



Propuesta de Mejoramiento en el almacenamiento de productos plásticos en un punto de venta  
de la empresa Rimax.

Jose Ricardo Rios Villarreal

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Sur

Sede Cali (Valle del Cauca)

Programa Tecnología en Negocios y Mercadeo

Febrero de 2022

Propuesta de mejoramiento en el almacenamiento de productos plásticos en un punto de venta  
de la empresa Rimax.

Jose Ricardo Rios Villarreal

Sistematización presentada como requisito para optar al título de Tecnólogo en Negocios y  
Mercadeo

Asesor

Andrés Domínguez

Magister en Administración

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sur Occidente

Sede Cali (Valle del Cauca)

Programa Tecnología en Negocios y Mercadeo

Febrero de 2022



## **Dedicatoria**

Este trabajo resultado de mucho esfuerzo y constancia va dedicado con mucho amor a mi madre por ser ese pilar de apoyo incondicional, de responsabilidad y compromiso formándome con buenos sentimientos, valores para salir siempre adelante, en todos los procesos de mi vida como una bendición. A mi padre que desde el cielo debe sentirse orgulloso de mis logros y siempre quiso lo mejor para mi vida.

A mi hermana por ser esa persona que siempre me ha apoyado y que siempre me ha deseado lo mejor para mi vida en mi formación personal y profesional.

A todas aquellas personas que intervinieron y me ayudaron a desarrollar este trabajo desde su inicio con sus opiniones, y soluciones.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, doy gracias a Dios Por permitirme esta excelente experiencia en la universidad y alcanzar un logro más como una bendición después de un largo y duro recorrido, que me brindo, la sabiduría, la inteligencia, la paciencia y la esperanza para que todo se diera porque los tiempos de Dios son perfectos, porque para el todo es posible.

A mis familiares y allegados agradecerles por el apoyo moral, económico que me brindaron desde el inicio de estudio ya que fueron fundamentales para llegar a este logro.

A los profesores por saber compartir sus conocimientos de forma que ayudaron en la formación durante todos estos semestres con su grano de arena, para aplicarlos en nuestra vida personal y profesional y el apoyo que brindaron al final para poder lograr este importante propósito

A mis amigos y compañeros de estudio por compartir muchos momentos especiales, por el apoyo brindado durante el lapso en que los conocí, la colaboración, el compromiso, el compartir y las palabras de aliento para siempre salir a delante y superar los obstáculos

A mis compañeros de trabajo por el apoyo brindado, la colaboración y todas las acciones que realizaron para el desarrollo de este trabajo, y que este logro fuera una realidad.

## Contenido

Resumen .....	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
Problema.....	13
1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Planteamiento del problema .....	14
1.3 Delimitación de la sistematización.....	15
1.4 Objetivos.....	16
1.4.1 Objetivo general.....	16
1.4.2 Objetivos específicos .....	16
1.4.3 Justificación.....	17
Marco de referencia.....	19
1.5 Marco teórico.....	19
1.6 Marco Legal.....	25
1.7 Marco contextual .....	26
Metodología.....	28
1.8 Análisis e interpretación de la experiencia. Descripción de la Organización.....	37
1.9 Perfil Sociodemográfico .....	37
1.10 Contexto.....	37
1.11 Filosofía organizacional o corporativa .....	39
1.11.2 Misión .....	39
1.11.3 Visión.....	39
1.11.4 Políticas de la organización .....	40
1.11.5 Valores corporativos .....	40
1.11.6 Organigrama del área de práctica.....	41
1.12 Análisis del sector productivo .....	42
1.13 Diagrama o mapa de procesos.....	44
Diagnóstico inicial de la organización .....	46

1.14	Diagnóstico inicial Administrativos .....	46
1.15	Cumplimiento de los requisitos legales .....	46
1.16	Identificación de necesidades.....	47
1.17	Descripción propuesta de mejoramiento y/o solución. ....	48
1.18	Alcance de la propuesta de mejoramiento y/o solución .....	60
	Cronograma .....	61
	Tabla 4.....	61
	<i>Cronograma</i> .....	61
	Presupuesto .....	62
	Lecciones aprendidas.....	63
	Recomendaciones.....	64
	Referencias.....	65

**Lista de tablas**

Tabla 1 Cuadro resumen metodologia .....	36
Tabla 2 Cantidades almacenamiento espacio superior .....	59
Tabla 3 Cantidades almacenamiento espacio inferior.....	59
Tabla 4 Cronograma.....	61
Tabla 5 Presupuesto.....	62

## Lista de figuras

Figura 1 Organigrama area comercial.....	41
Figura 2 Diagrama o mapa de procesos de abastecimiento.....	44
Figura 3 Diagrama de procesos de venta.....	45
Figura 4 Analisis Dafo.....	46
Figura 5 Planos iniciales punto de venta.....	48
Figura 6 Planos terminados de espacios obtenidos.....	50
Figura 7 Productos almacenados en el punto de venta .....	52
Figura 8 Los cajoneros y forma de almacenarse.....	53
Figura 9 Estanterias Plasticas y forma de almacenarse .....	54
Figura 10 Cajon movil y forma de almacenarse.....	55
Figura 11 Los butacos y forma de almacenarse.....	56
Figura 12 Basureros y forma de almacenarse.....	57
Figura 13 Plano ubicación de categorias en lugares obtenidos.....	58
Figura 14 Diagrama de Gantt.....	61

## Resumen

Hoy en día en las empresas comerciales se presentan infinidad de problemáticas internas y externas, entre ellas muy constantemente todo lo relacionado con las ventas y en las diversas áreas de las compañías, para el caso de la empresa manufacturera de plásticos Rimax una de las problemáticas que se presentan es la disminución en las ventas, la empresa plásticos Rimax cuenta con unos puntos de venta directos de la ciudad de Santiago de Cali, donde se centra en un punto físicos ubicado en el norte de la ciudad.

En el desarrollo del documento se plantean las causales que están generando la problemática en el Punto de venta y que afecta los indicadores de cumplimiento como lo son los presupuestos, averías, rotación entre otros.

El principal objetivo general del trabajo es brindar una propuesta de mejora que permita solucionar las necesidades empresariales y un análisis a las problemáticas emergentes, en el punto de venta encaminada a la localización de lugares que se encuentran inhabilitados dentro del almacén, para convertirlos en espacios de bodega que permita resolver las dificultades con el abastecimiento, e indirectamente impulsen el incremento de las ventas, disminuir los agotados mejorar la rotación, y ser competente en el servicio al cliente

Se abordarán temas como los beneficios y las ventajas que se obtendrán con esta propuesta dentro del punto de venta, análisis de cómo se desarrollará e implementará cada proceso.

**PALARAS CLAVE:** Abastecimiento, análisis, empresa, punto de venta, bodega, presupuestos.

### **Abstract**

Today in commercial companies, there are many internal and external problems, among them is the decrease in sales, in the various areas of the companies, in the case of the plastics manufacturing company Rimax. One of the main problems is the decrease in sales, this case is happening in one of the physical points which is a market located in the north of the city Santiago de Cali. The causes that are generating and affecting compliance indicators such as budgets, breakdowns, rotation, among others the problem in the POS will be considered. The main objective of the work is based on exposing a proposal for improvement that allows providing a solution and an analysis to the emerging problems at the point of sale and will be based on appropriate places that are disabled within the warehouse, in warehouse spaces that resolve supply difficulties.

Topics such as the benefits and advantages that will be obtained with this proposal within the point of sale, analysis of how each process will be developed and implemented will be addressed.

**KEYWORDS:** Supply, analysis, company, point of sale, warehouse, budgets.

## Introducción

Realizar propuestas de mejora en una empresa, se convierte en una necesidad cuando las problemáticas emergen y afectan el desempeño y los procesos de un punto de venta como lo es el almacenamiento de productos plásticos en un almacén, proponer soluciones y alternativas que permitan solucionar y resolver las dificultades, es de gran prioridad para contribuir a la toma de decisiones y permitir que los objetivos planteados de una empresa se puedan concluir.

Este proyecto de mejora expondrá alternativas de ¿cómo solucionar una problemática de almacenamiento en un punto de venta?, por medio de un análisis y un planteamiento viable, medible y alcanzable. Se abordarán los antecedentes de la problemática donde permitirá conocer ¿cómo eran los procesos de abastecimiento en el punto de venta y lo efectivos que resultaban, y ¿cómo actualmente los nuevos procesos han traído dificultades con resultados no muy favorables?

El solucionar la dificultad de almacenamiento, permitirá mejorar los procesos internos y externos de la compañía, ayudará en alcanzar un stock más alto de los productos, mejorando el abastecimiento, evitando agotados y por ende el incremento en las ventas, para el cumplimiento de los presupuestos.

## Problema

### 1.1 Antecedentes

La empresa manufacturera de plásticos Rimax, dedicada a la comercialización de productos plásticos, hace dos años inició su proyecto de realizar sus tiendas propias en la ciudad de Santiago de Cali, en el momento cuentan con 3 tiendas físicas ubicadas estratégicamente dentro de la ciudad extendiendo su área comercial, la empresa con este proyecto busca proponer a sus consumidores lugares de innovación e ideas para los hogares basados en experiencias, con un amplio portafolio de productos que la empresa produce.

Uno de los puntos de venta físicos está ubicado en la zona norte de la ciudad de Santiago de Cali, la tienda desde el inicio contaba con unos procesos de despachos y logística de mercancía que permitía que el almacén lograra abastecerse oportunamente semana a semana satisfaciendo las necesidades del punto de venta, cumpliendo con sus indicadores y presupuestos con la presencia de unos índices mínimos de productos agotados.

El área despachos se encuentra ubicada en la vía Cali- Yumbo y el proceso que manejaba para la zona comercial de los puntos de venta, tenía establecido que cada almacén debería de realizar su solicitud de orden de transferencia (pedido), para que la bodega principal de Yumbo realice el debido despacho de los artículos hacia el punto de venta dos días después, permitiendo de esa forma reducir los índices de agotados y mantener inventario hasta la próxima fecha de pedido. Mejorando los procesos de rotación y satisfaciendo las necesidades del cliente, ejecutando con finalidad los procesos de venta establecidos para el logro de los objetivos de la compañía, siendo eficaces y competitivos en el área de servicio al cliente, las

problemáticas del almacén empiezan a encontrarse en el año 2022, cuando la compañía inicia cambios en los procesos de despachos.

## 1.2 Planteamiento del problema

A partir de enero del año 2022 el área de despachos de la empresa en Yumbo realiza cambios internos en los procesos de envío de mercancía hacia los puntos de venta, en primer lugar se debe a que la compañía se encuentra ampliando su área comercial contando con 7 puntos de venta en diferentes ciudades de Colombia, generando retrasos y saturación en los procesos logísticos para los envíos de los pedidos a cada una de ellas, la apertura de varias tiendas a nivel nacional y por temas logísticos, el área de despachos plantea y desarrolla un nuevo procedimiento de pedido para cada tienda, para el caso en el almacén de Cali norte deben realizar la orden de transferencia (pedido), contando con 5 días hábiles para que la bodega principal de Yumbo realice el despacho de los artículos hacia el punto de venta, que se diferencia al proceso anterior del 2021, en que solo era 2 días hábiles para la realización del despacho de mercancía, este proceso no es muy positivo para el punto de venta ya que ha demostrado que la implementación de este nuevo procedimiento ha incrementado los índices de productos agotados, pérdida de ventas, la insatisfacción del cliente al solicitar un producto y no poder cumplir sus expectativas y necesidades en el instante ya que se brindan soluciones alternas pero debe esperar incluso una semana para poder tener de nuevo el producto en punto de venta y que la empresa cuente con inventario disponible para que puedan solicitarlo. El no cumplimiento de tener oportunamente los productos en su lugar y momento, aumenta la dificultad para el cumplimiento de presupuestos, a este inconveniente la empresa da por incursionar y ser competitivos en el mercado con el ingreso de 18 nuevas referencias que estarán en las tiendas para ser exhibidas y almacenadas, lo que ha hecho que la zona de

almacenaje respecto a los espacios sean más ajustados y por ende no se puede aplicar el abastecimiento de cantidad de productos para más días hábiles de inventario que permita tener disponibilidad por el tiempo requerido, mientras llega el próximo pedido.

### **1.3 Delimitación de la sistematización**

El planteamiento de la propuesta de mejora para la empresa Plásticos Rimax, tiene como objeto brindar una alternativa que promueva el desarrollo de una solución en el uso apropiado de espacios inhabilitados dentro del punto de venta para almacenaje de mercancías. Puesto que desde el inicio de obra de la tienda estos fueron sellados por lo que no lo vieron necesario en ese momento.

Los espacios en mención, son unas áreas de baños privados que en el momento de realizar obras no los vieron útiles para el desempeño de la tienda, por lo que tomaron la decisión de sellarlos, se tendrán que realizar los análisis correspondientes, para empezar a identificar cuáles son sus capacidades y sus medidas y tomar decisiones sobre los productos que ocuparan dichos lugares, identificar qué categorías serán las más adecuadas teniendo en cuenta, su rotación, tipo de embalaje, tamaño y peso, para coordinar los inventarios correspondientes.

Los espacios que se habilitarán tendrán que acondicionarse óptimamente para la finalidad en la que se desea proponer, ya que estos espacios tienen otros servicios diferentes a los que se pretende usar. Esto posibilitará aumentar la capacidad de almacenamiento, generar más días de inventario, mejorar la rotación de los productos, reducir las averías, ayudará a que los procesos de abastecimiento del punto de venta puedan satisfacer las necesidades requeridas por la compañía, con el fin de minimizar el índice de agotados, ser

competitivos con el servicio al cliente, sostener y aumentar las ventas para el cumplimiento de los presupuestos.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Realizar una propuesta de mejora para la empresa Rimax, en el almacenamiento de productos plásticos del punto de venta de Santa Mónica de la ciudad de Santiago de Cali.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Optimizar las áreas disponibles del punto de venta que permitan ser utilizados para el fin propuesto de almacenaje.
- Organizar el inventario de los productos para ubicarlos con mayor facilidad y mantener las mercancías en buen estado bajo la técnica de embalaje.
- Determinar la capacidad de almacenamiento de acuerdo con las superficies, para proyectar en cuanto incrementaran las ventas.

### 1.4.3 Justificación

Esta propuesta nace a partir de la experiencia laboral del punto de venta del barrio Santa Mónica en la ciudad de Santiago de Cali, y se justifica por los beneficios que brinda esta propuesta a la empresa como lo es la optimización de áreas disponibles para almacenamiento, las áreas correctamente organizadas, las mercancías en óptimo estado reduciendo las averías, un incremento en la productividad y rentabilidad de las mismas, el ahorro en tiempo de ingreso y salida de inventarios, la disminución de ventas potenciales por los agotados, y un sostenimiento en el tiempo del layout del almacén. Identificando un impacto positivo para la compañía en el sector económico por el tema de cumplimiento de presupuestos, ya que al disminuir los agotados se ganarán ventas y ayudará con el objetivo de la compañía; adicionalmente será más competitivo el servicio al cliente y optimizará las funciones operativas y logísticas dentro del punto de venta.

Esta propuesta se realiza de acuerdo, a la problemática presentada sobre los cambios en los procesos realizados por la empresa en el área de despachos, desde el año pasado en comparación con el año actual y los resultados negativos que se han generado como lo son: La pérdida de ventas cuando no se encuentra el productos al cliente que lo solicita en el lugar y momento adecuado, la estética del almacén es afectada, ya que se utiliza espacios del punto de venta que son para la exhibición de los mismos y no para el almacenamiento. Aunque se encuentren organizados, no permite que las ambientaciones de las categorías de los productos resalten sus cualidades y transmitan el efecto que se espera brindar hacia los clientes, la dificultad para el cumplimiento de los presupuestos mensuales que se ven reflejados en los datos internos proporcionados por la compañía, la necesidad de mejorar el abastecimiento y los

anteriores argumentos son las principales razones para desarrollar y realizar aportes que ayuden a solucionar dicha problemática, aportando alternativas de mejora.

Que no solo beneficiaría al punto de venta y a la empresa sino también a los clientes ya que puede satisfacer oportunamente las necesidades, mejoraría en los procesos internos, adicionalmente es novedoso implementar lugares de almacenamientos en espacios que se encuentran inhabilitados, por el diseño inicial del punto de venta.

Esta propuesta para la empresa también es positiva, porque permite invitar e influenciar a los demás grupos de trabajo, a realizar iniciativas de progreso para los procesos internos en búsqueda de mejoras continuas y el cumplimiento de objetivos.

## Marco de referencia

### 1.5 Marco teórico

#### Principios de la administración científica

La mayor obra realizada por Frederick Winslow Taylor son los fundamentos de la administración científica según (Hernández, 2014) tiene como objetivo principal asegurar la máxima prosperidad para el patrón, junto con la máxima prosperidad para cada uno de los empleados, según Taylor la administración científica es una evolución más que una teoría cuyos ingredientes son 75% de análisis y 25% de sentido común. Dentro de los objetivos concretos de esta teoría busca medir las tendencias industriales y del mercado para regular las operaciones de tal modo que se conserve la inversión, la empresa, y los empleos. Asegurar al empleado no solo el empleo sino también una continua oportunidad de ganancias mientras este incluido en la nómina, ganar usando técnicas productivas y administrativas para evitar desperdicios, tener mayores ingresos por la energía material y humana.

Según (Torres Hurtado, 2011) dice que para Taylor la presencia de problemas son oportunidades para buscar soluciones a esas situaciones, de forma que permita beneficiar no solo al patrono si no también al trabajador y la sociedad en general, la administración científica tiene la convicción de que los intereses de unos y otros son los mismos y únicos, que no puede haber prosperidad para el patrón en un largo plazo a menos que esa prosperidad vaya compartida con el empleado y viceversa.

Para (Urbina et al., 2014) la teoría de la administración de Henri Fayol dice que observar que a medida que se asciende en la escala jerárquica de una empresa, las tareas que se realizan dejan de ser directamente las técnicas y son más las de analizar, en cómo se realiza una tarea, es decir las actividades diferentes a la función técnica propia de la organización. Fayol destaca que en toda organización productiva se cumplen funciones como técnicas, comerciales, financieras, de seguridad, de contabilidad y administrativas. Esta teoría de Fayol comparte que los cargos de las personas en las empresas a medida que se adquieren, las responsabilidades empiezan a dejar de ser más técnicas y se vuelven más analíticas, ya que sí se observan problemáticas que afecten el área laboral. Para estas personas encargadas, es primordial que puedan ofrecer su máximo rendimiento, productividad y eficiencia que permita brindar soluciones o propuestas a la compañía.

Para este trabajo se toma esta teoría como base para el desarrollo de la propuesta como alternativa de exponer soluciones a la problemática planteada como interés colectivo y no particular.

**Que es el stock.**

Cuando se menciona o se hace alusión a la palabra stock se refiere al conjunto de productos o mercancías que están almacenados para luego ser vendidos o comercializados, para (Cáceres et al., 2008) dice que es la necesidad de conservar mercancías o bienes físicos almacenadas con el propósito de satisfacer la demanda sobre un horizonte de tiempo específico.

Para (Torres, 2014) dice que el stock es la provisión de productos en espera de su utilización posterior con el objetivo de tener la cantidad necesaria, en el oportuno momento, en el lugar preciso, con el costo mínimo, estas características definen el objetivo de la gestión del stock. Lo ideal no es tener de todo en exceso, es un medio para dar un buen servicio al cliente. La importancia del stock en el almacén no solo se puede ver en los procesos de gestión internos, es tratar de mantener las unidades necesarias en un tiempo determinado, que permita aumentar o mantener las ventas como una herramienta importante en el servicio al cliente. Dado que una de sus virtudes es permitir custodiar los productos en óptimas condiciones en los procesos de venta, y prevenir los deterioros del producto de tal forma que faciliten la realización de los inventarios.

Para (Gutiérrez, 2005) una de las recomendaciones que brinda está relacionada con los aspectos físicos de la mercancía como lo son el volumen, el peso, la resistencia cuando se apila, son temas que deben ser analizados cuidadosamente con el propósito de establecer condiciones idóneas para la organización y el almacenamiento de la misma.

## Tipos de stock

Los inventarios de la mayoría de las empresas normalmente buscan almacenarse en bodegas que realicen funciones como registros de salida y entrada de mercancía, protección de esta, optimización de los espacios y limpieza.

Como menciona (Meana, 2017) existen varios tipos de inventarios como lo son Los inventarios de materia prima son aquellos materiales iniciales en los que una empresa de fabricación a los proveedores les compra para convertirlos en productos finales. Los inventarios de trabajo en curso también se le conocen como artículos semiacabados, son materias primas que ya están siendo utilizadas, pero que no han terminado sus procesos para ser productos finales. Inventarios de productos terminados llamados también como productos finales como resultados de los procesos y transformaciones de la materia prima, ya en artículos que se pueden comercializar y aportar en los ingresos de los procesos de la compañía.

## Método ABC

Para (María Jose, 2019) la clasificación ABC se basa aplicando el principio de que el 20% de los productos generan el 80 % de las ventas, en ese mismo orden de ideas el 80 % de la inversión de inventario está concentrada en el 20% de los productos, de modo que se deben establecer unas categorías para clasificarlas que serían de la siguiente forma:

**CLASE A** son el 20% de los productos almacenados que representan el 80% de las salidas que son las que tienen una alta rotación y deben tener una ubicación estratégica para que facilite las entradas y las salidas en el menor tiempo posible.

**CLASE B** Son los productos almacenados que representan el 30% de stock en el almacén y que representan el 15% de las actividades de entradas y salidas, y son las que tienen una rotación media y no tan frecuentes como la clase A.

**CLASE C** estos productos representan el 50% del stock del almacén y que representan el 5% sobre el total de las ventas, y son las que tienen una rotación baja.

En el punto de venta estos métodos se emplean, ya que en el almacén permiten facilitar la organización de los productos para el almacenamiento, de acuerdo a su rotación y las ventas que generan, la identificación de ellos permite brindar ubicaciones estratégicas dentro del punto de venta que facilite el ingreso y la salida de los mismos. Para productos de alta rotación se requiere que tengan más capacidad de inventario para abastecer de forma eficiente y oportuna las necesidades del almacén, con respeto a las necesidades de los clientes y evitar futuros agotados, al igual que los métodos de clase B y C de acuerdo a su rotación se emplearán una cantidad requerida y un espacio acorde a la rotación que tenga cada determinado producto, de modo que pueda ser óptimo el aprovechamiento del espacio.

**Embalaje de productos:**

El embalaje de un producto hace referencia a los materiales que permiten acondicionar, almacenar, conservar, manipular, y transportar una mercancía, dentro de sus características se resalta que él debe ser resistente, conserve y proteja el producto.

Para (Vértice, 2010) existen tres tipos de embalajes, el primero es el que tiene contacto directo con el producto y de esa misma forma llega al consumidor, el segundo embalaje son unas cajas de diferentes tamaños que busca agrupar varios embalajes primarios para volverse una unidad de empaque tanto para el transporte como para el almacenamiento, el tercer embalaje se encarga de agrupar los embalajes secundarios para agrupar en los contenedores.

**Cálculo de capacidad de almacenaje de una bodega**

Señalar los espacios que pueden ocuparse en un almacén es importante a la hora de organizar mercancía, para (Escudero, 2019) dice que hay que conseguir una óptima utilización del espacio disponible para almacenaje, donde se deben analizar el volumen y la superficie, se mide en metros cuadrados y se puede calcular restando a la totalidad de la superficie del punto venta las zonas que son de recepción expedición y empaquetado. Para tener el número exacto hay que tener en cuenta dos parámetros la altura máxima y la superficie, el dato de la superficie se consigue cuando se realiza un contrato de alquiler o venta, ya que van descritos en los documentos. Con los resultados ya se pueden realizar comparaciones de los productos con las dimensiones y concluir si el espacio de almacenamiento es adecuado o no.

## 1.6 Marco Legal

Según el (*DECRETO 2649 DE 1993*, s. f.) decreta el capitulo II normas técnicas específicas, sección I normas sobre los activos el artículo 63, dice que los inventarios representan bienes destinados a la venta normal de los negocios, así como algunos que se encuentren en proceso de producción o que se consumirán o utilizarán en la producción para posteriormente ser puestos a la venta. El valor de los inventarios, el cual incluye todas las salidas de recursos financieros y los cargos indirectos y directos necesarios para ponerlos en condiciones de venta o servibles, se determina utilizando los métodos PEPS, primeros en entrar primeros en salir; UEPS últimos en entrar, primeros en salir, con el propósito de determinar el inventario y el costo de ventas final de cada año.

En el (*CONTRATO D DEPÓSITO - ART 1170 A 1191 DEL CODIGO DE COMERCIO*, s. f.) del capítulo II artículo 1180 sobre el depósito de almacenes generales, tratará de productos y mercancías especificados individualmente, sobre productos y mercancías designados siempre que sean de una calidad homogénea, usada y aceptada en el comercio; los productos y mercancías en proceso de beneficio o transformación que se encuentren en tránsito, por haber sido remitidos a los establecimientos de forma acostumbrada en el comercio.

Para (*Reparaciones en el contrato de arrendamiento | Gerencie.com*, s. f.) dice que las mejoras útiles al no ser necesarias el arrendador, no está obligado a responder por ellas y de hecho el arrendatario no puede hacerlas sin autorización, expresa del arrendador y por tanto deben ser asumidas por el arrendatario que las construye y las disfruta. Lo mismo que el artículo 1994 del código civil dice que “el arrendador no es obligado a reembolsar el costo de las

mejoras útiles, en las que no ha expresado su consentimiento de abonarlas; pero el arrendatario podrá llevarse y separar los materiales sin deteriorar el inmueble arrendado; a menos que el arrendador disponga, abonarle lo que valdrían los materiales considerándolos separados". En estos casos, la mayoría llegan a un acuerdo respecto al que va a asumir el costo de las mejoras.

## **1.7 Marco contextual**

Cuando se refiere a marco contextual se parte de la definición de que es la descripción del lugar del proyecto u objeto definiendo sus principales propósitos. La contextualización también es conocida como parte del planteamiento del problema, para efectos de lo que se desea investigar, sirviendo esta de herramienta y guía fundamental; presentando congruencia seguimiento durante todo el proyecto.

Tomando como referencia este concepto, se enuncia que la presente propuesta de mejoramiento en el almacenamiento de productos plásticos, en un punto de venta de la empresa Rimax, tomará lugar en la ciudad de Cali en Colombia, específicamente en el Barrio Santa Mónica Residencial, perteneciente a la comuna 2.

El punto de venta se inauguró el 19 de noviembre del 2020, siendo su apertura una solución e invitación para todos los hogares que deseen optimizar y renovar los espacios con artículos, de origen plástico, obtenidos de la transformación de su principal materia prima conocida como propileno.

Los artículos van dirigidos a todos los tipos de hogares, y necesidades, lo que diversifica y permite ampliar el catálogo dentro de cualquier espacio, ya sea a nivel familiar o institucional, la tiendas tiene como finalidad inspirar y brindar ideas de diseño de orden y decoración.

Debido a esto se evidencia que las tiendas son una ambientación que permite persuadir de manera objetiva y visual, la utilidad de dichos artículos y recrear las zonas de uso, el cliente Rimax suele ser práctico, innovador, en busca de encontrar soluciones de orden y diseño que contrasten con su nivel de vida, lo que significa que el punto de venta debe de estar adaptado de manera que se pueda lograr tanto este objetivo de exhibición, como el de aumentar el volumen de ventas. Y para lo cual, se determina que existe un desacierto, donde se busca mejorar en la propuesta, ya que son productos de gran demanda, se considera de suma importancia que cuenten con la adecuada capacidad de almacenaje y bodegaje para cubrir la realización de las ventas, despachos y pedidos correspondientes.

El objetivo de exponer una propuesta de mejora en el almacenamiento de productos plásticos del almacén, puesto que el establecimiento presenta disminución de venta y afectación en los presupuestos al no contar con la suficiente capacidad instalada, en este caso de espacios aptos para poder almacenar mercancías en la manera requerida.

## Metodología

La sistematización cuenta con el despliegue de una serie de herramientas de recolección de información, herramientas de ordenamiento, análisis e interpretación de la información. En el diseño y desarrollo de las herramientas se utilizarán fuentes de información: primarias y secundarias, según se considere en cada etapa.

Dado lo anterior, el método se conforma tanto por las herramientas brindadas durante el proceso de asesoría, a la sistematización como por las herramientas que se vayan construyendo a lo largo de la práctica profesional.

Para un trabajo de sistematización tiene como concepto según (Arizaldo, 2018) el ordenamiento, la organización, la clasificación de la información obtenida para estructurar bases de datos.

La sistematización incide en la organización y ordenamiento de la información con el objetivo de desarrollar y explicar la variedad de sucesos durante un proyecto, que circunstancias intervinieron para la obtención de resultados y sobre las lecciones aprendidas.

**Enfoque Cualitativo** según (Strauss & Corbin, 2016) dice que el método cualitativo es todo tipo de investigación que produce hallazgos que no se pueden encontrar, por medios de cuantificación o procedimientos estadísticos, puede orientarse sobre la vida de personas, las experiencias vividas, las emociones, los comportamientos y sentimientos, así como el funcionamiento organizacional, los fenómenos culturales, movimientos sociales, culturales y la colaboración entre las naciones.

Todo tipo de investigación inicia desde situaciones observadas que crean una cadena de preguntas e inquietudes que no tienen respuesta en el momento, pero que al realizar un proceso de desarrollo van a brindar r solución.

Se utilizará el método cualitativo en este trabajo, ya que por medio de este se realiza investigaciones sobre las experiencias vividas en el área laboral y su entorno, como el comportamiento de los clientes, el funcionamiento y los procesos presentados por la empresa, los datos se podrán conseguir mediante entrevistas no estructuradas con los clientes y observaciones en el punto de venta.

Tipo descriptivo Según (Strauss & Corbin, 2016) dice que la descripción se nutre del vocabulario ordinario para expresar ideas sobre cosas, así como suelen hacerlo con personas, escenas, acontecimientos, acciones, emociones, el lenguaje, para expresar lo que está pasando, como se ve el panorama, que está haciendo la gente, convirtiendo los acontecimientos ordinarios en extraordinarios.

En este trabajo mediante ella se identifica y expresan ideas que acontecen en el punto de venta, describir las situaciones que se viven en el día a día con los clientes sus quejas cuando no están conformes, reclamos, ideas, sugerencias, permiten explicar el panorama que se vive en ella y brindar argumentos frente a los procesos de la empresa que afectan directamente el punto de venta.

técnica de Observación según (Acuña, s. f.) dice que la observación es la inspección y estudio realizado por el investigador utilizando los sentidos, puede ser en ocasiones con ayuda de aparatos técnicos y en otros no, de los hechos o cosas de interés social tal como tienen o son los lugares involuntarios y se considera que la observación juega un papel importante en la investigación ya que los hechos son unos de sus elementos principales.

Esta técnica de observación se utiliza dentro del punto de venta viendo los procesos internos de solicitud y recibo de mercancía, cuando se realiza la orden de transferencia y se aplica el diagrama de procesos de abastecimiento, se observa y se analiza que la solicitud se debe realizar los días sábados y despachos realiza la entrega de dicho pedido los días jueves, como resultado hay un lapso bastante amplio para cubrir los agotados que se habían solicitado y los que se generan mientras llega la mercancía, llegando a la conclusión de que siempre se van a generar agotados por el tiempo de espera.

Se realiza esta observación y análisis con el objetivo de hallar la causa de los agotados y del porque no se puede realizar un aumento de producto de inventarios, es también adicionar que se permite observar que con el ingreso de las nuevas referencias al punto de venta y al ingresarlos los espacios de almacenamiento se ajustan y disminuye las cantidades de inventario por producto para poder almacenarlos, lo que impide solicitar más cantidad en los otros artículos, y se abre la necesidad de buscar lugares donde se pueda tener alternativas de almacenaje, en el momento de las ventas las reacciones que han tenido los clientes cuando no encuentran el producto que desean, la utilización del lenguaje que expresan, lo que piensan y el panorama que plantean, con la problemática.

La entrevista para (Kvale, 2012) es una conversación que tiene un propósito y una estructura determinada por una parte el entrevistador, es un intercambio profesional que va más allá de lo normal de escuchar ideas como una conversación cotidiana y se transforma en un acercamiento relacionado en el interrogatorio cuidadoso y la escucha con el objetivo de obtener conocimiento.

Entrevista No estructurada para (Munarriz, 1992) es cuando se utiliza al principio de un estudio antes de iniciar la observación, permite tomar las decisiones de aspectos centrales del problema a investigar, los guía en la selección de escenarios, en el acopio de documentos antes de entrar en el campo de estudio. No existen preguntas concretas si no que la finalidad del investigador es recolectar datos generales iniciando con personas que tienen información del problema.

Para este trabajo en el punto de venta se utiliza el tipo de entrevistas No estructuradas porque no se realiza con un documento de preguntas establecidas, se dan con el objetivo de poder escuchar y brindar respuesta a los clientes, en situaciones cuando esperan del almacén poder satisfacer sus necesidades, y no encontrar esa solución y el respaldo correspondiente por la empresa, cuando desean comprar algún producto y no se encuentra disponible, no por motivos de fabricación si no por motivos de espacio en la capacidad de almacenamiento, dentro del punto de venta. Teniendo como resultado las inconformidades y las indagaciones como para cuando lo requiere, que uso le va a brindar, para obtener información sobre lo que piensan, cuáles son sus ideas, sus emociones, sus comportamientos y sugerencias como recolección de información.

### **Fuentes de información**

Haciendo referencia se obtendrá la información que requiere para el análisis. realizándola en el punto de venta Rimax de santa Mónica de la ciudad de Santiago de Cali, Se utilizan principalmente fuentes primarias, ya que proporcionan datos de primera mano, como lo son los clientes directos del almacén en el punto de trabajo, la empresa. También las fuentes secundarias como lo son libros, artículos, documentos, información de la empresa.

En este apartado se definirán:

- a. **Las actividades** que realizará en cada etapa del proceso de

Cabe destacar que para la realización de la primera fase 1.1. se desarrolla mediante la observación, ya que en la realización de las prácticas profesionales mediante las experiencias permite conocer los procedimientos y procesos que se realizan dentro del punto de venta, coordinados y orientados por la supervisora nacional de tiendas propias quien instruye las directrices mediante reuniones con el personal de cada tienda para el tema de almacenamiento, productos, y los nuevos procesos de despachos y reposición de mercancía.

Esta observación se realiza el 5 de febrero del 2022 durante 2 horas, cuando se aplicó el nuevo proceso de abastecimiento donde se identificó que al realizarlo se presenta la necesidad de aumentar el número de productos, por artículos para abastecer la demanda ~~ya~~ que la fecha del próximo pedido se encuentra distante.

El 10 de febrero del 2022 se realiza la observación durante 3 horas, cuando se recibe la mercancía solicitada del 5 de febrero del 2022, identificando que los productos recibidos solo abastecían los artículos que se había requerido hasta esa fecha en la que se generó, pero como resultado del transcurso de los días antes de llegar el pedido se generaron más agotados lo que el tiempo de espera para reponer dichos artículos se alarga mucho más, dando como aporte negativo para el punto de venta. Adicionalmente, ingresan a la tienda en ese mismo despacho 16 referencias nuevas de a 3 colores cada uno con un total de 48 unidades, que deberán almacenarse en el espacio de bodega ya establecido, que como consecuencia se deberá disminuir las unidades de stock de otros artículos para brindar espacio a los nuevos.

Para la fase 1.2 se realiza entrevistas no estructuradas conversatorios con los clientes propios del punto de venta sobre las necesidades, requerimientos y sus inconformidades presentadas cuando no encuentran los productos que solicitan en el punto de venta, prefieren irse sin comprar nada a otro sitio antes de esperar por una semana o dos hasta que el producto llegue de nuevo al almacén, problemática que genera pérdidas de ventas y dificulta para el cumplimiento de presupuestos.

Estas entrevistas no estructuradas se generaron entre la semana del 12 al 16 de febrero de aproximadamente 10 minutos con cada cliente que nos visitó y manifestaron su inconformidad, sus quejas, reclamos, sugerencias que tuvieron al momento de acercarse al punto de venta solicitar un producto y no pudieron satisfacer esa necesidad porque se encontraban agotados como resultado del nuevo proceso de abastecimiento, realizado por la compañía siendo otro aporte negativo, adicionalmente las ventas que se pierden y por ende aumenta la dificultad para el cumplimiento de los presupuestos.

En la fase dos 2.1 se realiza una conversación entre gerente de ventas y administrador del punto de venta con el fin de informar las observaciones presentadas y obtenidas en el almacén sobre las problemáticas identificadas para el almacenamiento de productos, con más días de inventario y la inclusión de nuevas referencias para el punto de venta.

Esta conversación se realiza el 4 de marzo de 2022 alrededor de 1 hora donde se le manifiesta al gerente de las tiendas propias y a la supervisora los resultados obtenidos de las observaciones realizadas por el nuevo proceso de abastecimiento, y los aportes negativos tanto de agotados como el ingreso de nuevas referencias que se están presentando en el almacén y las inconformidades que manifestaron los clientes. Esta conversación deja como constancia la problemática que se está presentando en el punto de venta para que revisen el tema y puedan proponer alguna solución.

Para la fase 2.2. con el fin de realizar la propuesta de mejora ejerciendo las prácticas profesionales, se realiza un método de observación y fuente de datos dentro del punto de venta en el entorno cotidiano, en inspección de lugares y espacios alternativos que puedan ser utilizados como propuesta a la falta de almacenamiento, por cambios de los procesos en el área de despachos de la compañía y por el ingreso de nuevas referencias hacia el punto de venta.

Esta propuesta se empieza a generar el 20 de marzo, mientras realizan trabajos de mantenimiento en el punto de venta donde mediante la observación se analiza y se identifica unos espacios que se encuentran sellados desde la apertura de la tienda, como resultado el nacimiento de una iniciativa que consiste en la posible utilización de los espacios del almacenamiento en el punto de venta.

Para la fase tres 3.1 con la idea de plantear una propuesta a las necesidades y brindar una solución a la problemática, se realizará una entrevista con el gerente de tiendas, la supervisora de puntos de venta, y el equipo de trabajo del almacén y se les comunicará sobre la alternativa de poder utilizar los espacios que se encuentran sellados y que pueden acondicionar para ser utilizados como lugares de almacenaje.

Se realiza una conversación el 30 de marzo con el gerente de ventas y la supervisora sobre los espacios sellados encontrados en el punto de venta como alternativa para ampliar los lugares de almacenamiento que permitan brindar una mejora en el inventario de productos plásticos para el punto de venta.

La inspección diaria del campo de práctica en el punto de venta complementa y ayuda a realizar observaciones, enfocadas a la identificación de las necesidades y problemáticas del punto de venta, lo que permite también desarrollar y plantear soluciones efectivas.

Se continúa con la fase 3.2 de la recolección de los resultados, ya que, mediante las intervenciones del grupo de trabajo del punto de venta, permitirán llevar al gerente de tiendas a solicitar un informe y análisis por parte del arquitecto de la compañía para recoger evidencias y determinar si es alcanzable y viable la propuesta, de acuerdo con la necesidad.

Para el 15 de abril el gerente de las tiendas solicita la visita del arquitecto de la empresa al punto de venta para la verificación de planos y estado de los lugares sellados, con el fin de ejecutar el alcance y viabilidad de la propuesta realizada y obtener resultados como la capacidad de almacenamiento que se puede generar acondicionándolos.

## d. Cuadro resumen

A continuación, se muestra la tabla con la información guía para el proceso de sistematización.

**Tabla 1**  
*Cuadro resumen metodología*

Actividades ¿Qué?	Técnicas e instrumentos ¿Cómo?	Fuentes de información ¿Quiénes? ¿Dónde?
<b>Fase 1 situación inicial</b>		
Actividad 1. 1 Caracterización del objeto	Identificación y observación de los procesos	supervisora nacional de tiendas propias, punto de venta Rimax Santa Mónica Cali
Actividad 1.2 Diagnóstico de necesidades	Entrevistas	Clientes propios del punto de venta, cifras proporcionadas por la compañía
<b>Fase 2 Intervención</b>		
Actividad 2.1 Entrevista con el jefe inmediato	Identificación de necesidades por almacenamiento, entrevista	Gerente de tiendas propias
Actividad 2.2 Construcción de la propuesta	De campo	Estudiante en prácticas profesionales
<b>Fase 3 situación Final</b>		
Actividad 3.1 Evaluación planteamiento y alcance de la propuesta.	Entrevistas, Conversatorio	Gerente de tiendas, supervisora nacional de tiendas propias, asesora del punto de venta, administrador, y estudiante de prácticas profesional
Actividad 3.2 Análisis de los resultados	Factores positivos y viabilidad	Informe y análisis del arquitecto de la compañía

## **1.8 Análisis e interpretación de la experiencia. Descripción de la Organización**

### **1.9 Perfil Sociodemográfico**

#### **1.10 Contexto**

Para determinar una segmentación y demografía del capital humano es importante reconocer la historia y evolución de la compañía.

Plásticos Rimax es la empresa constituida oficialmente desde 1953 y fundada y reconocida en 1987 gracias a que logró ser la primera empresa en adquirir la tecnología de inyección de muebles en monobloque, creando diferentes moldes y artículos para el hogar.

La empresa se consolidó, de tal manera que logró generar lovemark (recordación de marca) desde sus inicios, ya que, los clientes, al buscar una silla plástica buscan una RIMAX, independientemente de la marca demostrando que la fidelización se logra con innovación, practicidad y funcionalidad.

Cuenta con innumerables puntos de venta y distribuidores, y gracias a su reconocimiento entendió que era posible crear tiendas propias que dinamizarán la experiencia y presenta diferentes ideas de innovación y diseño a los clientes, presentando el catálogo completo, logrando no solo vender si no inspirar al público a renovar sus espacios.

Dentro del contexto interno, Plásticos Rimax comprende que la estructura organizacional y el comportamiento institucional, van de la mano para lograr una ética, que establezca de manera asertiva el desarrollo personal de cada colaborador, siempre en pro del crecimiento, cumpliendo leyes y regulaciones, protegiendo los conflictos de interés tanto de la dirección como los del empleado.

El Código de ética y conducta de la compañía, señala que la responsabilidad de cuidar la identidad de la empresa debe ser fundamentada bajo los siguientes aspectos; Leyes antimonopolio y de competencia, Leyes de regulaciones del medio ambiente, Confidencialidad de la información y negociación de acciones, Actividades políticas y contribuciones, Secretos de comercio e información confidencial, Uso de fondos de la compañía, activos e información y veracidad de los libros de contabilidad, Pagos a Segundos países.

El capital humano es fundamental en el desarrollo de la compañía, debido a esto el propósito es brindar amplias oportunidades y herramientas a los trabajadores, que les permitan desarrollarse como personas y colaboradores evidenciando la responsabilidad corporativa de la marca.

### **1.11 Filosofía organizacional o corporativa**

La práctica profesional se realizó en la empresa plásticos Rimax compañía dedicada a la comercialización y fabricación de productos plásticos para el hogar, institucional y para empresas que exporta a diferentes países a nivel nacional e internacional.

El área donde se ejecutó la práctica es comercial, la empresa cuenta con varios puntos de venta, específicamente estoy asignado en el almacén de la zona norte de la ciudad de Santiago de Cali, como administrador, garantizando el correcto funcionamiento comercial, administrativo y operativo, bajo los procesos y políticas establecidas, asegurando la satisfacción del cliente y cumpliendo el presupuesto de ventas y acciones comerciales.

#### **1.11.2 Misión**

Nuestra misión es comercializar y producir nacional e internacionalmente para hogares, industria e instituciones, productos basados en la transformación de resinas plásticas, con diseños modernos e innovadores, de gran durabilidad y funcionalidad para hacer más agradable, productiva y fácil sus vidas y negocios.

#### **1.11.3 Visión**

Seremos en Colombia la marca de productos plásticos más reconocida y recomendada por simplificar la vida de las personas a través de soluciones prácticas, sosteniendo y defendiendo el liderazgo en las diferentes líneas siendo la primera opción para los consumidores.

#### **1.11.4 Políticas de la organización**

Compromiso con la calidad, todas las acciones están encaminadas a satisfacer en forma permanente las necesidades de los clientes y consumidores apoyadas en procesos eficientes con altos estándares de desempeño.

Trabajan con creatividad para desarrollar y renovar productos estratégicos, procesos y servicios con mentalidad abierta hacia el cambio estimulando la investigación en recursos e insumos, tecnología de punta y necesidades del consumidor.

Comprometidos con el mejoramiento de todos los aspectos ambientales y la reducción de los impactos potenciales que puedan afectar las generaciones futuras. Contribuyen de manera activa en los procesos de reciclaje en la región, el país.

#### **1.11.5 Valores corporativos**

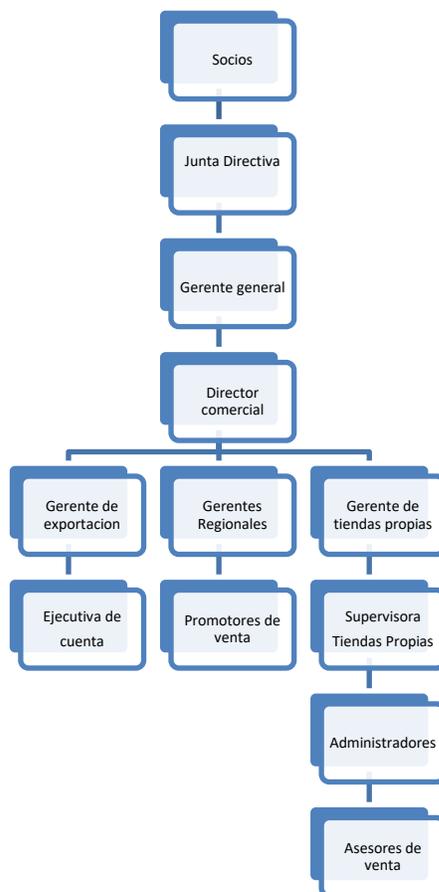
apostándole a lo humano, convirtiendo a Rimax en la empresa donde todos nos sentimos orgullosos de pertenecer, encontramos valores corporativos como es la pasión, el compromiso, y el empoderamiento.

Se identifican con un proceder ético determinado por consideraciones de equidad justicia, rectitud de nuestros actos y cumplimiento de las normas legales.

Respetan y aprecian a los colaboradores, sus familias y su trabajo reconociendo sus opiniones, aportes e iniciativas. Propiciamos oportunidades iguales para nuestro personal, clientes y proveedores logrando una relación estable y duradera con la empresa.

### 1.11.6 Organigrama del área de práctica

**Figura 1**  
*Organigrama área comercial*



**Fuente: elaboración propia.**

### 1.12 Análisis del sector productivo

Rimax es una empresa dedicada a la transformación y comercialización del plástico, al igual que otras empresas como extra, Vanyplas, e Imusa son compañías que manejan distribuciones grandes, ya que no solo distribuyen a canales modernos sino también a mayoristas y por ende generan también, volúmenes de ventas representativas.

para la empresa Rimax su comercialización de productos plásticos no solo son nacionales, también llega a más de 30 países en toda América, algunos países de Europa, Asia y Oceanía.

Para el diario la república (S.A.S, s. f.) dice que la industria del plástico en Colombia y el mundo es hoy conocida por su innovación y tecnología, también porque ha demostrado la capacidad de transformarse, lo que ha permitido crecer en los primeros trimestres del año 2021 un 22,2% frente al año 2020, teniendo en cuenta que cuando se habla de la industria del plástico no solo se trata de productos finales sino que también una cadena que inicia por los insumos, en Colombia para el 2020 el procesamiento de resinas plásticas registro una cifra de 1,33 millones, como material más demandado en ese año para la fabricación de distintos productos de plástico, dentro de los datos relevantes del país se destaca que hay alrededor de 3.600 empresas de la industria del plástico, se tiene como proyección para el 2030 promoción del consumo masivo responsable, economía de exportación con valor agregado acorde a tendencias globales.

A pesar de los efectos económicos que ha dejado la pandemia y que ha venido enfrentando el sector plástico la oferta y la demanda se sigue manteniendo en buen camino.

En la (*Entrevista director de ACOPLASTICOS 2022, s. f.*) dice que en cifras positivas termino el 2021 para la industria plástica colombiana, a pesar del aumento en el precio de las resinas, conservó una línea de recuperación económica en el sector, y creció en sus exportaciones e importó más tecnología para el reciclaje de materiales. El sector va creciendo en las exportaciones con tasas de 26% en los productos plásticos y 68% en las materias primas plásticas.

El país cuenta en este momento con algunas normas que está relacionada con los productos plásticos, el impuesto sobre las bolsas plásticas que se están entregando en los establecimientos de comercio desde el 2017 y tuvo un impacto fuerte sobre el sector, la segunda norma de responsabilidad al productor para el sector de los envases y empaques en la que exige el cumplimiento de unas metas de reciclaje, en busca de dinamizar los mercados de esta.

Para (Qproscolumbia, s. f.) la industria del plástico orienta sus enfoques hacia nuevas y diferentes tendencias, de acuerdo con las necesidades de los consumidores y de su entorno. La situación actual y los cambios del mercado mundial han orientado a los plásticos estén determinados por su impacto ambiental sostenibilidad y viabilidad económica, en diferentes países se han venido estableciendo regulaciones que obligan a implementar la economía circular de los plásticos que consiste en rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, reciclar y recuperar, como principios de sostenibilidad ambiental para evitar los materiales plásticos de un solo uso, y producir materiales 100% reciclados y reciclables, la industria transformadora de plástico se encuentra en procesos de migración del plástico rígido al plástico flexible, esta tendencia se relaciona con la optimización de recursos debido a que si se usa empaques

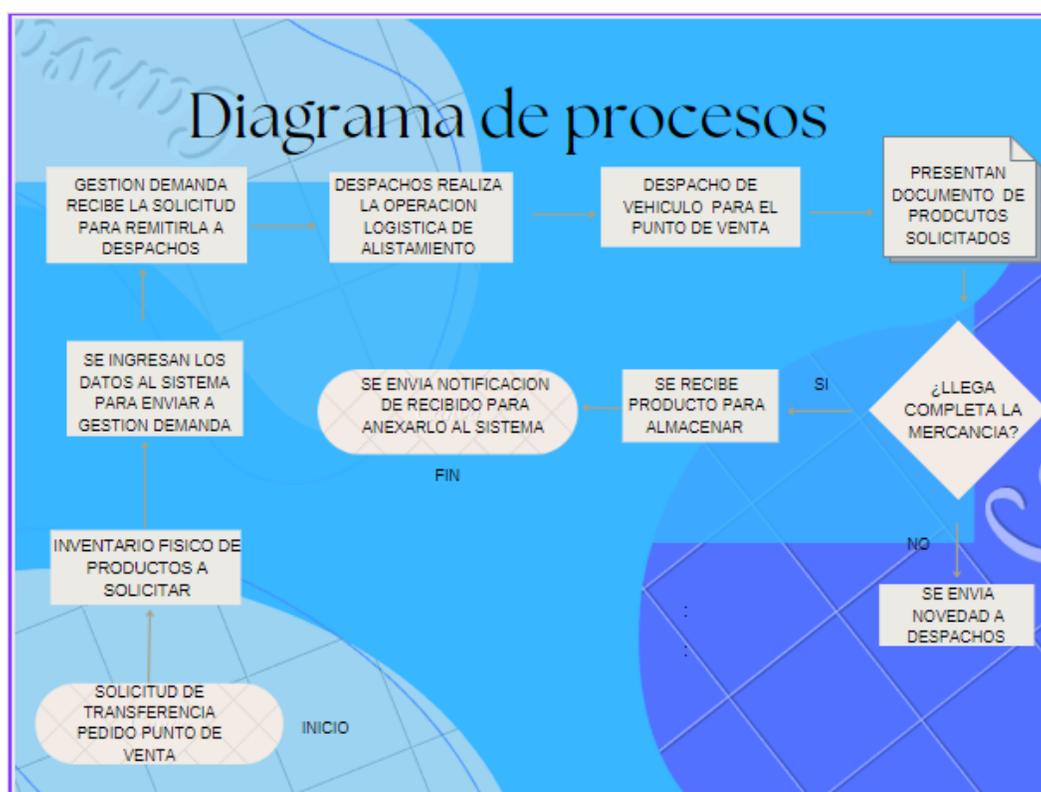
flexibles, se disminuye el espesor del empaque lo que implica menos costos y se tiene como resultado envases que pueden ser reciclables y amigables con el medio ambiente.

### 1.13 Diagrama o mapa de procesos

En este espacio una vez se realice el diagrama o mapa de procesos.

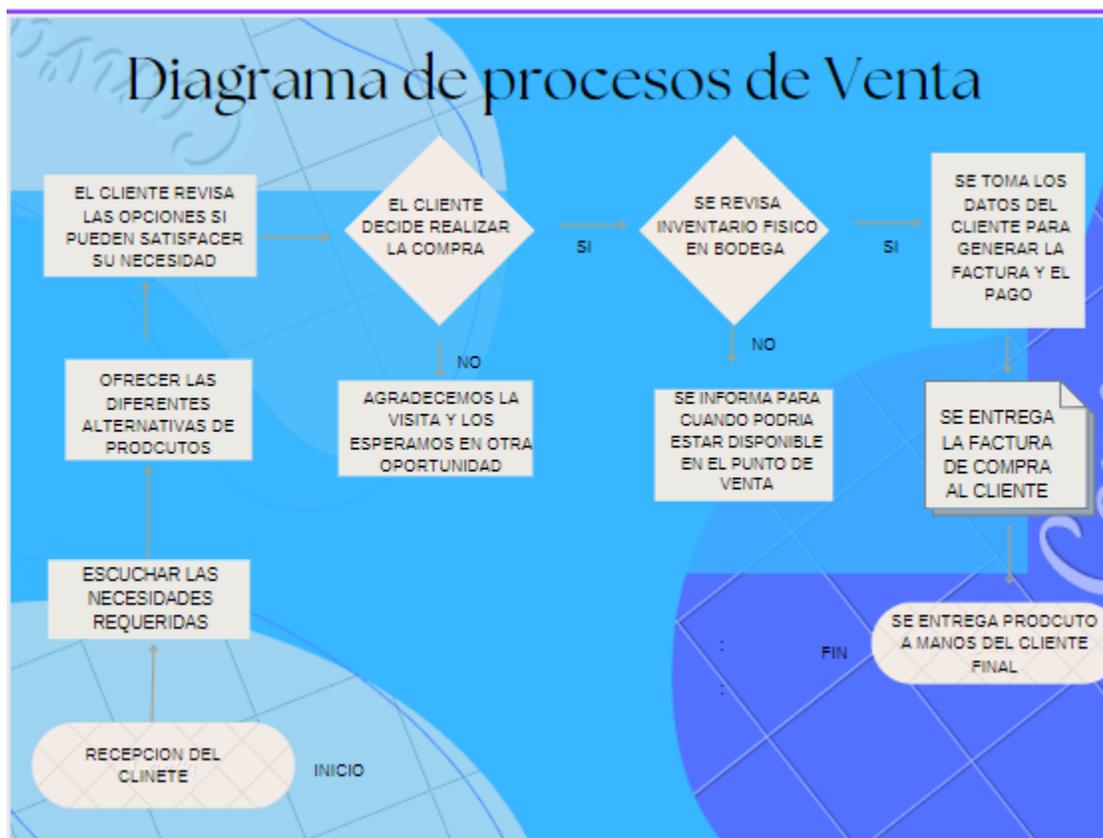
**Figura 2**

*Diagrama o mapa de procesos de abastecimiento y de ventas.*



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

**Figura 3**  
Diagrama de procesos de venta



Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

## Diagnóstico inicial de la organización

### 1.14 Diagnóstico inicial Administrativos

**Figura 4**  
*Análisis Dafo*



### 1.15 Cumplimiento de los requisitos legales

Dentro de los requisitos legales que debe tener una empresa para su funcionamiento se encuentran el certificado de uso del suelo que es el que regula el tipo de establecimiento o negocio que se puede establecer en un sector dependiendo de su localización o dirección, para este documento se debe diligenciar el formulario con los datos personales y la actividad la cual se dese desarrollar. Otro requisito legal es el certificado de seguridad este documento certifica

que se cumplen con condiciones mínimas de seguridad como sistema de protección contra incendios vías de evacuación, y salidas de emergencia, señalización adecuada etc. Para este documento se debe solicitar la visita de un inspector, adjuntar copia del certificado de cámara y comercio y del Rut, se realiza este proceso después de haber matriculado el establecimiento en la cámara y comercio y registrarlo en la DIAN.

El Concepto sanitario documento que certifica que se cumplan las normas básicas de salubridad, este concepto se realiza con la visita de la secretaria de salud municipal al establecimiento, y se debe sacar antes de que esté en funcionamiento el establecimiento, el certificado de Sayco&Acinpro referente a los derechos de autor.

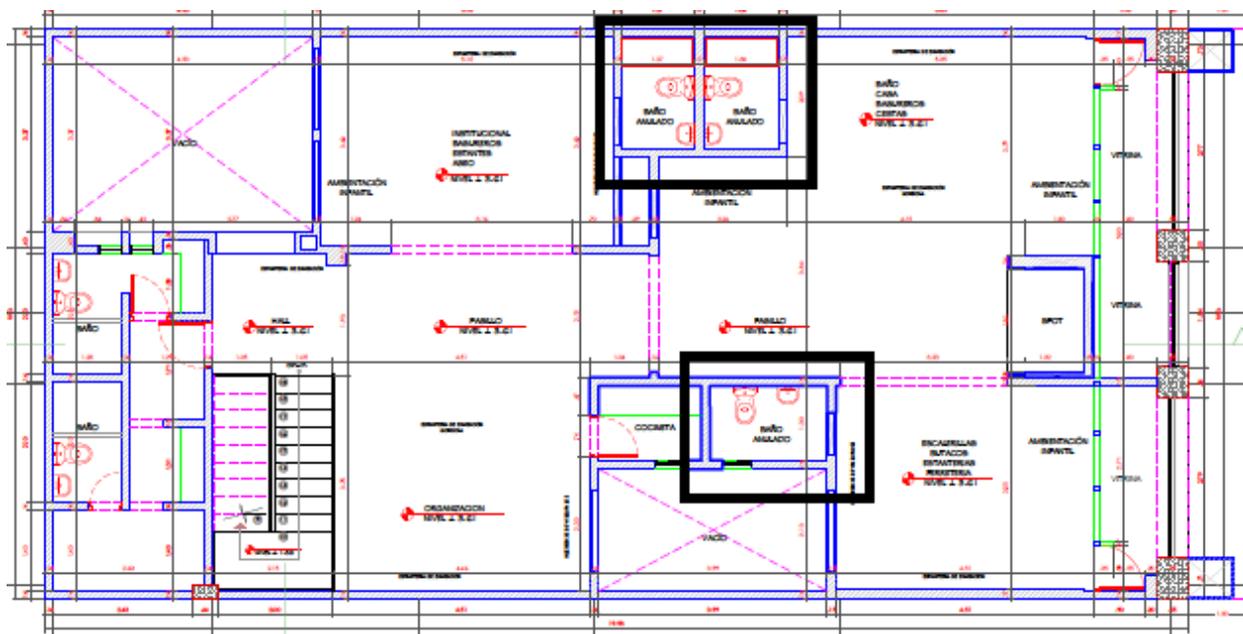
#### **1.16 Identificación de necesidades**

Para el punto de venta se identifican necesidades como la implementación de nuevos espacios que permitan almacenar adecuadamente las nuevas referencias ingresadas por la compañía ya que parte de ellas se encuentran ubicados en los pasillos del almacén y están afectando el layout del punto de venta, adicionalmente poder incrementar el stock de los productos que tienen alta rotación y que generan mayor venta debido al cambio en los procesos de abastecimiento implementados por la compañía, también la organización de otros productos que se encuentran mezclados con otros artículos para llevar un mejor control de inventarios, reducir las averías, porque con el actual espacio de almacenamiento no es posible satisfacer las necesidades y por ende disminuye la eficiencia en el servicio al cliente y el trabajo operativo.

### 1.17 Descripción propuesta de mejoramiento y/o solución.

De acuerdo a la problemática ya planteada y expuesta al gerente de las tiendas y a la supervisora, en días continuos el personal de mantenimiento preventivos del punto de venta realizan unas labores pendientes que se debían llevar a cabo, que por medio de dicha actividad se da el hallazgo de espacios que se encuentran sellados dentro el punto de venta desde el inicio y levantamiento del almacén, esto permitió dar inicio a la propuesta de mejoramiento y solución en la que consiste en revisar los espacios bloqueados internos de la tienda, como primera medida se solicitó los planos del punto de venta al gerente de las tiendas, imagen que se anexa a continuación.

**Figura 5**  
*Planos iniciales punto de venta*



Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

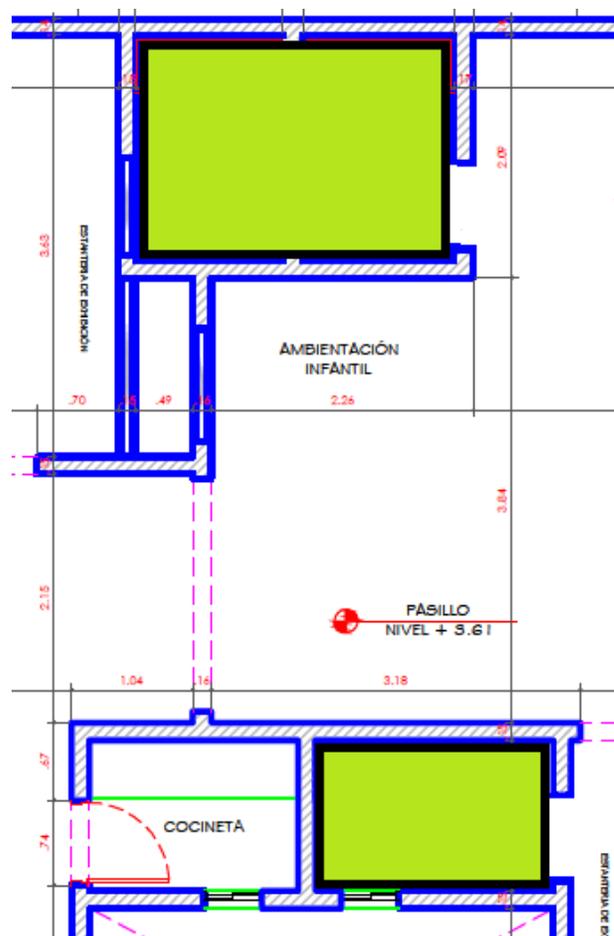
Con estos planos se puede realizar la verificación interna de lo que contenían dichos espacios bloqueados, dando como resultado a conocer que eran áreas de baños, se plantea que deba hacer la verificación el arquitecto de la compañía para realizar el alcance y la viabilidad de la propuesta.

Una vez realizada la visita del arquitecto brindara el análisis y el alcance, como propuesta positiva ya que indica que los espacios pueden acondicionarse retirando los artículos como inodoro y lavamanos de forma que puedan adaptarse para espacios de almacenamiento, en el área donde se encuentran los dos baños juntos esta la viabilidad de romper la pared del medio ya que no se encuentran columnas que impidan unificar y dejar un sola zona almacenamiento, dadas las medidas brindadas en el plano y con la inspección del arquitecto ofrece la tentativa de obtener en ambos espacios un total de 20 m<sup>3</sup>, espacio suficiente para guardar las cajas encontradas en los pasillos y también para otros artículos que se requieren aumentar sus stock para abastecerse por el cambio de procesos de abastecimiento y ya con la información otorgada y el aval del gerente, pasaría a solicitar formalmente la autorización del dueño del local para realizar dicho trabajo, si se logra el permiso el arquitecto pasa a efectuar la cotización correspondiente a la realización de dicho trabajo, cotización y propuesta que será presentada a la junta directiva de la empresa donde estudiarán y realizarán el aval para llevar a cabo dicha realización del proyecto.

Reunión donde también se planteara las ventajas de esta propuesta como lo es la optimización de áreas disponibles para almacenamiento, áreas correctamente organizadas,

mercancías en óptimo estado reduciendo las averías, incremento en la productividad y rentabilidad de las mismas, ahorro en tiempo de ingreso y salida de inventarios, disminución de pérdidas de ventas por los agotados, con base al inventario se determinara el mejor lugar para almacenamiento por lo que siempre se tendrá disponible artículos de alta rotación, ahorros de tiempo para encontrar los productos, sostenimiento en el tiempo del layout del almacén. Una vez realizada y terminada la obra quedaría como la siguiente imagen con los espacios obtenidos.

**Figura 6**  
*Planos terminados de espacios obtenidos*



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

Con la ampliación realizada de los espacios para el almacenamiento de productos, y aumentando la cantidad de inventarios que podría ser hasta por dos semanas para los artículos

que tienen alta y mediana rotación, a corto plazo las solicitudes de transferencia pedido (proceso de abastecimiento) que se realicen, se reducirán las cantidades a pedir semanalmente por lo que al tener mayor volumen de inventario se solicitará solo lo que se vaya requiriendo necesario y solo tener en cuenta aquellas ventas puntuales que se realicen, en el área de despachos los cobros de fletes se realizan de acuerdo a la distancia y la cantidad de volumen de peso de los productos por ende si las ordenes de transferencia minimizan su volumen se reducen los costos de traslado y reduce la carga logística que conlleva el proceso de abastecimiento del punto de venta.

Con respecto a los inventarios se mejorara considerablemente la organización de los productos por categoría y por referencia y dejarían de estar mezclados con otras categorías como se encuentran actualmente, reduciendo las averías por mal almacenamiento y rotación de las mismas, lo que facilitaría el manejo de inventarios físico y sistema, y optimizaría el tiempo en la realización de la lista de productos que se solicita al área de despachos para la empresa cuando realicen el inventario general del punto de venta, también mejorara porque reducirán el tiempo de trabajo que deben prestar para realizar las conciliaciones físicas con las teóricas del sistema siendo eficientes en la obtención de resultados más reales, minimizando los costos por tiempo laboral prestado para dicho trabajo en el punto de venta.

- Uno de los objetivos específicos del trabajo está en organizar el inventario de los productos, ubicarlos con mayor facilidad y mantener las mercancías en buen estado. Dentro de La problemática planteada en mejorar el almacenamiento de los productos plásticos, se encuentran artículos que por la ausencia de espacio en las bodegas se han ubicado en la sala de ventas como se observa en la siguiente imagen.

**Figura 7**  
*Productos almacenados en el punto de venta*



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

Productos como son los cajoneros, cajones móviles, estanterías plásticas, butacos bar, que por el layout del almacén no deberían de estar en esos lugares del punto de venta, sino en un espacio adecuado que permita su organización y ubicación con mayor facilidad y conservar su buen estado, para ello adaptar esos lugares que se encuentran sellados en espacios de almacenamiento, permitirá brindar una solución viable a esta problemática.

Para el tema de los cajoneros se propone organizarse de forma vertical, no requiere herrajes ni estanterías, por su liviano peso puede apilarse hasta en un máximo de 4 cajas a la altura aproximada de la bodega, en el tema de su rotación los cajoneros fíjese vienen de 3 gavetas es el artículo que tiene alta rotación y el cajonero de 4 gavetas es quien tiene una

rotación más lenta, se organizará de forma vertical por referencia, de acuerdo a su tipo de embalaje de cartón, en forma cuadrada y espesor gruesa permitirá ser apilada sin que cause averías y preserve su estado.

**Figura 8**  
*Los cajoneros y forma de almacenarse*



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.

Para los artículos como las estanterías plásticas se plantea organizarse con herrajes metálicas ya que por el peso del producto no es viable que se apilen si no que tengan soportes para dividirse, por su rotación las estanterías plásticas que vienen de 4 niveles es el artículo que tiene alta rotación y la estantería de 5 niveles es quien tiene una rotación más lenta, se

organizaran de forma vertical en los herrajes ya que su tipo de embalaje es rectangular, de esa forma se evita se presenten averías conserve su estado y también futuros accidentes.

**Figura 9**  
*Estanterías plásticas y forma de almacenarse*

**Estante Solido 15" De 5 Niveles**



**Estante Solido 15" De 4 Niveles**



**Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.**

Para los artículos como los cajones móviles se plantea organizarse de forma apilada vertical ya que su diseño permite organizarse de forma óptima encajando una sobre otra, por su rotación los cajones móviles gris es el artículo que tiene alta rotación y el cajón móvil azul es quien tiene una rotación más lenta por lo que se tendría menos unidades que la gris, de esa

forma se evita que se presenten averías conserve su estado y también futuros accidentes mejorando las entradas y salidas de mercancía.

**Figura 10**

*Cajón móvil y forma de almacenarse*



**Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.**

Para los butacos bar, butaco grande y butaco pequeño se propone organizarse de forma verticalizada por referencia y por color, no requiere estanterías, por su liviano peso pueden ordenarse hasta por 6 unidades por referencia, los butacos grandes tienen alta rotación a

comparación del butaco bar y butaco pequeño que son de rotación baja, su tipo de embalaje por unidad permite su fácil almacenamiento y también para el ingreso y salida de esta, sin que cause averías y preserve su estado.

**Figura 11**

*Los butacos y forma de almacenarse*



**Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.**

Para el almacenamiento de los basureros se propone organizarse por colores y de forma verticalizada, su liviano peso y diseño cilíndrico permite ordenar fácilmente y apilarse, la rotación del basurero de 100l litros es alta mientras que los basureros evo de 50 L es lenta, se organizara de forma vertical por referencia, de acuerdo con su tipo de embalaje circular permite almacenarse fácilmente de forma organizada sin que cause averías y conserve su estado.

**Figura 12**  
*Basureros y forma de almacenarse*

**Basurero Manejo Residuos 100 Litros**



**Papelera Evo 50 Litros**



**Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos por la empresa.**

Con esta propuesta se lograría mejorar la organización de cada uno de los productos, por referencia y por categoría, ya no estarían presentes en la sala de ventas, se reducirían las averías, y se optimizaría el tiempo con los inventarios de ingreso y de salida de la misma.

- Determinar la capacidad de almacenamiento de acuerdo con las superficies, Con la identificación de las superficies se propone organizar las categorías de los cajoneros, las estanterías plásticas, los cajones móviles, los basureros y los butacos en los espacios adquiridos de forma que permitan estar más cerca de su categoría del punto de venta facilitando el ingreso



**Tabla 2**  
*Cantidades de almacenamiento espacio superior*

Articulo	Medidas	m3 por articulo	Espacio para ubicar	m3 del espacio	Total en unidades que caben aprox.
Cajoneros	44x34x32	0.047	257 x 44 x 160	1,8	35
Basureros	67x59x89	0.35	128x 59x190	2,4	18
Cajón móvil	81x57x44	0.20	128x57x180	1,3	12
				<b>Total espacio</b>	<b>65</b>

Para el espacio inferior del plano se combinarán las categorías de estanterías y butacos ya que estratégicamente se encuentran mas cerca de donde se exhiben en el punto de venta y se almacenaría con las siguientes cantidades:

**Tabla 3**  
*Cantidades de almacenamiento espacio inferior*

Articulo	Medidas	m3 por articulo	Espacio para ubicar	m3 del espacio	Total en unidades que caben aprox.
Estanterías	91x45x40	0.16	211 x 45 x 180	1,7	8
Butacos	38x38x69	0.09	211x 38x190	2,4	22
				<b>Total espacio</b>	<b>30</b>

Con estas cantidades almacenadas se espera tener proyectado un aumento del 10% aproximadamente en las ventas del presupuesto mensual de la compañía.

### **1.18 Alcance de la propuesta de mejoramiento y/o solución**

Realizando la medición de esta propuesta el alcance que se tendría en este proyecto se basaría en un aumento aproximado de un 10% en las ventas , se presentaría al gerente de las tiendas las problemáticas ya planteadas y la posible solución de la optimización de los espacios disponibles para el almacenamiento con sus ventajas y satisfacción de necesidades, argumentos que permitiría al gerente de las tiendas tomar la decisión de solicitar la visita del arquitecto, para evaluar alcance, viabilidad y posible cotización que permita defender y argumentar la presentación a la junta directiva la aprobación del proyecto con los datos brindados en la descripción de la propuesta.

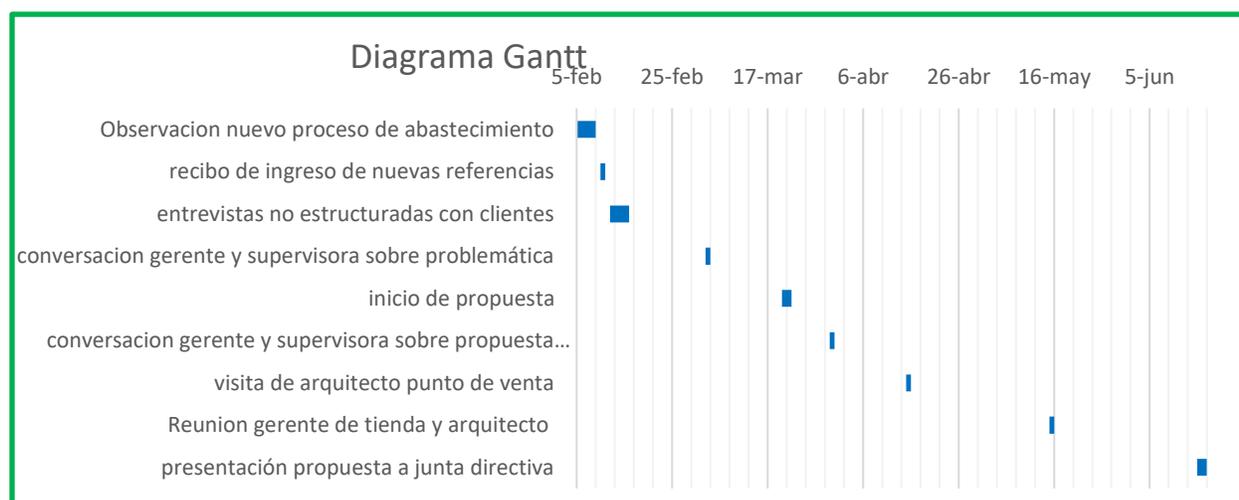
## Cronograma

**Tabla 4**  
*Cronograma*

Nombre de actividad	Fecha de inicio	duración en días	Fecha fin
Observación nuevo proceso de abastecimiento	5-feb	4	9-feb
Recibo de ingreso de nuevas referencias	10-feb	1	5-feb
Entrevistas no estructuradas con clientes	12-feb	4	16-feb
Conversación gerente y supervisora sobre problemática	4-mar	1	4-mar
Inicio de propuesta	20-mar	2	22-mar
Conversación gerente y supervisora sobre propuesta iniciada	30-mar	1	30-mar
Visita de arquitecto punto de venta	15-abr	1	15-abr
Reunión gerente de tienda y arquitecto	15-may	1	15-may
Presentación propuesta a junta directiva	15-jun	2	17-jun

inicio de propuesta	05/02/2022
fin de proyecto	17/06/2022

**Figura 14**  
*Diagrama de gantt*



## Presupuesto

Tentativa Presupuesto ejecución de obra.

### Resumen General del presupuesto

**Tabla 5**  
*Presupuesto*

ACTIVIDADES	UND	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
DISEÑO DE PLANOS	1	\$400.000	\$400.000
ROTURA DE PARED CONCRETO Y PANEL YESO	3		
RETIRO DE LAVAMONOS E INODORO	2		
ACABADO DE PISO BALDOSA	2		
ESTRUCTURA OMEGAS Y PARALES PARA PUERTA	2		
2 PUERTAS	2		
ILUMINACION AMBAS BODEGAS	2		
RETIRO DE ESCOMBROS	1		
PINTAR PAREDES	2		
IMPREVISTOS	1	\$1.500.000	\$1.500.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$11.100.000</b>

### **Lecciones aprendidas**

Tomando en cuenta el proceso de desarrollo de este trabajo una de las principales lecciones aprendidas, sería que desde un inicio de apertura de una tienda es considerable conocer los planos para percatarse de saber que espacios pueden ser útiles y que función se les puede brindar, antes de tomar la decisión de sellarlos.

La observación y el análisis son herramientas fundamentales para el desarrollo y comprensión de necesidades y problemáticas, que permitirán emplear propuestas de mejoras y soluciones.

Las diferentes investigaciones teóricas permiten ampliar el conocimiento de lo que inicialmente se tiene en mente, en el desarrollo de la propuesta porque permite tener en cuenta otros puntos adicionales que complementan el progreso de este mismo proyecto.

### **Recomendaciones**

Siempre es recomendable que las empresas puedan tomar en cuenta las sugerencias y opiniones de los empleados y trabajadores, ya que alzar la mano y brindar una información, es una alerta de que algo ocurre y se requiere atención.

Que se tome este trabajo como un piloto y se pueda verificar en las otras tiendas el mejoramiento de la capacidad instalada como una estrategia para el incremento de las ventas.

Solicitar capacitaciones en temas administrativos para los puntos de venta, que ayude a mejorar los desempeños de los trabajadores, y la de optimizar los recursos de la compañía.

## Referencias

- Acuña, B. P. (s. f.). *Métodos científicos de observación en educación*. Vision Libros.
- Arizaldo, C. B. (2018). *Teoría y práctica de la sistematización de experiencias*. Programa Editorial UNIVALLE.
- Cáceres, S., Díaz, M., Martínez, A., Ríos, F., & Palomo, T. (2008). Inventarios probabilísticos con demanda independiente de revisión continua, modelos con nuevos pedidos. *CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 15(3), 251-258.
- CONTRATO D DEPÓSITO - ART 1170 A 1191 DEL CODIGO DE COMERCIO. (s. f.). Recuperado 18 de abril de 2022, de <https://www.roclaw.co/index.php/es/normativa-en-derecho-corporativo/patentes-10/241-contrato-d-deposito-art-1170-a-1191-del-codigo-de-comercio>
- DECRETO 2649 DE 1993. (s. f.). Recuperado 14 de abril de 2022, de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1476299>
- Entrevista director de ACOPLASTICOS 2022. (s. f.). Recuperado 15 de junio de 2022, de <https://www.plastico.com/temas/El-2021-fue-un-ano-positivo-para-la-industria-plastica-colombiana,-ACOPLASTICOS+139795>
- Escudero, M. (2019). *Logística de almacenamiento 2.ª edición*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Gutiérrez, A. F. (2005). *Gestión de "stocks" en la logística de almacenes*. FC Editorial.
- Hernández, Z. T. (2014). *Teoría General de la Administración, 2a. Ed.* Grupo Editorial Patria.
- Kvale, S. (2012). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Munarriz, B. (1992). *Técnicas y métodos en Investigación cualitativa*. Universidade da Coruña. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/8533>
- Qproscolombia. (s. f.). Industria de plásticos: Tendencias para el 2022. *Qpros*. Recuperado 15 de junio de 2022, de <https://qpros.co/industria-de-plasticos-tendencias-para-el-2022/>

*Reparaciones en el contrato de arrendamiento* | *Gerencie.com*. (s. f.). Recuperado 19 de abril de 2022, de <https://www.gerencie.com/reparaciones-en-el-contrato-de-arrendamiento.html>

S.A.S, E. L. R. (s. f.). *Daviplata, Nequi y Tpaga, billeteras digitales que lideran con más número de usuarios*. Diario La República. Recuperado 22 de mayo de 2022, de <https://www.larepublica.co/finanzas/daviplata-nequi-y-tpaga-billeteras-digitales-que-lideran-con-mas-numero-de-usuarios-3321990>

Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.

Torres Hurtado, C. (2011). *Teoría general de la administración*. Editorial CESA.

Torres, M. M. (2014). *Gestión del Stock*. <https://latam.casadellibro.com/ebook-gestion-de-stock-ebook/9788499698076/2400792>

Urbina, G. B., Perego, N. R., Espejel, A. A. P., Gallardo, A. M. P., González, I. A. R., García, J. M. R., Mariscal, M. E. A., Sánchez, C. A. P., Bonotto, M. V., González, G. R., Vázquez, G. P., & Cruz, G. B. (2014). *Administración Integral: Hacia un Enfoque de Procesos*. Grupo Editorial Patria.

Vértice. (2010). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. Editorial Vértice.