

**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO
DE ENTREGA DE MEDICAMENTOS E INSUMOS EN EL DEPARTAMENTO DE
MERCADERO DE LA COMERCIALIZADORA MULTIDROGAS DE COLOMBIA
S.A.S**

LUISA FERNANDA CHAVEZ POLO



**FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
DEPARTAMENTO SALUD PÚBLICA
ADMINISTRACIÓN EN SALUD
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
MONTERÍA, CÓRDOBA
2022**

**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO
LA ENTREGA DE MEDICAMENTOS E INSUMOS EN EL DEPARTAMENTO DE
MERCADERO DE LA COMERCIALIZADORA MULTIDROGAS DE COLOMBIA
S.A.S**

**Trabajo de práctica empresarial para optar el título profesional de
Administrador en Salud**

**Director: Cristian Alberto López Bernal, Bacteriólogo, Mg.SP, Esp. Gcia
Adtva S.**



**FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
DEPARTAMENTO SALUD PÚBLICA
ADMINISTRACIÓN EN SALUD
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
MONTERÍA, CÓRDOBA
2022**

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Montería, 05 de Marzo de 2022

DEDICATORIA

En primer lugar le dedico esto a Dios, por permitirme vivir cada instante de mi vida, a mis padres Enilda Polo y Luis Adolfo Chavez, por siempre apoyarme en mi carrera universitaria, a la Comercializadora MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S, por brindarme la oportunidad de aplicar los conocimientos aprendidos en su entidad, el tiempo dedicado y las instrucciones recibidas por cada uno de mis compañeros y directivos.

También, quiero dedicar esto, a la Universidad de Córdoba por su compromiso con la educación, a mi profesor y tutor docente Cristian López, por su gran vocación, miles de conocimientos inculcados, y un buen aprecio y admiración en ámbito profesional y personal y a mi grupo de estudio que con el pasar del tiempo se convirtieron en buenos amigos y a todas las personas que de una o u otra forma aportaron un granito de arena para obtener este título.

CONTENIDO	Pág.
LISTA DE FIGURAS.....	7
LISTA DE ANEXOS.....	8
GLOSARIO.....	9
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCION.....	13
1. OBJETIVOS.....	14
1.1 GENERAL.....	14
1.2 ESPECÍFICOS.....	14
2. CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA ENTIDAD.....	15
2.1 NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN.....	15
2.2 MISIÓN.....	17
2.3 VISIÓN.....	17
2.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	18
2.5 VALORES ESTRATÉGICOS.....	18
2.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	19
2.6.1. ORGANIGRAMA.....	19
2.6.2 MAPA DE PROCESOS.....	20
2.7 ACTIVIDADES DE LA ENTIDAD.....	20
3. CAPITULO II: DESCRIPCION DE LA DEPENDENCIA.....	22
3.1 ORGANIGRAMA.....	22
3.2 FUNCIONES.....	23
4. CAPITULO III: ACTIVIDADES REALIZADAS.....	24
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	24
4.2 PLAN DE TRABAJO.....	24
4.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	25
4.4 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES.....	25

4.4.1 Etapa 1.....	25
4.4.2 Etapa 2.....	25
4.4.3 Etapa 3.....	25
4.4.4 Etapa 4.....	26
5 MARCO REFERENCIAL.....	27
51 MARCO TEÓRICO.....	27
5.1.1 La Calidad.....	27
5.2 MARCO CONCEPTUAL.....	28
5.3 MARCO LEGAL.....	28
5.3.1 Ley 100 d 1993.....	29
5.3.2 Ley 1438 de 2011.....	29
5.3.3 Ley 1753 de 2015.....	29
5.3.4 Ley 1751 de 2015.....	31
5.3.5 Ley 1258 de 2008.....	31
5.3.6 Ley 222 de 1995.....	31
6. RESULTADOS O LOGROS	33
7. CONCLUSIONES.....	35
8. PROPUESTA.....	36
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	37
ANEXO.....	38

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Comercializadora Multidrogas de Colombia S.A.S.....	15
Figura 2. Organigrama general Multidrogas de Colombia S.A.S.....	19
Figura 3. Mapa de procesos de Multidrogas de Colombia S.A.S.....	20
Figura 4: Organigrama del Área de Mercadeo de CM.....	22

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Matriz DOFA.....	38
Anexo 2. Lista de chequeo.....	40
Anexo 3: Base de datos Clientes.....	41
Anexo 4 : Programa de seguimiento de pedidos.....	41
Anexo 5: ADG.....	42
Anexo 6: Excel de seguimiento y proceso de la entrega de insumos.....	42
Anexo 7: Encuestas realizadas.....	43
Anexo 8: Aplicación de llamadas BRIA.....	45

GLOSARIO

CALIDAD: Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie.

ESTANDARES DE CALIDAD: Estándar de calidad es el que reúne los requisitos mínimos en busca de la excelencia dentro de una organización institucional.

HERRAMIENTAS: Conjunto de instrumentos que se utilizan para desempeñar un oficio o un trabajo determinado.

PLAN DE MEJORA: Un plan de mejora es como el conjunto de acciones programadas para conseguir un incremento en la calidad y el rendimiento de los resultados de una organización. ... A su vez, los planes de mejora pueden ser proactivos.

PRODUCTOS: Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

MERCADEO: Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía del productor al consumidor. El producto diseñado debe contar con la aprobación del especialista en mercadeo.

MEJORAMIENTO: Es un vocablo se refiere como la acción y resultado de mejorar o mejorarse, en hacer que una cosa puede perfeccionar o que se mejor que otro, en acrecentar, incrementar o aumentar, en hacer recobrar la salud perdida, restablecerse y también del tiempo favorable.

CLIENTES: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente

PROVEEDORES: [empresa] Que se dedica a proveer o abastecer de productos necesarios a una persona o empresa.

RESUMEN

La práctica empresarial realizada en la Comercializadora de Multidrogas S.A.S de la ciudad de Montería, en el semestre 2021-2, se desarrolló en modalidad de apoyo en el departamento de mercadeo con el fin de contribuir con una mejora continua para la prestación de servicios con calidad. Este trabajo pretende analizar las necesidades de la empresa para así llevar a cabo una implementación del plan de mejora. Logrando esto a partir de la Mediante la matriz DOFA como método de análisis empresarial. Teniendo en cuenta, que se llevó a cabo varias encuestas de fidelización tanto a proveedores como a clientes en los cuales se pudo identificar la matriz mencionada y así dar un plan de mejora para el área.

PALABRAS CLAVES: Mercadeo, DOFA, Calidad, Proveedor, Servicios, Clientes

ABSTRACT

The business practice carried out in the Comercializadora de Multidrogas SAS of the city of Monteria, in the semester 2021-2, was developed in a support modality in the marketing department in order to contribute to continuous improvement for the provision of quality services. This work aims to analyze the needs of the company in order to carry out an implementation of the improvement plan. Achieving this from the Using the DOFA matrix as a method of business analysis. Bearing in mind that several loyalty surveys were carried out on both suppliers and customers in which the aforementioned matrix could be identified and thus provide an improvement plan for the area.

KEY WORDS: Marketing, DOFA, Quality, Provider, Services, Customers

INTRODUCCIÓN

El presente informe final, pertenece a la práctica institucional y empresarial como opción de grado para obtener el título de administrador de salud, el cual consta de un plan de mejora continua en el departamento de mercadeo de la comercializadora MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S

Multidrogas de Colombia es una empresa comercializadora de productos del mercado farmacéutico, comprometidos con la satisfacción integral de las necesidades de los clientes y proveedores. Cuentan con un talento humano altamente competente, con quienes se fomenta la cultura de innovación y creatividad, garantizando estándares de calidad y realizando constantes desarrollos en todos los procesos de la organización, los cuales generan una productiva operación y propenden por el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

Por lo cual, y en virtud se procede con el diseño del plan de optimización mediante la identificación de Debilidades, fortalezas, oportunidades y Amenazas (Herramienta DOFA). El Plan de Mejoramiento es un conjunto de acciones sistemáticas que propende por el mejoramiento permanente de la gestión y los procesos de la entidad, el cual se construye a partir de las fortalezas y debilidades encontradas en el proceso de evaluación DOFA realizado.

1. OBJETIVOS

1.1 GENERAL:

Optimizar la entrega de medicamentos e insumos en el departamento de mercadeo por parte de la comercializadora MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S en la ciudad de Montería

1.2 ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico y análisis empresarial del departamento de mercadeo de la comercializadora Multidrogas de Colombia S.A.S
- Identificar el grado de satisfacción de la entrega de medicamentos e insumos de la Comercializadora por medio de encuestas.
- Analizar las herramientas para la entrega de Medicamentos e insumos con el fin de validar el cumplimiento de los tiempos de entrega.
- Establecer estrategias de mejoramiento continuo que brinden soluciones a las falencias encontradas en el proceso de entrega de medicamentos e insumos en Multidrogas

2. DESCRIPCION DE LA ENTIDAD

2.1 NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

COMERCIALIZADORA MIULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S

Figura 1.

Comercializadora MULTIDROGAS S.A.S 2022



Nota: La figura muestra la empresa Multidrogas ubicada en la calle 29 #8-69 Sede montería. Tomado de *Google Maps*.

La COMERCIALIZADORA MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S En 1994 DANIEL MENESES HERAZO, decidió retirarse de GEN-FAR, para con sus ahorros y las prestaciones que recibiría crear una distribuidora de medicamentos genéricos, personalmente inició vendiéndole a todos aquellos que fueron sus clientes en GEN-FAR.

El 5 de Julio de 1995 registro en la Cámara de Comercio de Sincelejo a COMERCIALIZADORA MULTIDROGAS DEL CARIBE LTDA. Sociedad compuesta por dos socios.

Para el 1 de agosto de 1997 MULTIDROGAS, se encontraba sumida en una crisis financiera debido a su poco capital de trabajo, por ello ingresaron cuatro nuevos socios y se contrató como Gerente a BENITO GARCIA ACOSTA.

MULTIDROGAS, abriéndose paso en un mercado de alta competitividad, dominado por grandes, tradicionales y prestigiosas compañías de la época, se especializa en la distribución de medicamentos genéricos al por mayor incluidos en el P.O.S., y al suministro o dispensación a E.P.S. y a A.R.S. A los pocos años había ganado el reconocimiento como empresa líder del sector.

En respuesta a las necesidades de las droguerías independientes, quienes solicitaban productos de marca, populares, médico-quirúrgicos, hospitalarios, entre otros, Multidrogas ha codificado 240 laboratorios o proveedores.

MULTIDROGAS DEL CARIBE, una nueva filosofía empresarial que incorpora novedosas estrategias competitivas fundamentadas en la Calidad, Servicio y Economía en Medicamentos, dentro del marco mercado-tecnista de la distribución de productos farmacéuticos en Colombia.

La estructura organizacional de MULTIDROGAS, va acorde con las exigencias de los últimos avances administrativos y del desarrollo económico, así como el desarrollo y la implementación de las tecnologías de punta en materia de comunicación y software administrativo y contable, obteniendo los más altos índices de confiabilidad y flujo de la información en tiempo real, lo que ha permitido tomar las más acertadas decisiones, proyectar y alcanzar ambiciosas metas, manteniendo un crecimiento corporativo muy por encima del comportamiento del sector Farmacéutico colombiano.

Producto de un estudio de mercado en el año 2003 MULTIDROGAS, toma la decisión de trasladar su domicilio principal en Sincelejo, para la ciudad de Montería.

En marzo de 2004 abre sus puertas como sucursal en Montería, y en diciembre de ese mismo año cerró definitivamente su operación en Sincelejo. MULTIDROGAS, Hoy se encuentra ubicada en la calle 29 N° 8-69 Montería, con un novedoso PUNTO DE VENTA AL POR MAYOR, donde se resalta la importancia de su majestad el cliente, brindándole comodidad, agilidad en el despacho y el más atento servicio.

MULTIDROGAS, se expande competitivamente en los departamentos de Sucre, Bolívar, Atlántico, Magdalena, Córdoba, Antioquia y próximamente en todo el territorio nacional.

2. 2 MISIÓN:

Como distribuidor certificado a nivel nacional de productos del mercado farmacéutico, estamos comprometidos con la satisfacción integral de las necesidades de nuestros clientes y proveedores. Contamos con un talento humano altamente competente, con quienes se fomenta la cultura de innovación y creatividad, garantizando estándares de calidad y realizando constantes desarrollos en todos los procesos de la organización, los cuales generan una productiva operación y propenden por el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

2.3 VISIÓN:

Para el año 2025, obtendremos una destacada participación en la distribución nacional de productos del mercado farmacéutico. Desarrollaremos innovaciones e-commerce interactiva, procesos logísticos y administrativos inteligentes para prestar un servicio de calidad que genere valor a nuestros clientes y proveedores. Implementaremos efectivos programas de responsabilidad social empresarial que propendan por la seguridad, salud, educación y el alto desempeño de nuestro equipo de trabajo.

2.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- Evaluar, valorar e implementar los controles preventivos sobre los riesgos laborales de los trabajadores.
- Mantener el compromiso con el mejoramiento continuo de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo y del Sistema de Gestión de Calidad.
- Desarrollar un talento humano altamente competente.
- Fomentar una cultura de innovación y creatividad.
- Asegurar la satisfacción integral de nuestros clientes y proveedores.
- Cumplir con las normas que regulan el sector farmacéutico, el medio ambiente y los riesgos y los laborales.

2.5 VALORES CORPORATIVOS:

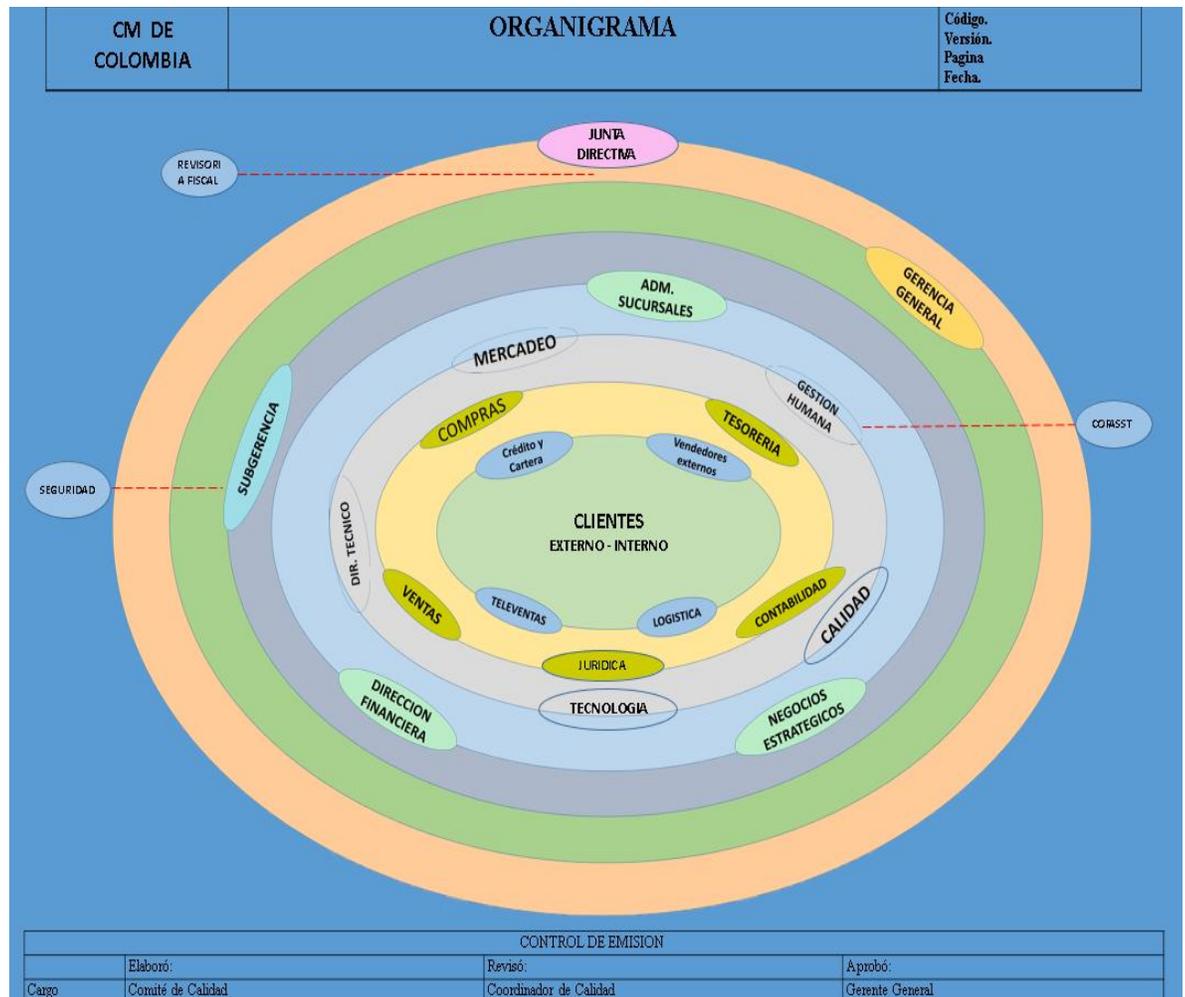
- Actitud de servicio: Asegurar la satisfacción integral de nuestros clientes.
- Aprendizaje: Nuestra contante capacitación es uno de nuestros valores, con esto garantizamos estar preparados para ofrecer nuestros servicios con calidad.
- Lealtad: Siempre hacemos lo mejor por garantizar tu total satisfacción, realizando procesos con calidad.
- Integridad: Nuestro espíritu generoso es brindado en su totalidad a nuestros clientes con el objetivo de que te sientas satisfecho
- Honestidad: Nuestra honradez y sinceridad. Inculca el respeto al prójimo, así como a los bienes ajenos.
- Compromiso: Siempre tenemos como fin garantizar la satisfacción de nuestros clientes, esto lo logramos con nuestro esmero y dedicación en todos nuestros procesos.

2.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.6.1 Organigrama Funcional:

Figura 2

Organigrama General Multidrogas de Colombia



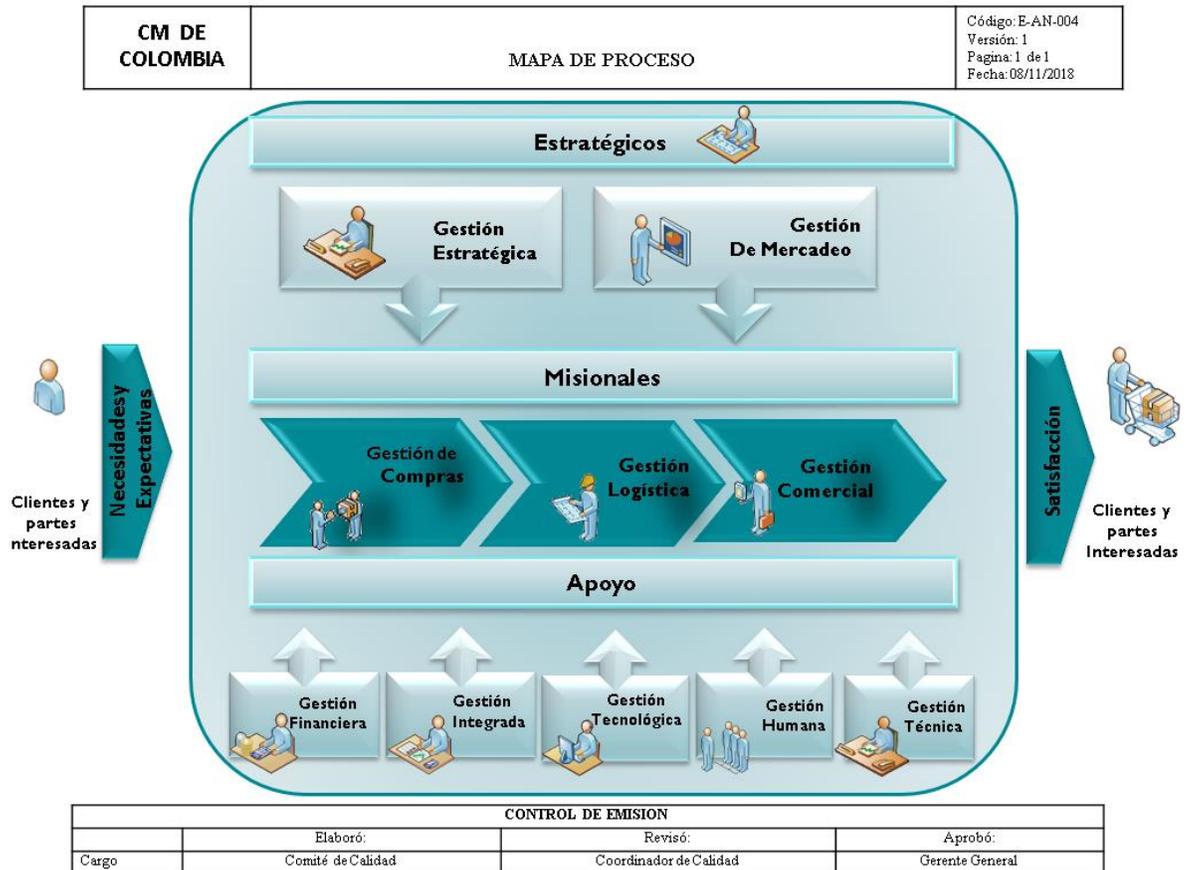
Fuente: *Comercializadora Multidrogas de Colombia S.A.S*

Nota: En la figura muestra como los clientes externos e internos son el centro de la empresa rodeados de las distintas áreas que ayudan al funcionamiento de la entidad.

2.6.2 Mapa de procesos

Figura 3:

Mapa de procesos



Fuente: Comercializadora Multidrogas de Colombia S.A.S

Nota: En la figura presente se divide en 3 procesos que son los: Estratégicos, Misionales y de apoyo que son componentes esenciales para la empresa

2.7 ACTIVIDADES DE LA ENTIDAD:

1. Apoyar la labor del Droguista Colombiano con el fin Contamos con personal en constante capacitación, preparado para asesorar todo brindar solución a todos tus requerimientos. de apoyar el crecimiento de su Negocio

2. Cuentan con un Contact Center que se encargara de gestionar los pedidos, ofreciendo todos los conocimientos en los productos mejor rotados en el País.
3. Contar con personal en constante capacitación, preparado para asesorar y brindar solución a todos tus requerimientos.
4. Completa transparencia en el proceso de venta, desde la organización del pedido, su despacho y su llegada a las manos del cliente.
5. Trabajan con medicamentos, dispositivos médicos, productos nutricionales, cosmetológicos y de aseo personal entregados directamente desde los laboratorios proveedores, garantizamos la legitimidad de nuestros productos
6. Cuentan con una plataforma web con disponibilidad 24/7 en la que podrás realizar tus pedidos desde tu negocio o la comodidad de tu hogar.

3. DESCRIPCION DE LA DEPENDENCIA DE MERCADEO

El Departamento de Mercadeo de la Comercializadora de MULTIDROGAS S.A.S, se encuentra ubicado en el Segundo piso caracterizado por buena infraestructura, talento humano capacitado y con experiencia en seleccionar a proveedores y clientes mas importates, fidelizarlos y coordinar tácticas de comercialización, encargados de prestamos de mercancia, montaje de actividades, seguimineto de obsequios, montaje de descuentos y ofertas, legalizacion de estas y las liquidaciones, la finalidad del departamento de mercadeo es localizar y lograr un posicionamiento para la organización en el mercado y así aumentar las ventas y las ganancias.

También cuenta con 1 Jefe de Mercadeo, 2 Auxiliares de mercadeo, 1 Coordinador de eventos, 1 Auxiliar de mercadeo y diseño grafico, personas propositiva; se encuentran constantemente al tanto de las tendencias gráficas que emergen en el mercado y que tenga la función de adaptarlos a las líneas de diseño que se manejan en la compañía como publicidad, promoción y la investigación de mercados, entre otras.

3.1 ORGANIGRAMA

Figura 4 : *Organigrama del Area de Mercadeo de CM*



Fuente: *Elaboracion Propia*

Nota: [Fotografía] , la figura representa como alto mando al El jefe de Mercado siendo el señor Jesus Daniel Garcia Rodriguez.

3.2 FUNCIONES (AREA DE MERCADEO MULTIDROGAS)

En esta area de la empresa es fundamental para un optimo resultados llevando a cabo ciertas operaciones en las que se encuentran diferentes funciones realizadas por trabajadores en el area de mercadeo como:

Funciones:

- Préstamos de mercancia
- Montaje de actividades
- Segumiento de obsequios
- Montaje de descuentos y ofertas
- Legalizacion de ofertas
- Liquidacion
- Eventos para proveedore y clientes

2) Creacion de diseños relacionado con los productos en promocion, kits y descuentos para asi presentar dichos productos a clientes especificos como a clientes que compran con frecuencia.

- Separador de obsequios
- Aliimentar a la pagina (adg).

3)

- Inventarios
- Realizacion de informacion como son: productos, cantidades y asi se hace una sumatoria de toda la informacion
- Realizacionde inventarios para hacer ciertas actividades con la informacion recolectadade los productos que ofrecen los proveedores

4. ACTIVIDADES REALIZADAS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las empresas que cuentan con área de mercadeo, tienen la necesidad de plantear estrategias que les permitan potencializar su posicionamiento en el mercado al que pertenecen, de igual forma se requiere de métodos eficaces para el diagnóstico y análisis situacional interno y externo (ver anexo 1) de la empresa en un periodo determinado. Mediante la observación directa, durante la ejecución del tiempo de práctica empresarial y a través de la aplicación de encuestas a los clientes, se pudo identificar el incumplimiento en el tiempo estipulado para la entrega de los productos (medicamentos e insumos) además, que las condiciones en las que llegaban no eran óptimas en diferentes ocasiones.

La trascendencia de este problema, radica en el impacto que puede generar en las utilidades de la empresa y que a largo plazo puede impedir el sostenimiento en el mercado de la misma, debido a la pérdida y no fidelización de clientes.

4.2 PLAN DE TRABAJO

El desarrollo de las prácticas empresariales se llevó a cabo bajo la modalidad presencial, en el departamento de mercadeo de la comercializadora Multidrogas de Colombia, así mismo se inició con la realización de un diagnóstico y análisis empresarial (DOFA), posteriormente se aplicó una encuesta a proveedores y clientes, la cual fue proporcionada por el jefe de Departamento de Mercadeo, en la que se pudiera medir el grado de satisfacción en la entrega de medicamentos e insumos. Así mismo, se analizó y evaluaron las herramientas para la entrega de Medicamentos e insumos con el fin de validar el cumplimiento de los tiempos de entrega, lo que permitió proponer estrategias de mejoramiento para la optimización en los tiempos de entrega de medicamentos e insumos en el área ya mencionada.

4.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Tiempo															
	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Recolección de la información.		X	x	x	x											
Aplicación de la matriz DOFA y una lista de chequeo						X	x				x					
Elaboración de un plan de mejora						X	X					x	X			
Aplicación del plan de mejora													X	x		

Fuente: *Elaboracion Propia*

Nota: La figura representa la serie de actividades que se realizaron en la empresa MULTIDROGAS DE COLOMBIA

4. 4 DESCRIPCION DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES

4.4.1 Etapa 1: La recolección de la información se realizó por medio de una consulta en la intranet de la institución, contando con el apoyo de los coordinadores de las áreas de talento humano y mercadeo.

4.4.2 Etapa 2: Se evalúa mediante la implementación de la matriz DOFA, todos los procesos efectuados en el área mercadeo, para poder obtener una lista de chequeos, que nos permita analizar e interpretar la información recolectada.

4.4.3 Etapa 3: Se realiza la elaboración de un plan de mejora optimizando el proceso de entrega de los medicamentos e insumos para el área de mercadeo en la empresa Multidrogas de Colombia.

4.4.4 Etapa 4: Una vez implementado el plan de mejora se hace la aplicación de este en el área, Por ello fue necesario, usar el aplicativo de Trazabilidad de pedidos permitiendo tener una mejora en el proceso de entrega.

5 MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO TEÓRICO

El trabajo se realizó con base a los textos de empresas relacionadas con la venta de medicamentos y con ella incluimos a la comercializadora en el cual le estamos haciendo el plan de mejora.

En cada momento los clientes reclaman a las empresas que ofrezcan servicios y medicamentos de calidad, La OMS clasifica a los medicamentos de mala calidad en sub-estándar y falsificados. Los medicamentos sub-estándar (también llamados fuera de especificación (OOS)) son producidos por fabricantes legítimos que no cumplen con los estándares farmacopólicos debido a errores de calidad en la materia prima o en proceso.

5.1.1 La calidad: Es el grado de conformidad a los requisitos que presenta un conjunto de atributos de un producto, sistema o proceso. La satisfacción del cliente incluye tres aspectos: calidad del producto, precio y calidad del servicio. Es más competitivo, es decir, cuando puedes brindar mejor calidad a un menor precio y un buen servicio, lo harás mejor que los demás.

Al mejorar la forma en que se llevan a cabo todas las actividades, se logra un efecto dominó que genera importantes beneficios; por ejemplo, reduce las demoras, los errores, los desechos y los productos defectuosos; también reduce las devoluciones de productos, las visitas de garantía y las quejas de los clientes. Al reducir los defectos, se reducen los costos y se liberan recursos, materiales y mano de obra para producir más productos, resolver otros problemas de calidad, acortar los plazos de entrega o brindar un mejor servicio al cliente lo cual incrementa la productividad y que la gente esté más conforme.

La OMS (Organización Mundial de la Salud) utiliza el termino Aseguramiento de la Calidad para referirse a un concepto amplio que abarca todos los factores que individual o colectivamente influyen en la calidad del producto.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

Estos son algunas ideas que se deben tener en cuenta para el entendimiento del trabajo.

Principalmente se hace un **planteamiento del problema** este implica el descubrimiento del tema o cuestión que se pretende abordar, así como sus posibles orígenes o los factores que inciden en su existen. por lo que las empresas deben trabajar duro para encontrar clientes potenciales y venderles las ventajas que ofrece el producto por ende, también se utiliza la **planeación estratégica** ya que es el proceso que permite la creación y mantenimiento de un **marco estratégico** de metas y capacidades organizacionales frente a las cambiantes oportunidades del mercado y así posesionarse en el mercado esto implica asegurar que el producto ocupe una posición clara, única y deseable en la mente de los consumidores meta en relación con los productos de la competencia, por último se debe tener una ventaja sobre los competidores al ofrecer más valor a los consumidores mediante la reducción de precios o el aumento de volúmenes

5.3 MARCO LEGAL

Es una empresa que está legalmente constituida ante la cámara de comercio de la ciudad de montería, Además cuenta con todos los requerimientos legales, uno de esas exigencias legales es el INVIMA es el ente regulador de la producción y comercialización de los medicamentos en Colombia, Este ente regulador supervisa constantemente el cumplimiento por parte de laboratorios, almacenes mayoristas, minoristas, farmacias de las normas y reglamentos básicos prescritos para la producción, venta y comercialización de productos farmacéuticos para consumo humano.

5.3.1 Ley 100 de 1993

- **Artículo 245.** El Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. Créase el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, como un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, cuyo objeto es la ejecución de las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva.

5.3.2 Ley 1438 de 2011

- **Artículo 87°.** Comisión nacional de precios de medicamentos y dispositivos médicos- CNPMD. En adelante la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos de Que trata el artículo 245 de la Ley 100 de 1993, se denominará Comisión Nacional de Precios de Medicamentos y Dispositivos Médicos, y tendrá a su cargo la formulación y la regulación de la política de precios de medicamentos y dispositivos médicos.

5.3.3 Ley 1753 de 2015

- **Artículo 72.** Registros sanitarios de medicamentos y dispositivos médicos. *La evaluación que realice el Instituto de Evaluación Tecnológica en Salud (IETS) a los medicamentos y dispositivos médicos definidos por el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS) y el precio que este ministerio determine con base en esa evaluación, serán requisitos para la expedición del correspondiente registro sanitario y/o su renovación por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).*

El proceso de determinación del precio de que trata este artículo se hará en forma simultánea con el trámite de registro sanitario ante el Invima. Para tal efecto, el MSPS establecerá el procedimiento que incluya los criterios para determinar las tecnologías que estarán sujetas a este mecanismo y los términos para el mismo, los cuales no podrán superar los fijados en la normatividad vigente para la expedición del correspondiente registro sanitario.

Corresponderá a la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos o Dispositivos, cuando así lo delegue el Gobierno Nacional, la definición de la metodología y los mecanismos de regulación de precios de medicamentos, así como la regulación de los márgenes de distribución y comercialización de los mismos.

Para lo previsto en el inciso primero, créase una tasa administrada por el MSPS, a cargo de personas naturales y/o jurídicas que comercialicen en el país medicamentos y dispositivos médicos. De acuerdo con el inciso segundo del artículo 338 de la Constitución Política, el MSPS fijará la tarifa de la tasa, la cual incluirá el valor por el servicio prestado. El sistema para definir la tarifa de esta tasa es un sistema de costos estandarizables, cuyas valoraciones y ponderaciones de los factores que intervienen en su definición se realizan por procedimientos técnicamente aceptados de costeo. El método seguirá las siguientes pautas técnicas:

- a) Elaboración y normalización de flujogramas para los diferentes procesos con el propósito de determinar sus rutinas.
- b) Cuantificación de recurso humano utilizado anualmente en cada uno de los procesos y procedimientos definidos en el literal anterior.
- c) Cuantificación de los costos y programas de tecnificación y modernización de la operación de los servicios.

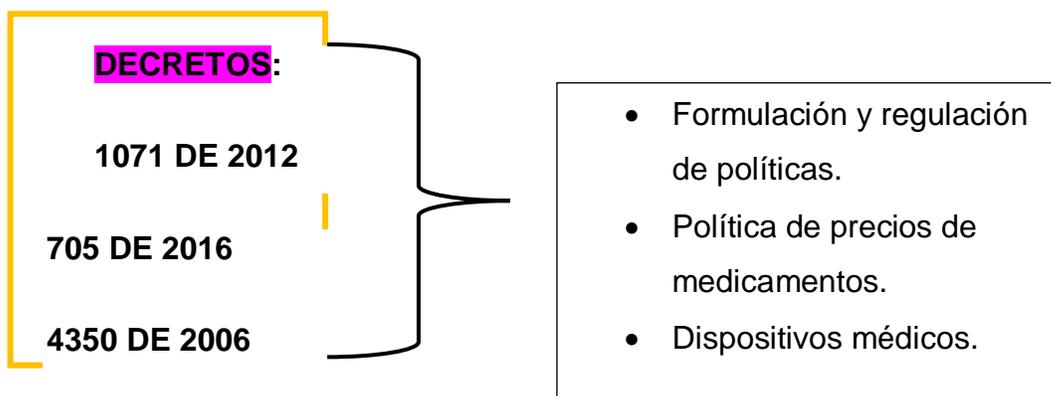
d) Estimación de las frecuencias de utilización de los servicios generadores de la tasa.

El Invima podrá modificar a solicitud del MSPS, las indicaciones, contraindicaciones e interacciones de un medicamento, con base en la evidencia científica y por salud pública.

5.3.4 Ley 1751 de 2015 (ley estatutaria en salud): Tiene por objeto garantizar el derecho fundamental a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección

5.3.5 Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

5.3.6 Ley 222 de 1995: "Por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones."



- **Ley 9 /1979:** "Código Sanitario Nacional"
- **Decreto 2092/ 1986:** Elaboración, envase o empaque, almacenamiento, transporte y expendio de Medicamentos, Cosméticos y Similares.

- **Decreto 677/1995:** Se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, y otros.
- **Resolución 114/2004:** Por la cual se reglamenta la información promocional o publicitaria de los medicamentos de venta sin prescripción facultativa o venta libre.
- **Resolución 0234/2005** de secretaria distrital de Salud: Por la cual se establece el procedimiento para el registro y anotación de que trata el numeral 1º del Acuerdo 145 de 2005 .Medicamentos de Venta bajo fórmula Médica

6. RESULTADOS O LOGROS

En el departamento de Mercadeo de la Comercializadora Multidrogas de Colombia, después de analizar la matriz DOFA, se dio a conocer la falencia que hay en el área, con respecto al tiempo de entrega de los medicamentos e insumos. Por ello, fue necesario la optimización de los procesos de entrega de la comercializadora, en la cual se tuvo en cuenta la aplicación de una encuesta a proveedores y clientes en la que se identificara un análisis empresarial.

Así mismo, basándonos en las estrategias utilizadas, se realizó un diagnóstico que evaluó la viabilidad en los tiempos de entrega de los medicamentos e insumos por medio del seguimiento constante de correos electrónicos, llamadas telefónicas y a través del aplicativo de rastreo, “TRAZABILIDAD DE PEDIDOS” (Ver anexo 4), el cual le permite a los clientes verificar y hacer seguimiento detallado para obtener información de la trayectoria de los pedidos realizados evitando inconvenientes en las entregas o inconformidades durante el proceso de recepción del producto. Esto permite brindar un mejor servicio de envió con calidad y seguridad, potencializando la confianza y la fidelización de los clientes de la entidad.

En el análisis que se desarrolló en el departamento de mercadeo, se concluyó que la gran mayoría de los clientes considera importante y les parece útil la implementación del aplicativo de rastreo; ya que agiliza las solicitudes de pedidos incrementando las ventas, por lo tanto, se generan mayores utilidades.

Con base a los resultados obtenidos y el diagnóstico elaborado en el departamento de mercadeo, se plantea desarrollar una serie de estrategias con la finalidad de optimizar el proceso de entrega de medicamentos e insumos, las cuales quedan sujetas a consideración de la comercializadora, estas serán propuestas a continuación:

- Realizar un cronograma para la entrega de pedidos
- Ampliar el mecanismo de traslado de medicamentos, para que la entrega de los productos sea efectiva.

- Caracterizar los clientes de acuerdo al tipo pedidos, en la que se evidencien los montos de compras que hagan, permitiendo así el alcance de las metas establecidas en las ventas.

7. CONCLUSIONES

La realización de la práctica empresarial en la entidad de MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S de la ciudad de Montería, en el área de Mercadeo, permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos durante proceso de formación académica como administradora de los servicios de la salud.

De igual manera se brindó ayuda a la institución en el proceso de Mercadeo, Seguimiento de los eventos a realizar, liquidación, con el fin de lograr una excelente prestación de los servicios de manera integral y con altos niveles de calidad, lo cual permitirá satisfacer las necesidades de los proveedores.

Mediante la aplicación de una Matriz DOFA, de la implementación de una lista de chequeo en el área, se identificó la oportunidad de mejora de *Contribuir al mejoramiento del proceso del tiempo de entrega de medicamentos e insumos en el departamento de mercadeo de la comercializadora MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S.* para lograr una satisfacción al cliente.

Finalmente, la aplicación de la encuesta para evaluar la efectividad del uso seguimientos de la mercancía l servicio, permitió verificar que se ha implementado, generando una mejor administración.

8. PROPUESTA

La propuesta que se quiere implementar para la mejora de cierta situación presentada en la comercializadora Multidrogas, tras la queja de muchos clientes por la demora de los productos solicitados, es la optimización al mejoramiento del proceso del tiempo de entrega de medicamentos e insumos en el departamento de mercadeo de la comercializadora MULTIDROGAS DE COLOMBIA S.A.S

A continuación se le mostrará cómo serían las funciones específicas dónde haya un monitoreo de los productos por medio del aplicativo de rastreo de forma segura y práctica.

- 1: Cada usuario, cliente entra a la página de Multidrogas
- 2: Busca Rastreo
- 3: Luego el cliente digite el número de pedido
- 4: (buscar)

Y así hacer el seguimiento que haya pedido el cliente después que le entreguen la factura, en esa factura debe de tener un número guía y ese número se busca en la app y allí después de buscar ese número guía, este arroje el nombre del producto, la cantidad y nombre del cliente y que haya otras opciones donde diga (rastrear ubicación y tiempo de espera). Ya que específicamente esta app es para el rastreo de pedidos, este de acceso para un mapa de manera virtual, y diga cuál es la ruta que se va a realizar en el cual vaya el producto.

Así mismo, la entidad hará seguimiento no solo por el aplicativo de rastreo, sino por medio de correo y llamadas informándole al cliente que el producto va en camino y que en el tiempo estipulado estará en su farmacia o droguería.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ley 100 de 1993, (1993) (testimony of Congreso de la Republica de Colombia).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5248>

E. y Márquez Castro E., L. K. A. (2010). *Comercio y marketing internacional*. (4a.

ed.). Cengage Learning.

<https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2086/es/lc/unicordoba/titulos/39946>

Fernández García, R. (2013). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. ECU.

<https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2086/es/lc/unicordoba/titulos/62307>

Jaimes Muñoz L. E. (2020). *Mercadeo estratégico para IPS. Ministerio de salud*.

(s/f). Recuperado el 2 de noviembre de 2022, de

<https://www.minsalud.gov.co/Portada2021/index.htmlf>

Real Academia Española. (2021). <https://dle.rae.es/diccionario>

Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. (2014, mayo 29). Actualícese |.

<https://actualicese.com/sociedad-por-acciones-simplificada-s-s/>

(S/f). Multidrogas.com. Recuperado el 17 de febrero de 2022, de

https://www.multidrogas.com/Pagina/home/quienes_somos2/

WikiTechNews. Recuperado de 2021, de <https://wikitechnews.net/las-10-mejores-aplicaciones-de-seguimiento-de-paquetes-para-android-en-2020/>

10. ANEXOS

Anexo 1. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
VARIABLES INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Equipo humano competente y capacitado. ➤ Frecuencia en las actividades comerciales. ➤ Buena convocatoria de clientes y proveedores. ➤ Buena relación con proveedores ➤ Eventos comerciales presenciales atractivo para los clientes y la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asignación no oportuna en las ofertas ➤ Retraso de información base de datos clientes (propietario, comprador, pagador, fechas de cumpleaños y profesión) (CRM gestión de relación con clientes) ➤ Bajo seguimiento a las promociones y actividades implementadas. ➤ Falta de comunicación entre área comercial, compras y mercadeo sobre actividades. ➤ Falta de ofertas y descuentos diferenciadores en la web.
VARIABLES EXTERNAS	ESTRATEGIAS	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (F-O)	ESTRATEGIAS (D-O)

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocer comportamientos por categoría de productos para identificar oportunidades según el mercado. ➤ Cambio de dinámicas en los eventos, alternativas patrocinada por los mismos proveedores o juegos que incentiven la compra de los clientes. ➤ Obsequio para clientes nuevos en su primera compra (kit de bienvenida). ➤ Sorteo de un premio mensual por compras en punto de ventas ➤ Premiar al proveedor del año 	<ul style="list-style-type: none"> • Asignación de objetivos de ventas por laboratorios participantes. • Desarrollo tecnológico para la optimización de esta actividad. • Elaborar indicadores que contéplenas condiciones de cumplimiento de acuerdo a los objetivos por cliente. • Continuar con las dinámicas comerciales y negociaciones estratégicas con proveedores la cual permita el crecimiento y sostenibilidad en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Consecución de presupuestos con laboratorios para elaboración de suvenires personalizados con logo de CM y procuradores. • Realizar evaluaciones mensuales de comportamiento de mercado vs CM y el proveedor. • Asignar obsequio mensual al punto de ventas de los sobrantes de los eventos para ser sorteados a los clientes que realicen compras durante el mes. • Diseñar nuevas estrategias de descuentos solo para la web por montos de compras establecidos.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (F-A)	ESTRATEGIAS (D-A)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desventaja en las condiciones del mercado. ➤ Alianza entre proveedores y droguistas afectan las condiciones del mercado. ➤ Eventos de la competencia en las mismas fechas que Multidrogas. ➤ Desventajas en las condiciones ofrecidas vs competencia ➤ Regulación de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar a través de la industria la igualdad de condiciones, compras, sea competitivo, mercadeo. • Identificar los proveedores que realizan esta actividad con el fin de renegociar las condiciones vigentes. • Preparar capacitaciones innovadoras que permitan que el personal obtenga un crecimiento al ritmo de CM. • Implementar atreves de los medios como llamadas, correos etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar de la mano con los proveedores y el área de tecnología para garantizarla rentabilidad de la CM y continuar con la comercialización de los productos. • Gestionar con los proveedores la activación de productos trasladados de oferta a precio por unidad con el fin de ser competitivos. • Investigar (visita, encuesta, vendedor) las necesidades de los clientes para implementar actividades innovadoras, ajustadas a sus requerimientos. • Diseñar nuevas estrategias de descuento solo para la web por monto de compras establecida.

Elaboración propia

Nota: Matriz DOFA del departamento de Mercadeo, como herramienta de análisis de la situación actual del área con respecto las condiciones internas y externas.

Anexo 2. Lista de chequeo

LISTA DE CHEQUEO				
Nº	Actividad	Cumplió	No Cumplió	Porcentaje
1	Cuenta con manual de procedimientos en el área.	✓		100%
2	Se evidencia el trabajo en equipo.	✓		100%
3	Cuenta con el manual de bioseguridad.	✓		100%
4	Se da trato amable a los trabajadores.	✓		100%
5	¿la empresa tiene un orden para la entrega de sus productos?	✓		100%
6	¿La empresa tiene algún tipo de pronóstico para identificar las ventas siguientes?		✓	0%
7	¿la empresa tiene prioridad en la programación de sus pedidos según el cliente?	✓		100%

Nota: lista de chequeo creada con el fin de registrar actividades repetitivas y controlar el cumplimiento de una serie de requisitos ordenadamente y de forma sistemática

Anexo 3: Base de datos de clientes

ACTUALIZAR BASE DE DATOS EN EL SISTEMA DE CLIENTES AÑO 2021 (2) - Excel

Zonas	Nº ident.fis.	Nombre 1	Nombre 2	Tratamiento	Población	NOMBRE DE C	TELEFONO # 1	TELEFONO # 2	CORREO
ANDRES / DANIEL									
10004368		SOLERA MARTINEZ	JUAN ALBERTO	FARMACIA EL DORADO	MONTERIA	JUAN	3002213353		juan-solera58@hotmail.com
10004476		GUERRA MUÑOZ	EMILSE ISABEL	DROGUERIA LA MILAGRO	MONTERIA	EMILSE	3148028089		emilguerra.8@hotmail.com
10004481		CARRASCAL MENDOZA		SUPER DROGAS ETIMEDIC	MONTERIA	MERCEDES	3126503795		mercedescarrascal1@outlook.com
10242797		Perez Carrascal	JOSE LUIS	DROGUERIA ETIMEDICA	MONTERIA	JOSE LUIS	3188758844		jlpc97@hotmail.com
10004560		BUELVAS LUNA	LUIS ENRIQUE	DEPOFARMA	MONTERIA	LUIS	3017994600		lbdepofarma@hotmail.com
10004593		COOPERATIVA DE ENT	CORDOBA	COOPERATIVA DE ENTIDA	MONTERIA	MAYERLIS	3234353435		compras2@codescor.org.co
10005265		JULIO AYALA	LUZMILA DEL CARMEN	DROGAS DIOS ES AMOR	MONTERIA	JOSE	3145157504		luz-mila2208@hotmail.com
10004673		JULIO AYALA	LUZMILA, DELCARMEN	DROGAS DIOS ES AMOR	MONTERIA	JOSE	3145157504		luz-mila2208@hotmail.com
10004706		MARIMON FUENTES	CARMEN ALICIA	DROGAS ABRIL - CONTAD	MONTERIA	CARMEN	3012201179	3142700239	rosariosuga18@gmail.com
10005266		MARIMON FUENTES	CARMEN ALICIA	DROGAS ABRIL	MONTERIA	CARMEN	3012201179	3142700239	rosariosuga18@gmail.com
10004714		FUNDACION OPORTUN		FUNDACION OPORTUNID	MONTERIA	HERNESTO	3016070393		oportunidadyvida@hotmail.com
10004727		CENTRO DIABETOLOGI		NA	MONTERIA	LORENZO	3217888260		facturaelectronica@casadeldiabetic
10004831		VIDAL PEREZ	DAIRO ALFONSO	DROGUERIA SERVI-PLUS	MONTERIA	MAYRA	7842677		juanvidal852@gmail.com
10004838		DIAZ DE TORRENTE	ALBA NIBIA	SUMINISTROS J.D	MONTERIA	JOSE	3215007083		
10004845		VILLALBA MESTRA	VIRNA LUZ	DROGUERIA NUEVA ESPE	MONTERIA	EDUARDO	3016011704		pauldeoro@hotmail.com
10004938		GONZALEZ ESQUIVIA	MANUEL DOLORES	DROGUERIA ALMAVIVA	MONTERIA	MANUEL	3117625566		magon2119@hotmail.com
10005292		VALETA LUNA	LUICIA MARGARITA	DROGUERIA Y VARIEDAD	MONTERIA	CARLOS	3043287929		
10005378		SUMINISTROS Y DOTA	S	BAQUERO LARA EDUARDO	MONTERIA	ELIDA - DIANA	3012558051	3146540043	compras@sumidecos.com
10005419		LOPEZ POLO	LIBORIO DE JESUS	PHARMA EXPERTOS	MONTERIA	LIBORIO	3013229710		libopez@gmail.com
10005444		ARGUMEDO BURGOS	JORGE ALBERTO	DROGAS LA 22	MONTERIA	CERMI	3103632620		joab_58@yahoo.com
10005664		FERNANDEZ DOMING	NEILA PATRICIA	DROGUERIA INTEGRAL #3	MONTERIA	JULIO	3145505172		juliosimont@hotmail.com

Nota: Base de datos de clientes de la comercializadora Multidrogas

ANEXO 4: TRAZABILIDAD DE PEDIDOS

TRAZABILIDAD DE PEDIDOS



Rastree sus pedidos de manera rápida y fácil con Multidrogas/Roma Rastreo. Simplemente ingrese su número de pedido, previamente obtenido a través de nuestros televendedores o ejecutivos de venta y manténgase al tanto del estado del mismo.

Nota: Trazabilidad de pedido para que los clientes puedan registrar e identificar la ubicación y la trayectoria de los medicamentos e insumos.

Anexo 5: ADG de seguimiento a los pedidos web (privado)



Nota: Software utilizado por la comercializadora Multidrogas

Anexo 6: Excel de seguimiento de pedidos y el proceso a realizar

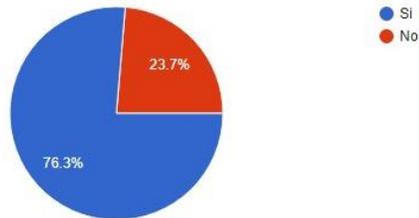
Zonas	Nº ident.fis.	Nombre 1	Nombre 2	Tratamiento	Población	NOMBRE DE CONTACT	TELEFONO # 1	TELEFONO # 2	CORREO	
11	ANCIZAR/EMILIO									
12	10004410	15928640	PATÍÑO RODRIGUEZ	HECTOR	DISTRIBUCIONES Y V	MONTERIA	Maria Claudia	3218322164	3008375076	distribuciones-manizalez@hotmail.com
14	10004424	21626120	PEREZ ARVELAEZ	ROSA EMILIA	CACHARROS LA 36	MONTERIA	Luis fernando	3215206610		cacharros36@hotmail.com
15	10004461	32253288	DENIS MARIA	ANAYA ORTEGA	DROGUERIA ADMIRA	MONTERIA	Jose Ricardo	3225259438		josecarcardo41272@gmail.com
16	10004494	43082261	HERRERA ZAPATA	MARTA ELENA	ALMACEN ACADEMIA	MONTERIA	Ana Martinez	3116600074		anamatiartinez2109@gmail.com
17	10004509	50917508	MONTALVO SAENS	INGRIS	EL PUNTO CLAVE DEL	MONTERIA	Berlides	3105261852		berlidesmontalvo@gmail.com
18	10004839	10934103	CORREA CASTRO	LUIS CARLOS	CACHARRERIA JUNIO	MONTERIA	Luis carlos	3017934105		
19	10004880	9004142317	PHARMAMEDIC DEL CA		PHARMAMEDIC DEL	MONTERIA	Luisa Fernanda	3204781026		pharmamedicdelcaribe@gmail.com
20	10005651	71685098	SANDOVAL BUITRAGO	HULBERTO	DISTRIVARIOS SB	MONTERIA	Lila basil	3148048586		distrivariosb@yahoo.com.mx

Nota: Formato elaborado por Luisa Chavez de seguimiento de tiempo de entrega de los pedidos

Anexo 7: Resultado de encuestas

1. Ha participado en eventos organizados por CM de Colombia

300 respuestas



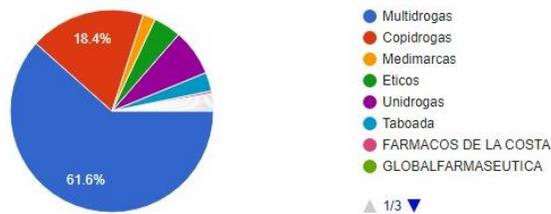
2.Cuál de los siguientes premios le gustaría que se sorteara en nuestros eventos

298 respuestas



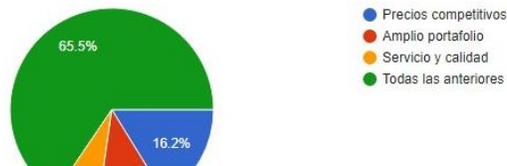
DE LOS SIGUIENTES DISTRIBUIDORES DE MEDICAMENTOS CUAL ES SU PRIMERA OPCIÓN DE COMPRAS.

500 respuestas



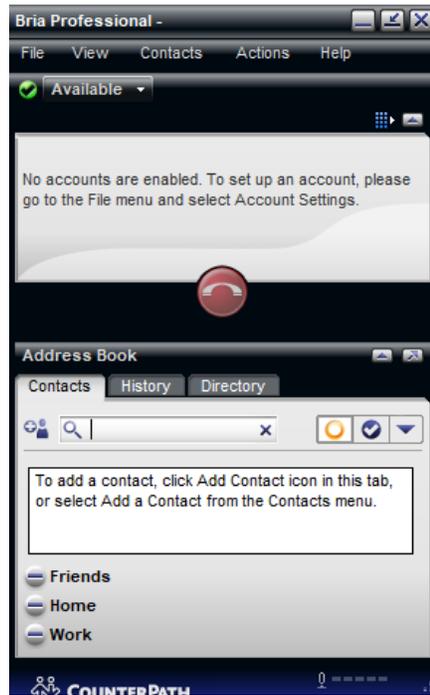
PORQUE LO ESCOGE COMO SU PRIMERA OPCIÓN ?

499 respuestas



INSTITUCIÓN		COMERCIALIZADORA MULTIDROGAS DE COLOMBIA				No	
ÁREA		MERCADEO				UNIDAD FUNCIONA	
PROCESO		RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCION				Tipo de Acción	
		Corrección (es)				Responsable(s) JEFE INMEDIATO	
						Fecha de ejecución (
5. PLAN DE ACCIÓN PARA ELIMINAR LA CAUSA RAÍZ DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD DE MEJORA							
No	ESTANDAR Y O COMPONENTE EVALUADO	OPORTUNIDAD DE MEJORA (SITUACIÓN ENCONTRADA)	QUÉ? (ACTIVIDADES)	¿Quién? (Responsable: Nombres y Cargos)	Producto y/o Evidencia	Cuándo?	Resultados de la Verificación (Diligencia líder del
1	ENCUESTAS TELEFONICAS	LOS CLIENTES MANIFESTABAN INCONFORMISMO A LA HORA DE RECIBIR LOS PEDIDOS	ENCUESTAS	JEFE DE MERCADEO(JESUS GARCIA)	GRABACIONES DE LLAMADAS	HORARIO LABORAL DE LA COMPAÑÍA	AUDITORIAS DE LAS LLAMADAS
3	ENCUESTAS TELEFONICAS	DATA DESACTUALIZADA	ENCUESTAS	JEFE DE MERCADEO(JESUS GARCIA)	GRABACIONES Y LINKS DE LLAMADAS	HORARIO LABORAL DE LA COMPAÑÍA	AUDITORIAS DE LAS LLAMADAS
4	LLAMADAS	PRECIO ALTO DE CIERTOS EVENTOS	ENCUESTAS	JEFE DE MERCADEO(JESUS GARCIA)	GRABACION DE LLAMADAS	HORARIO LABORAL DE LA COMPAÑÍA	AUDITORIAS DE LAS LLAMADAS
		Nombre u Firma del Líder del Proceso					

Anexo 8: Aplicativo de Llamadas



Nota: Por medio de esta aplicación se realizaban las llamadas a los respectivos clientes de la Comercializadora