONAL	100KG			5/08/2022	4			
1/08/2022	Croscarmelosa	-	INVENTARIO	QUIMICA PATRIC	NACIONAL	125KG	1/08/2022		3/08/2022	2		2	
8/08/2022	Sacarina sodica	010822N	HEBEI YUNSHENG	SYNTOFARMA	NACIONAL	100KG	11/08/2022		10/08/2022	2		-1	
11/07/2022	Acido citrico	020722N	QUIMICOS ESPECIALES	LABORATORIOS LICOL	NACIONAL	150KG	1/08/2022		2/08/2022	22		1	
17/08/2022	Croscarmelosa	-	INVENTARIO	BIOQUIFAR	NACIONAL	2300KG	17/08/2022		18/08/2022	1		1	
24/08/2022	Mantol y Oxido	150822N	FACTORES	LABQUIFAR - BIOQUIFAR	NACIONAL	500 - 100 KG			29/08/2022	5			
22/04/2022	Acetulan	050422N	FEHRMANN	LICOL	NACIONAL	150KG		24/08/2022	2/09/2022	133		164	
1/08/2022	Croscarmelosa	-	INVENTARIO	ARMOFAR	NACIONAL	100KG	1/09/2022		1/09/2022	31			63
11/08/2022	Acido citrico	060822N	PRODUCTOS QUÍMICOS	LICOL	NACIONAL	150KG	1/10/2022						53
23/08/2022	Fenol Cristales	120822N	ADEQUIM	HIC	NACIONAL	9KG	5/09/2022		19/09/2022	27			41
24/08/2022	Diclofenaco Potasico	160822N	GLOBAL PHARMA	ARMOFAR	NACIONAL	25KG	15/09/2022		15/09/2022	22			40
2/09/2022	Croscarmelosa	-	INVENTARIO	COASPHARMA	NACIONAL	1350 KG	5/09/2022		8/09/2022	6			

Fuente: elaboración propia.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 17 de 23</p>

Análisis de los procesos de importación, utilizando el método Just in Time para mejorar el servicio al cliente

(Heizer, 2001) define que el sistema Just in time (JIT) es una filosofía de resolución continua y forzosa de problemas. Mediante el sistema Just in time, los suministros y los componentes se obtienen por la estrategia de tirar (“pull”) a través de un sistema para que lleguen donde se necesita cuando se necesitan. Cuando las unidades de mercancías no llegan justo cuando son necesarias, se crea un “problema”. Esto convierte al JIT en una excelente herramienta para ayudar a los directores de operaciones a producir valor añadido eliminando derroches y variabilidades no deseadas. Como en un sistema JIT no hay inventarios ni tiempo sobrante, se eliminan los costes asociados al inventario innecesario y se mejora el rendimiento. Por lo tanto, los beneficios del JIT son especialmente eficaces al respaldar estrategias de respuesta rápida y reducción de costes.

Este pretende que los clientes sean servidos justo en el momento preciso, exactamente en la cantidad requerida, con productos de máxima calidad y mediante un proceso de producción que utilice el mínimo inventario posible y que se encuentre libre de cualquier tipo de despilfarro o coste innecesario. Con ello se contribuye a aumentar la productividad global de la empresa y a mejorar el rendimiento sobre la inversión adecuada.

Como los proveedores, los clientes son importantes para las organizaciones por razones distintas al dinero que éstos proporcionan por los bienes y servicios. Los clientes pueden exigir precios menores, mayor calidad, especificaciones únicas para los productos, o un mejor servicio.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 23

(Rodas, 1999) en el libro titulado Cultura de servicio, se explica que el servicio como “todas las operaciones, beneficios que se ofrecen en venta o se proporcionan junto con la venta de productos”. Por esto, una manera muy fácil y clara de entender lo que realmente es servicio al cliente, es pensando siempre en hacer a los demás todo aquello que a nosotros nos gustaría que nos hicieran, es decir ponerse en el lugar del cliente.

Así mismo, (Jerome McCarthy, 2001) manifiesta que “el objetivo en el mercadeo, más que hacer una venta, consiste en establecer una relación con el cliente”. Debido a que el cliente demanda la satisfacción de sus necesidades y sus deseos aumentan, las compañías exitosas son aquellas que responden rápida y apropiadamente a dichas necesidades y deseos.

Para conocer que tan satisfactorio es el servicio al cliente, se pueden evaluar diferentes aspectos, tales como:

- Sistemas de quejas y sugerencias. La organización que gira en torno a los clientes facilita que éstos presenten sugerencias y quejas. Estos sistemas no solo sirven para que las empresas actúen con más rapidez para resolver problemas, sino que también les proporcionan muchas ideas buenas para mejorar los productos y los servicios.
- Encuestas de la satisfacción de los clientes. El solo hecho de tener sistemas de quejas y sugerencias quizá no ofrezca a la empresa un panorama completo de la satisfacción y la insatisfacción de los clientes, puesto que algunos clientes prefieren no quejarse y simplemente cambian de proveedor. Las empresas sensibles miden, de forma directa, la satisfacción de sus clientes por medio de encuestas aplicadas con regularidad.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 19 de 23</p>

- Análisis de clientes perdidos. Las empresas se deben poner en contacto con clientes que han dejado de comprar o que han optado por la competencia, para averiguar qué pasó.

En la empresa Moléculas Farmacéuticas se ha evidenciado que el mejor método para realizar las importaciones aéreas es a través de descargue directo puesto que este permite nacionalizar las mercancías sin necesidad de trasladarla a un depósito, por lo tanto los costos se ven disminuidos y así mismo se puede ofrecer un mejor precio al cliente.

Sin embargo dentro de este se evidencia un gran riesgo puesto que en ocasiones los registros de importación no se encuentran aprobados, los documentos originales no han sido enviados por el proveedor lo que ocasiona que la mercancía no pueda ser nacionalizada y tenga que entrar a bodega, lo cual genera sobre costos que no se habían tenido en cuenta dentro de la preliquidación.

Con la matriz es posible evidenciar cuando fue despachada la mercancía de origen y al momento de hacer el rastreo se identifica cuando tiene estimado de arribo con el fin de prepararse y tener todos los documentos solicitados en el momento en que llega la mercancía al aeropuerto y poder nacionalizar sin pagar bodegajes, lo cual ayuda a cumplir con la fecha de entrega informada al cliente y así mismo poder tener precios competitivos en el mercado.

Adicionalmente, por medio de la matriz se recopila información sobre cuales productos fueron entregados durante el mes, cuantos días se demoraron en ser entregados, es decir el lead time de la operación, cabe resaltar que esta información es clasificada según la modalidad, ya sea importación marítima, aérea y así mismo se clasifica por modalidad, bajo pedido, importación directa o compras en plaza, con el fin de tener más claridad en la información. Esto ha permitido

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 20 de 23</p>

conocer cuál es el promedio en los tiempos de entrega de las diferentes importaciones y así se le puede dar un estimado de días más exacto al cliente, lo cual le permite a la organización cumplir con los tiempos de entrega establecidos desde el principio de la negociación, impactando finalmente en la satisfacción al cliente.

4. CONCLUSIONES.

En la actualidad las organizaciones desean sus productos en el momento y con la cantidad exacta, buscando siempre la mayor calidad posible, precios competitivos y los menores tiempos de entrega. El tiempo de entrega juega un papel importante para el sector farmacéutico, puesto que las materias primas necesitan ser procesadas para crear los medicamentos y esto implica contratar personal, por lo tanto, si la materia prima no llega a tiempo, la empresa no puede producir, lo que conlleva a sobre costos que no se tenían previstos y pérdidas para la empresa, por lo que cumplir los tiempos establecidos es vital para toda organización.

En un principio los tiempos de entrega promedio de cada una de las modalidades no se conocían dentro de Moléculas Farmacéuticas S.A.S, por lo tanto, esta matriz aportó a la organización el conocimiento de cada uno de los tiempos de entrega desde que se recibe la orden de compra hasta que el producto es entregado en las instalaciones del cliente. Además, al tener una buena planificación, se pueden tomar decisiones con anticipación para lograr lo que se busca, que en este caso es entregar el producto a tiempo al cliente.

Sin embargo, garantizar los tiempos de entrega se convierte en algo complejo, puesto que muchas veces los retrasos se presentan por parte de los proveedores y por más que se intente no es posible entregar el producto a tiempo.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 21 de 23</p>

Con respecto al objetivo 2, para lograr una mayor satisfacción al cliente, es necesario contar con más tiempo de análisis, donde se evidencien cuáles son los proveedores que más causan retrasos y desde allí tomar decisiones respecto al tema que permitan reducir esos tiempos de entrega o aquellas demoras presentadas. Por esta razón, considero importante aclarar que dicho objetivo no fue posible cumplirlo a cabalidad.

5. RECOMENDACIONES.

La matriz creada podría ser ajustada para lograr obtener la información de forma más precisa y así realizar un seguimiento mucho más efectivo a cada uno de los pedidos con el fin de poder tomar decisiones correctivas a tiempo, puesto que la matriz actual no cuenta con toda la información suficiente. Incluso podría crearse una matriz en otra aplicación como Power BI donde se puede ir nutriendo de información constantemente de forma más automatizada con el fin de eliminar tiempos innecesarios llenando la matriz de forma manual.

También, al ser evidente que muchas de las demoras son causadas por parte del proveedor, sería beneficioso para la empresa realizar un análisis más a fondo de los tiempos de entrega por parte del proveedor, cuál es el porcentaje de cumplimiento de estos y en base a esto tomar decisiones para saber si es un proveedor con quien se puede seguir trabajando o intentar buscar nuevos proveedores que tengan mejores beneficios para la empresa.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 22 de 23

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Autun, J. P. (2013). Distribución Urbana de Mercancías, Estrategias con Centros Logísticos. México: Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo.

Enrico Pinali, H. N. (2006). Logistics and Time as a Trade Barrier. Paris: OECD Trade Policy Papers. Obtenido de https://read.oecd-ilibrary.org/trade/logistics-and-time-as-a-trade-barrier_664220308873#page1

Heizer, J. (2001). Dirección de la Producción. Madrid: Prentice Hall. Obtenido de <https://s39fbb900fa1cbc52.jimcontent.com/download/version/1519071965/module/14098467830/name/2.%20Direcci%C3%B3n%20de%20la%20producci%C3%B3n%20y%20de%20operaciones%20%20Edici%C3%B3n%20-%20Jay%20Heizer-.pdf>

Hummels, D. (2001). Time as a trade barrier. Purdue University. Obtenido de <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=ciberwp>

IBM. (s.f.). ¿Qué es la gestión de pedidos? Obtenido de <https://www.ibm.com/co-es/topics/order-management>

Jerome McCarthy, W. D. (2001). Marketing Un enfoque Global. México: MCGraw-Hill.

JUÁREZ, M. D. (2015). Optimización de la cadena logística. Madrid: Ediciones Parainfo.

MINAGRI. (s.f.). Formas de Exportación. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoeexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

OMC. (2016). Informe Sobre El Comercio Mundial 206.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 23 de 23

OTERO, M. A. (2008). Internacionalización: Cómo iniciar la expansión de su empresa en el mercado internacional. España: Netbiblo.

Rodas, L. (1999). Cultura de servicio. “Análisis de un caso basado en dos categorías de producto” . Guatemala: Universidad Francisco Marroquín.

Tejero, J. A. (2011). Logística Integral. La gestión operativa de la empresa. Madrid: ESIC Editorial.

Tejero, J. A. (2015). Logística integral: La gestión operativa de la empresa. Madrid: ESIC Editorial.

Firma del estudiante: *Natalia Gutierrez C*

Firma del asesor: *Juan Esteban Moreno Hernandez.*

Firma del jefe en el Centro de Práctica: *Santiago Castaño*

