



Apoyar el mejoramiento de la gestión logística y comercial de la empresa para ser más competitiva y rentable.

Director: Enrique José Sánchez

Presentado Por: Leidy Stefany Tatis Moreno

Universidad pontificia bolivariana

Facultad de Administración de Empresas

Piedecuesta

2020

INFORME FINAL

Práctica empresarial

MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S.

Director: Enrique José Sánchez

Presentado Por: Leidy Stefany Tatis Moreno

ID: 157130

Universidad pontificia bolivariana

Facultad de Administración de Empresas

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Tabla de Contenido

1.1 Generalidades:	11
1.1.1. Nombre de la empresa:	11
1.1.2. Base legal de la empresa:	11
1.1.3. Ubicación	12
1.1.4 Productos y servicios	12
1.1.5 Nombre y cargo del supervisor dentro de la empresa	15
1.1.6 Historia	15
1.1.7 Organigrama	16
1.2. Misión	18
1.3. Visión	18
1.4. Promesa de valor	19
CAPÍTULO 2	20
2. PROBLEMÁTICA Y ALCANCE DEL PROYECTO	20
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
2.2. JUSTIFICACIÓN	21
2.3. OBJETIVO	21
2.3.1. Objetivo general	21
2.3.2. Objetivos específicos	22
2.4. ALCANCE	22
CAPITULO 3	23
3. DISPONIBILIDAD DEL RECURSO	23
CAPITULO 4	26
4. METODOLOGÍA	26
4.1 Descripción de actividades	26
CAPITULO 5	27
5. DESCRIPCIÓN Y LOGROS DE LA PRÁCTICA	27
CONCLUSIONES	29
RECOMENDACIONES	31
BIBLIOGRAFÍA	32

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.	10
<i>Ilustración 2.</i> Empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S.	10
Ilustración 3. Nombre de la empresa	11
Ilustración 4. Mapa de ubicación	12
Ilustración 5. Cuadernos intermedio cosido marfil	13
Ilustración 6. Block marfil	13
Ilustración 7. Diccionario ingles	13
Ilustración 8. Block milimetrado Marfil	14
Ilustración 9. Banderitas adhesivas	14
Ilustración 10. Bolígrafo 137	14
<i>Ilustración 11.</i> Historia de Marfil impresos y Papeles S.A.S.	15
<i>Ilustración 12</i> Historia de Marfil impresos y Papeles S.A.S.	16
<i>Ilustración 13.</i> Organigrama de Marfil impresos y Papeles S.A.S. act.2019.	17

<i>Ilustración 14</i>	18
<i>Ilustración 15</i>	18
<i>Ilustración 16</i>	19
Ilustración 17. Evento de Navidad en el Malecón (Barranquilla, Colombia).....	23
Ilustración 18. Evento Plaza de la paz (Barranquilla, Colombia).....	24
Ilustración 19. Evento en Colegio Marymount.....	24
Ilustración 20. Evento de Colegios en el Malecón del Río (Barranquilla, Colombia)	25
Ilustración 21. Captura de archivo consolidado Shoowroom Marfil impresos y Papeles S.A.S.28	
Ilustración 22. Bolígrafo 137 Dry-gel	28

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecerle primeramente a Dios que me dio la oportunidad de llegar hasta este punto como es la práctica empresarial, también quiero agradecerle a mi familia por siempre acompañarme y apoyarme en todo este camino de mi vida universitaria y asimismo enseñarme que la clave es el trabajo en equipo para alcanzar el éxito más rápido, en el cual acompañados llegamos más lejos, muchas veces hubo me desmotive o se presentaron obstáculos pero ellos de ningún modo me dejaron caer y sobretodo seré muy agradecido con mis profesores de universidad los cuales me brindaron todo el conocimiento en el arte de la administración de empresas junto con la enseñanza de valores y comportamientos empresariales.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO:	Apoyar el mejoramiento de la gestión logística y comercial de la empresa para ser más competitiva y rentable.
AUTOR(ES):	Leidy Stefany Tatis Moreno
PROGRAMA:	Facultad de Administración de Empresas
DIRECTOR(A):	Enrique José Luis Sánchez Roa

RESUMEN

Las empresas que producen, pero también importan productos constantemente buscan incrementar la competitividad y mejorar la rentabilidad de las empresas para lanzarse al campo de la globalización, para esto intervienen factores como optimizar la gerencia y la gestión logística comercial con una coordinación óptima de todos los elementos que influyen en la decisión de compra: calidad, confiabilidad, empaque, precio, distribución, servicio, protección, ya que de esta forma se podrá tener mayor participación en el mercado al ser más agresiva en cuanto la competitividad primariando calidad y servicio. Durante este proyecto se dio a conocer en el área logística en la gestión de compras de Marfil impresos y Papeles S.A.S. un consolidado actualizado y alimentado por las proformas de compras de los productos del Showroom de empresa en la parte de importados y cual esta empalmado con la información en el sistema para un óptimo manejo de la información en cuanto precio, PLU, descripción, unidad de empaque y referencias, lo cual fue la participación que tuvo el estudiante de la universidad Pontificia Bolivariana, el cual desarrollo su práctica empresarial en la empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S

PALABRAS CLAVE:

Rentabilidad, Optimizar, Servicio, Analizar, Verificar

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Support the improvement of the logistics and commercial management of the company to be more competitive and profitable.

AUTHOR(S): Leidy Stefany Tatis Moreno

FACULTY: Facultad de Administración de Empresas

DIRECTOR: Enrique José Luis Sánchez Roa

ABSTRACT

The companies that produce, but also import products constantly seek to increase competitiveness and improve the profitability of companies to launch into the field of globalization, for this factors such as optimizing management and commercial logistics management intervene with optimal coordination of all elements that influence the purchase decision: quality, reliability, packaging, price, distribution, service, protection, since in this way it will be possible to have a greater participation in the market as it is more aggressive in terms of competitiveness, focusing on quality and service. During this project, the purchasing management of Marfil Impresos y Papeles S.A.S. became known in the logistics area. a consolidated updated and fed by the proforms of purchases of the products of the company Showroom in the imported part and which is spliced with the information in the system for an optimal handling of the information regarding price, PLU, description, packaging unit and references, which was the participation of the student from the Pontifical Bolivarian University, who developed his business practice at the company Marfil impresos y Papeles SAS

KEYWORDS:

Profitability, Optimize, Service, Analyze, Verify

Vº Bº DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

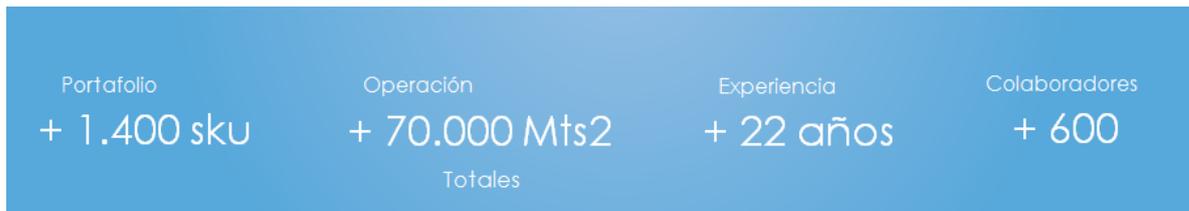
El manejo eficiente de las proformas y documentos del área de compras en la empresa Marfil ofrece las herramientas más acertadas que sirven para administrar con éxito una empresa con el perfil de Marfil Impresos y Papeles S.A.S. en cuanto a la parte de importado donde la adquisición de productos se dé con los mejores precios, con una mayor calidad exigida, en el tiempo requerido, toda esta estructura permite a la organización funcionar de manera más eficaz y eficiente en cuanto al enfoque que se quiere dar que es el servicio, pero para alcanzar los objetivos se debe dar una correlación exitosa entre todas las partes tanto internas y externas de la empresa en pro de la mejora de indicadores como ventas, rentabilidad, servicio, calidad, entre muchos otros , y así al final el proceso de compras sea el esperado para todas las partes tanto para la empresa que pueda dar un mejor precio en sus productos sin perjudicar las utilidades y el cliente estar satisfecho con su proceso de compras a Marfil Impresos y Papeles S.A.S. con la mejor experiencia fidelizando al cliente.

La empresa Marfil Impresos y Papeles S.A.S. requiere una rentabilidad exitosa, la esperada por sus dueños en cuanto sus productos importados donde la clave es administrar, analizar y verificar el archivo consolidado con el programa de sistema de la empresa donde se encuentra los inventarios y los precios, en el cual esto debe estar empalmado y la información debe ser la misma para evitar los menores errores posible, y así ya validada la información cumplir con los objetivos trazados en el área, con el propósito que la empresa cumpla las expectativas de sus clientes, ya que esto le da un valor agregado a tener una mayor organización en el área.

LA EMPRESA

MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S. es una organización empresarial que fabrica y comercializa productos para el sector paplero con el portafolio más amplio de Colombia, apoyando el crecimiento continuo de sus clientes con productos de calidad y rentabilidad.

Ilustración 1.



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

Como una compañía enfocada a la expansión mundial tiene la responsabilidad y están comprometidos con la importancia de ofrecer la máxima calidad, empleando maquinarias de la mejor eficacia, de igual forma siendo respetuosos con el entorno social y ambiental.

Ilustración 2. Empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S.



Fuente: Autor.

1.1 Generalidades:

Algunas generalidades de MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S, como lo son la imagen corporativa, Ubicación, Base legal, Productos y Servicios, Supervisor, Historia de la empresa, Misión, Visión y Promesa de valor.

1.1.1. Nombre de la empresa:

El nombre es por el material marfil que al labrar posee una elasticidad y que por su fina textura le da un tacto y un acabado agradable con una durabilidad extraordinaria, su significado representa grandeza, dureza, pureza, suntuosidad, es un nombre que la marca se ve personificada por que es como se ven proyectada a futuro, una marca que perdure en el tiempo.

Ilustración 3. Nombre de la empresa



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.1.2. Base legal de la empresa:

Razón Social: MARFIL IMPRESOS Y PAPEL SAS

Nit: 802.004.090 – 0

Tipo de sociedad: Sociedad por acciones simplificada (SAS)

Nombre Comercial: MARFIL IMPRESOS Y PAPEL SAS

1.1.3. Ubicación

MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S. se encuentra ubicada en CL 30 # 1 - 295 Barrio Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla/ Colombia, en un parque empresarial donde se encuentra situada la parte administrativa, bodegas y planta de producción, Aprovechando la ubicación estratégica de Colombia con Ingreso/Salida por los dos océanos, Marfil se ubica en los departamentos Industriales con dichas ventajas.

Ilustración 4. Mapa de ubicación



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.1.4 Productos y servicios

Debido a que se dedica a la compra y transformación de materias primas para la producción de artículos dirigidos al mercado de la educación. **MARFIL** es una Industria dedicada a la fabricación y comercialización de artículos de oficina y escolares. Pero para comprender mejor el portafolio de productos ofrecidos por el grupo, debemos tener en cuenta que **MARFIL** está conformada por varias empresas, de las cuales dos de ellas se encuentran destinadas al mercado en mención; La primera, MARFIL IMPRESOS Y PAPELES es una Industria de artes gráficas dedicada a la fabricación y comercialización de **productos**

derivados del papel orientados al mercado de educación, tales como: Cuadernos, blocks, resmas, línea de archivo, talonarios, diccionarios, entre otros productos. La segunda, MARFIL ESCOLAR Y OFICINA es una Industria química dedicada a la fabricación, importación y comercialización de **productos dirigidos al mercado de la educación**, tales como: Bolígrafos, marcadores, pegante, tempera, vinilos, entre otros productos.

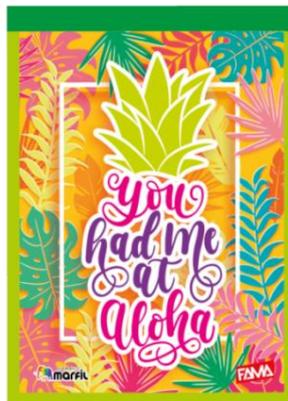
Algunos de los productos:

Ilustración 5. Cuadernos intermedio cosido marfil



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

Ilustración 6. Block marfil



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

Ilustración 7. Diccionario ingles



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

Ilustración 8. Block milimetrado Marfil



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

Ilustración 9. Banderitas adhesivas



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

Ilustración 10. Bolígrafo 137



Fuente: <http://productosmarfil.com.co/>.

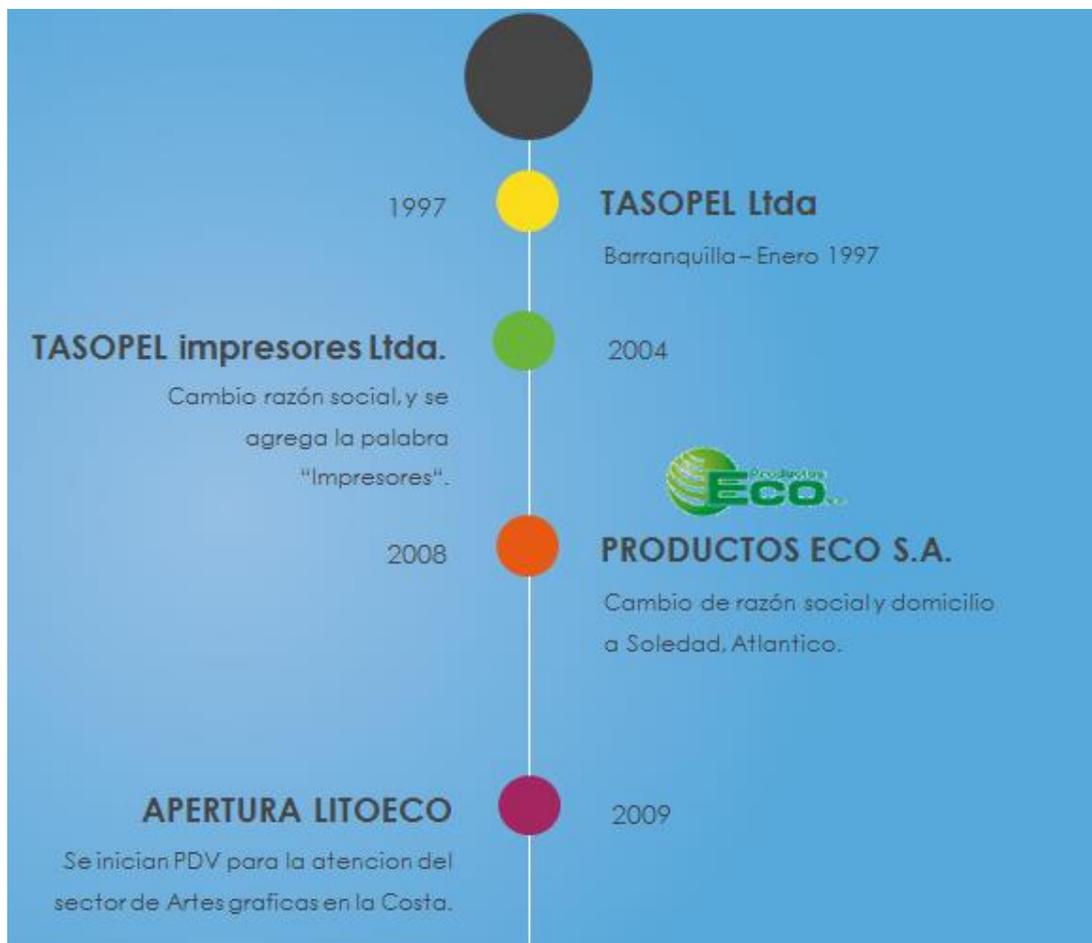
1.1.5 Nombre y cargo del supervisor dentro de la empresa

María Beatriz Solano Urrutia profesional en Administración de empresas, Gerente general de MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S.

1.1.6 Historia

La historia o cronología de MARFIL IMPRESOS Y PAPEL S.A.S.:

Ilustración 11. Historia de Marfil impresos y Papeles S.A.S.



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

Ilustración 12 Historia de Marfil impresos y Papeles S.A.S.



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.1.7 Organigrama

A continuación, se presentará el organigrama de la empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S. hasta el 2019, no está actualizado al año 2020, donde se da la participación de la practicante de la universidad Pontificia Bolivariana.

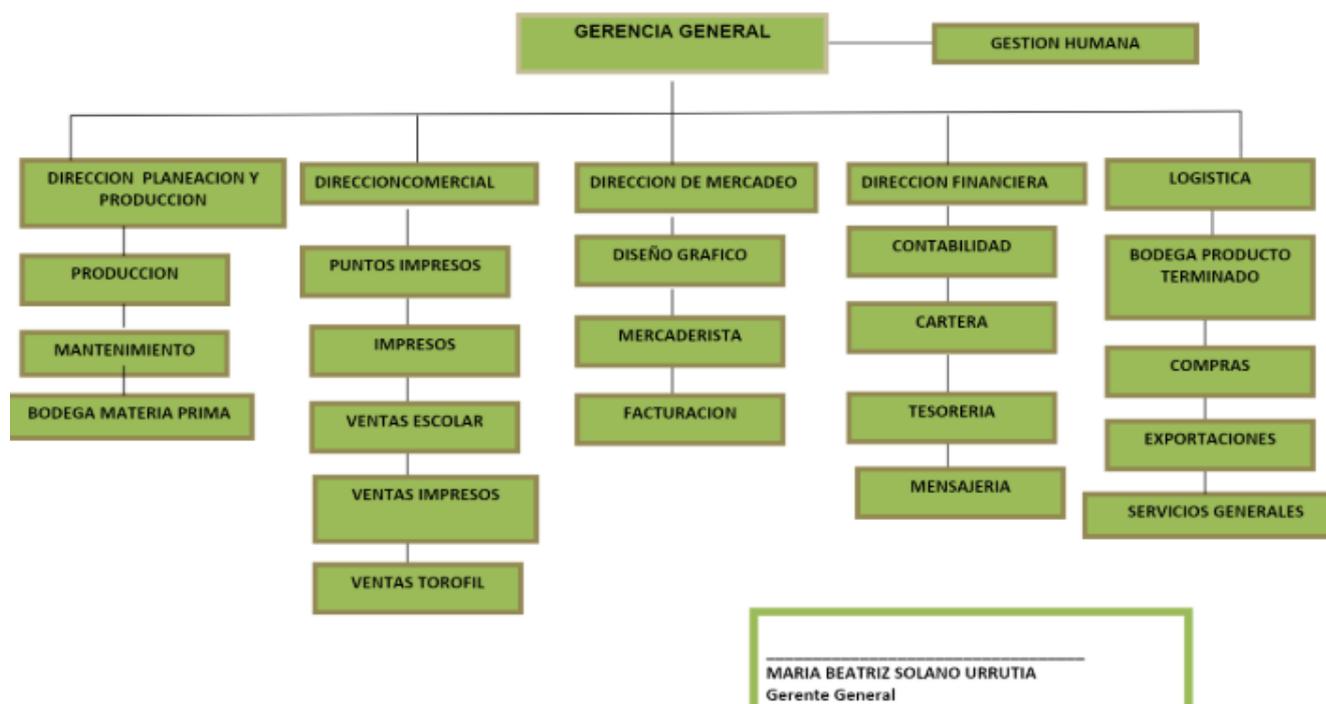


Ilustración 13. Organigrama de Marfil impresos y Papeles S.A.S. act.2019.

Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.2. Misión

Crear Productos escolares y de oficina con buen diseño y calidad al alcance de todos.

A través de:



Ilustración 14

Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.3. Visión

En 2.025 convertirnos en la marca líder de productos escolares y oficina a nivel nacional con presencia internacional, duplicando nuestras ventas y generando excelentes dividendos a nuestros accionistas.

Ilustración 15.



Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

1.4. Promesa de valor

La promesa de Marfil es procurar el balance entre diseño, calidad y accesibilidad en el precio final del producto, lo que denominamos la combinación perfecta. Esta promesa empodera nuestra empresa para obtener siempre fidelidad y cercanía con nuestros clientes. Salud y seguridad, es el valor primordial y está presente en todo lo que hacemos.

Ilustración 16.

Industrial Comercial Competitividad
Calidad + Diseño + Accesibilidad

Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

CAPÍTULO 2

2. PROBLEMÁTICA Y ALCANCE DEL PROYECTO

MARFIL como grupo, es la empresa Colombiana que cuenta con el portafolio más completo y robusto de artículos escolares y de oficina, teniendo como **mercado objetivo** el sector educación, abasteciendo canales y satisfaciendo la necesidad de un extenso público a nivel nacional e internacional. Se ofrecen artículos para público de todas las edades, empezando por niños muy pequeños que necesitan de un cuaderno y crayones de colores para su aprendizaje y estudio, hasta llegar a adultos ejecutivos que necesitan de una agenda y un bolígrafo para su labor diaria.

La oferta de nuevos productos y la expansión de una empresa son percepciones que han tomado gran notabilidad en el mundo global actual. La diversificación como la expansión desde distintos puntos de vistas, hacen referencia a la necesidad de las industrias de abrir nuevos mercados que les permitan ampliar su participación y conservar interesados a sus clientes, a la vez que se abren nuevas oportunidades para conquistar a nueva clientela.

Por consecuente los procesos logísticos son una de los movimientos que se ven más afectados en el momento de diversificar y expandir una empresa, además de poseer un alto valor económico, el riesgo de no tener el éxito al emprender este tipo de proyectos nuevos.

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proceso de logística de una empresa determina en gran medida el alcance del negocio, ya que de capacidad de ella obedece la posibilidad de obtener más o menos mercados. Por tanto al hablar de expansión este tema de logística es de total relevancia.

El problema consiste en que debido a la expansión de la empresa que se quiere dar por la oportunidad que se ve en el mercado, ya que a la gente le ha gustado los productos marca Marfil, se ha creado la necesidad de más producción, almacenamiento, distribución, transporte, entre otros muchos elementos que hacen parte de la cadena logística, debido a esto se debe

hacer un cambio drástico ya que la empresa ha decidido diversificar su oferta para llevar más allá de los límites en los que tradicionalmente desenvuelve su actividad, en este caso se va hacer el enfoque más en el almacenamiento y en parte a la producción y comercialización de la misma.

2.2. JUSTIFICACIÓN

La problemática que se presenta en la logística que en si se ve perjudicado el conjunto que conforma parte de esta, como son finanzas, gastos, producción, ventas, ya que si no hay una buena gestión en logística como por ejemplo al no llegar a tiempo un producto o simplemente al no llegar al cliente, al estar todo unido se podrían incrementar los gastos al buscar otro producto de reemplazo, bajar las ventas ya que se podría perder clientela inconforme con el servicio, y muchas más anomalías debido a una logística débil, sin embargo la empresa debido a su trayectoria y crecimiento tiene una oportunidad muy buena de expansión, y la empresa cuenta con el musculo financiero y las ganas sobre todo de este año corregir todo los problemas de logística e invertir sobretodo optimizar los recursos para ser más competitivos en todo el país, por tanto se evaluara, analizara y propondrá las distintas propuestas para apoyar este proceso y aportar un valor agregado a esta empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S y así superar las necesidades de la demanda.

2.3. OBJETIVO

Para poder emprender con precisión y responsabilidad la labor que se me asigno al cargo de practicante UPB, se plantean los siguientes objetivos que ayudaran a dar respuesta con mayor valor al cargo desempeñado en la práctica a continuación los objetivos:

2.3.1. Objetivo general

Analizar las distintas oportunidades del mercado en cuanto la producción y comercialización en el sector papelerero, desde una perspectiva en las áreas administrativas de la empresa.

2.3.2. Objetivos específicos

- Detectar las oportunidades del mercado para un crecimiento en ventas.
- Analizar que propuestas se pueden hacer para fidelizar los clientes.
- Reconocer los procesos y evaluar que se puede mejorar en las distintas áreas.
- Identificar ideas que ayuden al posicionamiento de la marca.
- Apoyar en el departamento de Compras en la parte de importados.

2.4. ALCANCE

Cualquier actividad que pueda realizar en el área administrativa, siendo más específico áreas cercanas a la alta gerencia, como finanzas y compras, para coordinar y atender bajo la premisa de calidad, buen servicio y confianza mutua, la oportunidad de crecimiento de Marfil impresos y Papeles S.A.S, y así robustecer los lazos comerciales.

CAPITULO 3

3. DISPONIBILIDAD DEL RECURSO

Estos fueron los recursos disponibles para la realización de la practica empresaria en la empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S.:

- Acceso a todas las áreas de la empresa
- Oficina en el área comercial.
- Teléfono celular corporativo
- Computador portátil
- Aparatos y sistemas de la empresa
- Acceso a todas las reuniones junto a la gerencia
- Acceso a Showroom
- Aviso e invitación a las actividades fuera de la empresa

Muestra de actividad fuera de la empresa de promoción de productos:

Fanty la mascota de la marca con el alcalde de Barranquilla en ese momento Alejandro Char.



Ilustración 17. Evento de Navidad en el Malecón (Barranquilla, Colombia)

Fuente: PH. Marfil.



Ilustración 18. Evento Plaza de la paz (Barranquilla, Colombia)

Fuente: PH. Marfil.



Ilustración 19. Evento en Colegio Marymount.

Fuente: PH. Marfil.



Ilustración 20. Evento de Colegios en el Malecón del Río (Barranquilla, Colombia)

Fuente: PH. Marfil.

CAPITULO 4

4. METODOLOGÍA

La metodología de investigación que se implementara en mi trabajo como practicante UPB en la empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S, según el objetivo será la explicativa porque no solo se buscara la casusa de los distintos inconvenientes sino el porqué de las cosas, y cómo han conseguido llegar al estado de esta situación. Para esto se utilizará diferentes métodos, como lo son; el método observacional, método de correlación, método experimental, entre otros.

4.1 Descripción de actividades

Las actividades que se desarrollaron en la práctica empresarial se describen a continuación:

1. Asistir a reuniones del equipo directivo
2. Elaborar y presentar informes que me pida mi jefe directo
3. Realizar las funciones que me coloque la gerencia
4. Evaluar y supervisar los procesos en la empresa y detectar las oportunidades que la empresa tiene en el mercado
5. Detectar las acciones que estén mal o que falten y puedan ayudar a mejorar las distintas áreas en las que me involucre.
6. Examinar en que podría aportar un valor agregado a la empresa en base a mis conocimientos aprendidos en mi vida como estudiante UPB.
7. Apoyo en el departamento de Compras en la parte de importados.
8. Manejo de las Proformas, análisis de cantidades y cubicaje para los contenedores.

CAPITULO 5

5. DESCRIPCIÓN Y LOGROS DE LA PRÁCTICA

La práctica empresarial que se realizó en Marfil impresos y Papeles S.A.S, se me permitió asistir a distintas reuniones con el equipo directivo y gerencia de la empresa que trataban de situaciones diferentes en las áreas que componen la empresa, en particular el área que más se le dio apoyo fue la comercial en el departamento de compras, se estuvo en múltiples reuniones con proveedores de la empresa donde se percibió cómo se desarrollaba el proceso de muestra, negociación y acuerdos de compras de dicho producto ofrecido por los proveedores, compras es el corazón de la empresa puesto que si hay una buena negociación donde se pueda dar una rentabilidad conveniente para la empresa, las utilidades serán las esperadas de igual forma beneficioso para los clientes de Marfil impresos y Papeles S.A.S que obtienen los mejores precios del mercado, también hubo apoyo en la parte de compras de importados que fue un proceso realmente interesante ya que se ha aprendido varios procesos que son necesarios para la compra en importados de distintos países como Alemania, China, Brasil y Panamá, entre otros.

Las siguientes fueron las actividades en las que más se tuvo presencia hasta este informe:

- ✓ Asistencia a reuniones con proveedores con el jefe del departamento de compras y algunos del equipo.
- ✓ Apoyo en el departamento de Compras en la parte de importados.
- ✓ Manejo de las Proformas, análisis de cantidades y cubicaje para los contenedores.
- ✓ Apoyo en el análisis de nuevas líneas de productos como lo son de marcadores y micro trazos para Lettering y escritura fina, y una línea de morrales (nueva en la empresa), entre otros más nuevos productos o cambios en algunos ya en comercialización.

Se elaboró un documento consolidado con los productos del Showroom, que contiene los siguientes elementos: precio, PLU, descripción, unidad de empaque, ítem y referencias, información extraída de las proformas y precios liquidados de acuerdo a este año.

CONSOLIDADO SHOWROOM MARFIL IMPRESOS Y PAPELES - Excel

	AÑO	COTIZACION	CODE NO.	TEM NO	DESCRIPTION	SUB	PCS/CTN	CAMBIO DESCRIPCION	CAMBIO DE PRECIO	PLU	DESCRIPCION	COSTO	IVA	DETAL	MAY
1												4.801	1,19		
2															
3	2018	17A050-2	CD020061		FOAMY GOLDEN	10	50			103927	FOAMY DORADO CD020061	202	240	400	34
4	2018	17A050-2	CD020065		FOAMY SILVER	10	50			105385	FOAMY PLATEADO CD020065	202	240	400	34
5	2018	17A050-2	CD020064		FOAMY GOLDEN ROSE	10	50			105384	FOAMY ORO ROSA CD020064	202	240	400	34
6	2018	17A050-2	CD020067		FOAMY BLACK	10	50			105318	FOAMY NEGRO CD020067	202	240	400	34
7	2018	17A050-2	BA011609		FOAMY RED	10	50			110514	FOAMY ROJO BA011609	202	240	400	34
8	2018	17A050-2	BA011611		FOAMY NAVY BLUE	10	50			110037	FOAMY AZUL MARINO BA011611	202	240	400	34
9	2018	17A050-2	BA011612		FOAMY SKY BLUE	10	50			110038	FOAMY AZUL CIELO BA011612	202	240	400	34
10	2018	17A050-2	BA011597		FOAMY PURPLE	10	50			110026	FOAMY MORADO BA011597	202	240	400	34
11	2018	17A050-2	BA011599		FOAMY VIOLET	10	50			110027	FOAMY VIOLETA BA011599	202	240	400	34
12	2018	17A050-2	BA011600		FOAMY BLUE	10	50			110028	FOAMY AZUL BA011600	202	240	400	34
13	2018	17A050-2	BA011601		FOAMY FUCHSIA	10	50			110029	FOAMY FUCSIA BA011601	202	240	400	34
14	2018	17A050-2	BA011602		FOAMY YELLOW	10	50			110030	FOAMY AMARILLO BA011602	202	240	400	34
15	2018	17A050-2	BA011059		FOAMY PINK	10	50			105319	FOAMY ROSADO BA011059	202	240	400	34
16	2018	17A050-2	BA011603		FOAMY ORANGE	10	50			110031	FOAMY NARANJA BA011603	202	240	400	34
17	2018	17A050-2	BA010811		FOAMY GREEN	10	50			101298	FOAMY VERDE BA010811	202	240	400	34
18	2018	17A050-2	BA010812		FOAMY IVORY	10	50			101299	FOAMY MARFIL BA010812	202	240	400	34
19	2018	17A050-2	BA010813		FOAMY GRAY	10	50			101300	FOAMY GRIS BA010813	202	240	400	34
20	2018	17A050-2	BA010814		FOAMY BROWN	10	50			101301	FOAMY MARRON BA010814	202	240	400	34

Ilustración 21. Captura de archivo consolidado Showroom Marfil impresos y Papeles S.A.S.

Fuente: Autor

Análisis del producto al cual se le va a dar gran impulso el Bolígrafo mina naranja o 137 con una mina de 0.7m Dry-gel de cuerpo transparente, por su atractiva cualidad la mina da un trazo más liviano para una escritura fina y sutil, lo que ha gustado mucho a los clientes y posibles clientes.



Ilustración 22. Bolígrafo 137 Dry-gel

Fuente: Marfil impresos y Papeles S.A.S.

CONCLUSIONES

Se pudo hacer un análisis en general de las distintas reuniones con proveedores, vendedores, distintos colaboradores y partes interesadas en la empresa, donde se aprecia en que hay un gran segmento para introducir al mercado la marca Marfil impresos y Papeles S.A.S en especial en el interior del país donde hay menor presencia de esta no menos estimada, pero se ve clara la oportunidad que tiene la marca para conquistar nuevos mercados y fidelizar los que ya se tiene.

La empresa esta ,muy enfocada en prestar el mejor servicio posible y que los clientes estén contentos, y poder fidelizarlos, de tal forma que la organización que se le dio al Showroom en la actualización de este en cuanto la información, hace que haya una mejor comunicación entre el comercial y el cliente y todo el proceso de compra sea más rápido y con el menor error posible, queriendo estos siempre tener a Marfil impresos y Papeles S.A.S como aliado estratégico para el crecimiento de sus negocios.

Este año la empresa quiere posicionar un producto con el cual se requiere llegar a un mercado mayor al que la empresa ya abarca, para este producto estuve apoyando en cuanto el estudio que se realizó en las diferentes actividades que se hicieron en colegios y otros lugares donde se regalaron muestras a las distintas personas, lo que permitió analizar la acogida del producto, el cual es un Bolígrafo mina naranja o 137 con una mina de 0.7m Dry-gel, el bolígrafo o lapicero gusta mucho por la escritura suave y delicada que deja, esta es una de las innovaciones de la empresa con el cual se quiere ganar mayor participación en el mercado.

1. Se elaboró un documento consolidando las proformas de los productos de importados que se encuentran en el área del Showroom para ventas a distribuidores y mayoristas donde se buscaba perfeccionar la información sobre los productos, costos y proveedores que maneja el departamento de compras en el área de importados.
2. Se logró actualizar la documentación del área de compras en importados por medio de la consolidación de las proformas, actualizando los elementos con la liquidación de precios actuales, dando como resultado mejor comunicación de los comerciales a sus clientes.
3. Se verificaron las chispas con los precios, descripciones y PLU, con la información en el sistema.

4. Se codificaron los nuevos productos, que faltaban por PLU y descripción.
5. Se apoyó al departamento de compras en uno de los pedidos donde se realizó cubicaje para el pedido de contenedores de Foamy a China.
6. Se dio el apoyo en cuanto un análisis para abrir unos nuevos productos como son una línea de marcadores y micro trazos para Lettering y escritura fina, y una línea de morrales (nueva en la empresa), entre otros más nuevos productos que este año pretende lanzar la empresa.

RECOMENDACIONES

Esta experiencia como practicante empresarial fue muy importante ya que se pudo poner en práctica lo que se aprendió durante el curso de la carrera Como estudiante de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana, donde claramente se ve reflejada la importancia de mantener actualizados la información de la empresa más focalizada en la parte de importados en el departamento de compras de Marfil impresos y Papeles S.A.S en cuanto a los productos, costos y proveedores, y todo lo que conlleva, y así generarle al comercial y a la misma empresa seguridad y rendimiento en el proceso de venta y también más participación en el mercado y fidelización de los clientes para la empresa, cabe resaltar que es una empresa solida con buenas directrices, que tiene mucho por mejorar lo que significa que puede ser considerablemente mejor de lo que ya es,

En pro de mejorar se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Mantener siempre actualizado y empalando el consolidado de productos con el sistema tanto de Chispas como de Tecnpos.
2. Se recomienda la creación de un manual de procesos ya que hay operaciones que están concentradas en una sola persona la cual debería extender su conocimiento en caso de ser prescindir de esta.
3. Se recomienda al área de compras la adquisición de un programa más avanzado para el manejo de información y realización de informes, con alerta y mensajería, aprobación rápida de solicitudes, pues debido al crecimiento ya la empresa lo requiere (está en proceso la inversión en la compra de un nuevo sistema).
4. Todos los productos deben de tener código de barra hay algunos que aún no lo tienen, pero se felicita operación que están haciendo para que así sea y también se recomienda comprar un lector de código de barras para el Showroom lo que hará más acelerado el proceso de la toma de pedidos para los vendedores.

En general me permito felicitar a la empresa Marfil impresos y Papeles S.A.S en cuanto a la labor que han desempeñado como una de las empresas más sólidas en el sector papelerero en el departamento del atlántico, siempre pensando en satisfacción de sus clientes y en el bienestar de sus empleados.

BIBLIOGRAFÍA

Vargas, L. (2016). Los retos logísticos de la expansión y la diversificación. Disponible en:
<https://revistadelogistica.com/actualidad/los-retos-logisticos-de-la-expansion-y-la-diversificacion/>

Productos Marfil. (2018). Productos por líneas en la página web de la empresa. Disponible en:
<http://productosmarfil.com.co/>

Castillero, O. (----). Los 15 tipos de investigación (y características). Disponible en:
<https://psicologiamente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. (2010) Metodología de la Investigación (5ª Ed.). México: McGraw Hill Educación.
- Pagano, R. R. (2000). Estadística para las ciencias del comportamiento. Madrid: International Thompson.
- Sánchez Carrión, J.J. (1995). Manual de análisis de datos. Madrid: Alianza.
- Vargas, L. (2016). Los retos logísticos de la expansión y la diversificación. Disponible en:
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/que-hace-el-gestor-de-compras-en-una-empresa/>

EAE, Business School. (2017). Cuáles son los principales objetivos del departamento de compras. Disponible en:
<https://retos-operaciones-logistica.eae.es/cuales-son-los-principales-objetivos-de-los-departamentos-de-compras/>

Marfil impresos y Papeles (2020). Base de datos del sistema Tecnopos e Infacun. Disponible en:
Departamento de compras de Marfil impresos y Papeles S.A.S

Marfil impresos y Papeles (2020). Proformas de los productos de importados de años 2017, 2018, 2019 y 2020. Disponible en: Departamento de compras de Marfil impresos y Papeles S.A.S

Marfil impresos y Papeles (2020). Fotografías de eventos de impulso de la marca. Disponible en:
Departamento de diseño de Marfil impresos y Papeles S.A.S