

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS COMERCIALES

Plan de práctica Alimentos Cárnicos S.A.S

Elaborado por:

YENNY ALEXANDRA GIRALDO ROJAS

Asesor: GUILLERMO LEÓN VASQUEZ ZAPATA

Cooperador: LIA AIRAMARU VISSO MARRERO

Tecnología en Gestión Comercial

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad Ciencias Administrativas y económicas

Medellín

2023

RESUMEN

Este trabajo se enfoca en el estudio del entorno comercial de la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S. El objetivo principal ha sido analizar las estrategias, herramientas y recursos empleados en esta área y como se pueden implementar o mejorar procesos que ya se usan en las operaciones, esto con el fin de adaptarse a las exigencias y expectativas del mercado donde la globalización y la alta competitividad imponen desafíos significativos a las empresas. Para las ventas de temporada navideña se evidencio que las operaciones de toma y registro de pedidos se da de forma manual ocasionando reprocesos, mayor inversión en tiempo y personal, por lo cual se deben tecnificar los procesos por medio de una plataforma especializada que permita reducir el margen de error y dar respuesta oportuna a los requerimientos del canal. En la actualidad las empresas se enfrentan a grandes cambios por lo cual es fundamental mantenerse atento a las demandas y las expectativas del mercado, esto implica aprovechar las últimas técnicas, herramientas y recursos tecnológicos disponibles, ya que son esenciales para garantizar el éxito de las empresas. Este trabajo pretende ofrecer una visión integral del área comercial, abordando desde la comprensión de las dinámicas del mercado hasta la implementación efectiva de nuevas estrategias innovadoras, proporcionando una guía valiosa para que la empresa logre no solo sobrevivir, sino también destacar en un entorno comercial desafiante y en constante evolución.

Palabras claves: Tecnología, procesos, recursos, automatización, ventaja competitiva, inversión.

ABSTRACT

This work focuses on the study of the commercial environment of the company Alimentos Cárnicos S.A.S. The main objective has been to analyze the strategies, tools and resources used in this area and how to implement or improve processes already used in operations, in order to adapt to the demands and expectations of the market where globalization and high competitiveness impose significant challenges to companies. For the Christmas season sales, it was found that the order taking and registration operations are done manually, causing reprocesses, greater investment in time and personnel, which is why the processes must be technified by means of a specialized platform that allows reducing the margin of error and giving timely response to the requirements of the channel. Nowadays, companies are facing major changes, so it is essential to keep abreast of market demands and expectations, which implies taking advantage of the latest techniques, tools and technological resources available, as they are essential to ensure the success of companies. This work aims to offer a comprehensive view of the commercial area, from the understanding of market dynamics to the effective implementation of new innovative strategies, providing a valuable guide for the company to not only survive, but also to stand out in a challenging and constantly evolving business environment.

Key words: Technology, processes, resources, automation, competitive advantage, investment. (Deepl, 2023) (Deepl, 2023)

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA

Nutresa o también conocida como el Grupo Empresarial Antioqueño (JEA) es una compañía que está compuesta de las principales empresas de Colombia, destaca entre las actividades fundamentales a las que se dedica, como lo son el sector de alimentos, comercial, de servicios y financiero, una de las partes más representativas es Alimentos Cárnicos S.A.S que se encarga de los procesos comerciales y administrativos de unas de las marcas más tradicionales en Latinoamérica, como lo son: Zenú, Pietran, Ranchera, Rica, entre otras. El negocio cárnico produce, comercializa y cuenta con una amplia carta de productos como: carnes frías, embutidos, pasabocas, snacks, ensaladas, enlatados, platos listos, especialidades, carnes preparadas y de más.

Esta empresa cuenta con nueve plantas de producción donde se crean los productos de las marcas más importantes y reconocidas a nivel nacional e internacional, esta compañía logró posicionarse como una organización ejemplar que integra múltiples empresas y marcas que permiten el abastecimiento necesario para el desarrollo de los productos que se encuentran en el mercado. La compañía continúa con su fortalecimiento tecnológico y expansión lo que le permite ampliar su portafolio y entregar variedad de opciones al consumidor, garantizando la calidad de los productos que están certificados con la norma ISO 9002 “que evalúa todos los recursos humanos, técnicos y los procedimientos administrativos, que garantizan la operación continua y efectiva del sistema de calidad en una empresa”. El tiempo (1997).

Las cosas que más caracterizan a esta compañía son:

Su cultura corporativa, los valores, buenas prácticas y comportamientos permiten una comunicación abierta y positiva entre todas las partes, así mismo la forma como los colaboradores interactúan entre sí y el trato respetuoso que generan un ambiente laboral ameno.

Esta empresa fomenta el continuo desarrollo personal y profesional. Premia la creatividad y el esfuerzo de los cooperadores con recompensas tangibles y programas de reconocimiento, además promueven el bienestar físico y mental a través de programas de salud, recursos y

convenios de apoyo, ofrecen comodidades y beneficios, como áreas de recreación, alimentación, transporte y otros incentivos.

La responsabilidad social, pues consideran el alto impacto que tienen en la sociedad y el medio ambiente, por lo cual implementan prácticas éticas y sostenibles. Cuentan con un compromiso en cuanto al bienestar animal que garantiza el trato ético de los animales en todas sus fases de vida. Como se evidencia en su página web la empresa de alimentos cárnicos afirma que para “2027 el 100% de la producción propia de cerdas en gestación se encontrará libre de jaulas, proporcionando un ambiente apropiado para su normal comportamiento, con espacio suficiente e instalaciones adecuadas”.

Se busca que los animales sean tratados con respeto, consideración, poder reducir el estrés y sufrimiento, cumplir con las normativas que permitan mantener su salud y bienestar, incluyendo prevención y tratamiento de enfermedades, para lograr superar los estándares y promover la importancia de las buenas prácticas en este campo.

Constante dedicación a la mejora y el cumplimiento de la calidad para garantizar al público que los productos y procesos son seguros y confiables para el consumo. La empresa lleva a cabo un evento que se llama “Feria de la inocuidad” En la cual capacitan de forma creativa y dinámica a los colaboradores sobre posibles riesgos y peligros que se pueden dar en los procesos y que medidas preventivas o correctivas se deben implementar, así mismo la importancia de prácticas de higiene rigurosas y seguras que se deben tener en cuenta para la producción, manipulación y almacenamiento de los alimentos.

Esta empresa lleva un control estricto con unos parámetros específicos que debe cumplir cada persona de la planta, para así asegurar que los alimentos estén libres de contaminantes, patógenos o sustancias peligrosas, con el fin de poder prevenir enfermedades y mantener la confianza de los consumidores.

a. Actividades asignadas

Investigación de mercados:

“La investigación de mercados es un proceso sistemático para obtener la

Información que va a servir al administrador a tomar decisiones para señalar planes y objetivos”. Fischer y Navarro (1991). Esto permite identificar clientes potenciales, contactarlos a través de correo electrónico, llamadas telefónicas, reuniones virtuales o físicas en donde se busca despertar el interés de las empresas planteándoles los diferentes beneficios a obtener con el convenio.

Apoyo general al área comercial:

Realizar funciones como: Visitar empresas para realizar toma de pedidos, actualizar los datos de los clientes en el sistema, estar en constante comunicación con ellos por medio de llamadas y correos con el fin de hacer un seguimiento a las novedades que se puedan presentar como: correcciones, cambios y confirmaciones de los pedido, así mismo ayudar al equipo de ventas con tareas administrativas, como la gestión de inventarios, la facturación, crear contenido digital y generar consolidados donde se evidencie el total en unidades y valores de los pedidos separados por empresa según se vaya requiriendo.

Registro y facturación de pedidos:

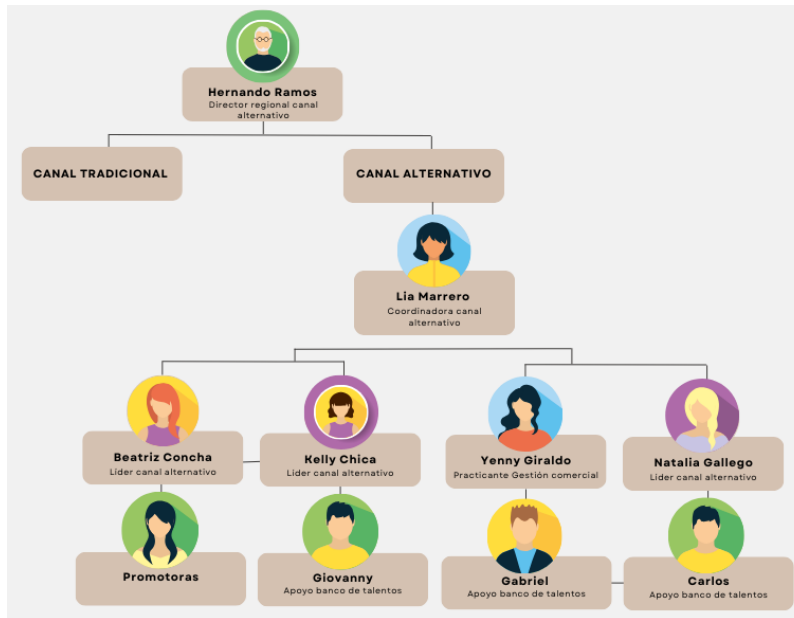
“Una factura es un documento mercantil con el cual se valida la actividad de compra o venta de un servicio o de un bien”. (Enciclopedia Económica, 2021). Teniendo en cuenta lo anterior en este apartado lo que se hace es relacionar en una base de datos las facturas generadas a los clientes para documentar y llevar un registro de las transacciones que se dan por venta de temporada. En esta actividad también se revisa que los registros de facturación no tengan errores y así asegurar que todos los cálculos sean precisos.

Actualizaciones diarias:

Plasmar información detallada sobre los pedidos realizados en cada empresa que se visita, esto con el fin de llevar un control del inventario, el objetivo principal de esta operación es garantizar que la empresa tenga disponibilidad de productos en el momento adecuado y disminuir las pérdidas a futuro. Esto es importante para evitar problemas como: Perder ventas por falta de inventario, tener exceso de stock, ofrecer productos que ya están agotados. Además, permite evidenciar en tiempo real el presupuesto de ventas y tener un control de los movimientos como reserva de unidades y disponibilidad.

b. Equipo de trabajo

El área comercial cuenta con un canal alterno que solo se habilita en el segundo semestre del año, para la venta de productos especiales de temporada, estas operaciones las realiza un equipo compuesto por:



Fuente: Elaboración propia.

Jefe del canal regional: Supervisar, planificar y administrar las operaciones. (Cada mes se hace una reunión con el equipo primario para revisar avances, monitorear y analizar los diferentes indicadores.

Coordinador: Diseña y ejecuta estrategias para alcanzar objetivos de ventas y crecimiento en la región, se encarga de generar informes del alcance, las proyecciones y la rotación del inventario, así mismo de gestionar y alinear al equipo para que se realicen correctamente todas las operaciones.

Líderes: El equipo cuenta con dos líderes, uno se encarga del trabajo de campo como visitar las empresas y crear la relación comercial y el otro se ocupa del trabajo administrativo, la gestión de la información, registro de los datos de las negociaciones y el control de los ruterros de los promotores.

Promotoras: luego de que el líder hace la negociación y se llevan a cabo los acuerdos según las necesidades de cada empresa, se pactan visitas las cuales se distribuyen entre las 9 promotoras quienes deben ir a cada empresa a realizar la toma de pedidos según especificaciones previamente planteadas.

Practicantes: Buscar el vínculo con las empresas, generar material digital de apoyo, registrar y validar datos en la matriz, realizar el seguimiento de las negociaciones, pagos, entregas. Integrar y relacionar toda la información de las ventas, gestión de los clientes.

2. PLANEACIÓN

Actividades por desarrollar en la práctica.

Actividad	Objetivo, propósito o necesidad a la cual responde la actividad	Recursos físicos y humanos necesarios para el cumplimiento de la actividad
Investigación comercial	Identificar mercado objetivo, oportunidades de crecimiento, mejora. Contextualización de negociaciones pasadas. Recopilación de datos.	Registros de datos en la matriz usada en temporadas pasadas, data con información de clientes potenciales. Base de datos pública de la cámara de comercio. Practicantes y líder canal alternativo.
Relación y control de facturas	Alimentar la matriz de registro con los pedidos que se van separando.	Matriz regional para el registro de pedidos. SAP un software de visualización, análisis y creación de datos.

	<p>Garantizar que las facturas se registren correctamente y que las unidades y valores totales coincidan</p> <p>Almacenamiento oportuno de los soportes de cada pedido que ingresa.</p>	<p>Facturas y hojas de respuestas formulario Google.</p> <p>Promotoras y practicantes.</p> <p>Conexión a internet y computador.</p>
Gestión de información	<p>Análisis manual que implica revisar los datos en busca de errores de entrada. (Como de digitalización, interpretación, toma o ingreso de pedidos). Se busca, validar y corregir el contenido de la data principal y que la información sea lo más confiable y precisa posible.</p>	<p>Matriz regional registro de pedidos.</p> <p>Software SAP,</p> <p>Carpetas digitales en Drive con bases de datos.</p> <p>Facturas y hojas de respuestas formulario Google.</p> <p>Conexión a internet y computador.</p> <p>Todo esto se usa como herramientas de consulta y observación.</p>
Seguimiento a los clientes	<p>Mantener contacto directo con los clientes potenciales, comprender sus necesidades y</p>	<p>Correo electrónico, Llamadas, WhatsApp, Matriz regional registro de pedidos, teléfono y computador con conexión a internet.</p>

	<p>responder sus preguntas.</p> <p>Confirmar pedidos, realizar cambios.</p> <p>Identificar objeciones y abordarlas de manera eficaz y a tiempo.</p>	
--	---	--

3. RESULTADOS

En esta sección se hace una descripción concisa de las principales actividades asignadas dentro del periodo de prácticas, dando como resultado los aportes más relevantes que se hicieron en cada una de ellas, esto con el objetivo de ofrecer mejoras, brindar observaciones o sugerencias en cuanto a los procesos que se realizan en el canal alternativo.

En primera instancia encontramos la actividad de relación de todos los pedidos, donde se debe ingresar la información tanto de los pedidos como de los clientes a una matriz que permite tener el control de lo que se va separando. Dentro del proceso de recepción de pedidos se evidencio un desorden y margen de error en cuanto a la información de los pedidos que enviaban los clientes por correo, por lo cual se buscó implementar una herramienta que mitigara estas falencias, como se explica en la tabla la de resultados.

Por otro lado, en el apartado de registro y verificación de los datos se expone la importancia de estos procesos que son esenciales para el canal alternativo pues, permiten tener toda la información al día y corregir las novedades antes de iniciar las entregas en la temporada navideña y así lograr cumplir con los indicadores presupuestados.

En cuanto a las facturas son soportes que se deben conservar y resguardar de forma correcta, pues estas son documentos legales en donde se registran las transacciones comerciales y son de gran ayuda cuando se trata de temas de consulta, fiscales, contables o de auditoría. El

proceso de gestión de facturas consta de los siguientes pasos: Recepción, clasificación y almacenamiento.

Actividad realizada	Logros significativos	Aspectos de mejora, sugerencias o recomendaciones (si aplica)
Recepción de facturas en formato físico o en línea.	<p>Diseño de plantilla digital para registro de pedidos.</p> <p>Estandarizar el proceso de toma de pedidos virtuales.</p> <p>Dar un orden específico a los pedidos que se envían por correo.</p> <p>Gracias a esto se facilita la actividad de trasladar los pedidos a la matriz de registro.</p>	<p>Implementar un software de facturación que permita agilizar el proceso de facturación.</p> <p>Plataformas de facturación en línea permiten a las empresas crear y enviar pedidos de forma rápida y sencilla, evitando el reproceso.</p>
Registro y verificación de datos	<p>Identificar inconsistencia, duplicados, faltantes o valores atípicos que puedan ser indicativos de inconsistencias.</p> <p>Minimizar errores en los pedidos gracias al seguimiento oportuno.</p> <p>Solucionar situaciones a tiempo.</p>	<p>Hacer uso de herramientas especializadas para facilitar estos procesos y garantizar la calidad de los datos.</p> <p>Automatizar la operación para reducir los errores.</p>

	Atención al detalle y registro minucioso.	Procesos claros y concisos.
Almacenamiento de la factura	Registro organizado de todas las facturas, ya sea en formato físico o electrónico. Esto facilita la auditoría y el acceso rápido a la información en el futuro.	Hacer uso de un sistema de gestión de documentos electrónicos y archivadores para facturas físicas.

4. CONCLUSIONES

La práctica interinstitucional es una experiencia enriquecedora y gratificante que le facilita al aprendiz adquirir conocimientos y destrezas relevantes para su futuro profesional. Es una oportunidad para aplicar saberes obtenidos en la universidad en un entorno real, así mismo potencializar y desarrollar nuevas habilidades, todo esto le permite conocer y aprender sobre el funcionamiento de una empresa y todo el trasfondo que implica cada una de las operaciones comerciales y de producción.

Esta compañía es una de las empresas más relevantes en Colombia, el área de producción cuenta con la tecnología necesaria para cubrir la demanda sin reducir los estándares de calidad, por eso la inmersión de nueva tecnología se debe extender a través de todas las áreas para mantenerse competitivos en el medio y ser líderes del mercado a través del tiempo.

En cuanto a el canal de ventas de temporada navideña se evidencio que este cuenta con un rango de tiempo limitado, pues restringe el periodo de actividad de las ventas de estos productos, por lo cual se recomienda expandir el alcance del canal para otras fechas especiales que se dan a lo largo del año.

Por otro lado, al ser un canal que abarca tanta información, los procesos manuales reducen la eficiencia de las actividades, al ser tareas muy repetitivas se ralentizan las operaciones y

se aumentan los errores, por lo cual se hace un llamado a una inversión en tecnología para la automatización que permita mejorar el rendimiento del canal.

Se debe implementar un software que se encuentre dentro del presupuesto de la empresa, para gestionar los pedidos desde la recepción hasta el cierre de las ventas, que permita la creación de pedidos, control de inventario, procesamiento de pagos y seguimiento de pedidos de forma más fácil y ágil desde una sola plataforma, para evitar la pérdida de información.

5. REFERENCIAS

- Enciclopedia Económica. (2021). *Inicio/contabilidad*. (D. Frederick, Productor) Recuperado el 09 de septiembre de 2023, de Factura: <https://enciclopediaeconomica.com/factura/>
- Grupo empresarial Nutresa. Alimentos cárnicos- Historia. Recuperado 07 de abril de 2021, de Nuestra Historia : <https://gruponutresa.com/negocios/grupos-de-alimentos-y-negocios-carnicos/>
- Prieto Herrera, J. (2013). Investigación de mercados. Ecoe Ediciones. <https://www-digitaliapublishing-com.tdea.basesdedatosezproxy.com/a/29983>
- Redacción El tiempo. (1997, 16 septiembre). QUÉ ES LA CERTIFICACIÓN ISO 9002. El tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-649390>
- Sánchez Lombardía, E. (2017). Análisis y gestión de los instrumentos de cobro y pago: UF0339. Madrid, Spain: Editorial CEP, S.L. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/tdea/titulos/51166>.
- DeepL. (2023). *Traslator*. Obtenido de Ingles Español: <https://www.deepl.com/es/translator>