



**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL PROCESO DE SOLICITUD DE ENVIO Y  
RECIBO DE MERCANCIA EN STOCK DE LOS PROVEEDORES EN LA EMPRESA  
D1 S.A.S DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

**DANNA CAROLINA JIMENEZ  
DANIELA MARIA COTAZO**

**INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “Simón Rodríguez”  
PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL  
SANTIAGO DE CALI  
2024**

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL PROCESO DE SOLICITUD DE ENVIO Y  
RECIBO DE MERCANCIA EN STOCK DE LOS PROVEEDORES EN LA EMPRESA  
D1 S.A.S DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

**DANNA CAROLINA JIMENEZ  
DANIELA MARIA COTAZO**

**PROYECTO DE GRADO**

**ASESOR  
HARRINSON SANCHEZ SEVILLANO**

**INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “Simón Rodríguez”  
PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL  
SANTIAGO DE CALI  
2024**

## Tabla de contenido

Tabla de contenido .....	4
Introducción .....	1
1 Planteamiento del problema.....	3
1.1 Identificación del problema .....	3
1.2 Descripción del problema .....	3
1.3 Formulación del problema .....	5
1.4 Sistematización del problema .....	5
2 Objetivos .....	5
2.1 Objetivo general.....	5
2.2 Objetivos específicos .....	5
3 Justificación .....	6
3.1 Justificación teórica .....	6
3.2 Justificación práctica.....	8
3.3 Justificación metodológica.....	9
4 Marcos.....	9
4.1 Marcos de referencias. ....	9
4.2 Marco teórico .....	13
4.3 Marco conceptual.....	20
4.4 Marco contextual .....	24

4.5	Marco temporal.....	26
4.6	Marco legal .....	26
5	Diseño metodológico.....	29
5.1	Componentes investigativos .....	29
5.1.1	Tipos, métodos y fuentes de la investigación .....	29
5.1.2	Línea de la investigación .....	33
5.1.3	Delimitaciones del objeto de estudio .....	33
5.1.4	Población y muestra de estudio.....	33
5.2	Técnica e instrumentos .....	34
5.2.1	Diagnostico empresarial.....	34
5.2.2	Análisis de procesos.....	36
5.3	Procedimientos.....	38
5.3.1	Fases del diagnóstico en la empresa D1 S.A.S.....	38
5.3.2	Pasos para estudio de procesos la empresa D1 S.A.S.....	39
5.3.3	Pasos para calcular el costo de la propuesta .....	39
6	Reseña histórica empresarial.....	40
6.1	Tipo de empresa – Constitución .....	42
6.2	Capital social.....	44
6.3	Objeto social .....	44
6.4	Misión y Visión Empresarial .....	44

6.4.1	Misión: .....	44
6.4.2	Visión:.....	44
6.5	Políticas de empresa.....	45
6.5.1	Política de Precios Bajos.....	45
6.5.2	Política de Calidad .....	45
6.5.3	Política de Sostenibilidad.....	46
6.5.4	Política de Atención al Cliente .....	46
6.5.5	Política de Ética y Cumplimiento .....	46
6.5.6	Política de Recursos Humanos.....	47
6.5.7	Política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	48
6.6	Estructura empresarial .....	48
6.7	Portafolio de productos .....	49
6.8	Mercado .....	49
6.9	Evolución financiera .....	50
6.9.1	Análisis Gráfico .....	51
7	Análisis de la situación actual de la empresa.....	51
7.1	Análisis del sector: Entorno económico en que se mueve la empresa.....	51
7.2	La competencia .....	53
7.3	El mercado actual – Participación en el mercado .....	54
7.4	Estrategias de mercadeo y ventas .....	56

7.5	Matriz DOFA .....	56
7.6	Análisis interno y externo de la empresa .....	57
7.6.1	Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa .....	58
8	Diagnostico formulación e implementación del plan de mejoramiento .....	59
8.1	Área Administrativa.....	59
8.2	Diagnostico – Estructura del área .....	60
8.2.1	Matriz Dofa para el Área.....	61
8.3	Plan de mejoramiento .....	62
8.3.1	Objetivos .....	62
8.4	Implementación del plan de mejoramiento.....	62
8.4.1	Valores .....	62
8.4.2	Principios .....	63
8.4.3	Estrategia y plan de acción .....	64
8.5	Informe de Identificación de problemas .....	66
8.6	Cotización de Software .....	68
8.7	Protocolo de comunicación propuesto .....	69
8.7.1	Herramientas del Protocolo de Comunicación .....	70
8.8	Plan de capacitación modelo SAP .....	78
9	Presupuesto de implementación.....	84
9.1	Beneficios .....	84

10	Conclusiones .....	86
11	Recomendaciones .....	88
12	Bibliografía .....	91
13	Anexos .....	94

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación se realizó en base a la información obtenida de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali. Empresa que se dedica a prestar un servicio y producto a la comunidad desde hace más de 5 años atrás, sin embargo, en la investigación realizada se revela que este afrontado problema con el envío y recibo de mercancía con los distintos proveedores que tiene la tiendas D1, motivo por la cual, es necesario crear un nuevo sistema en el de proceso de pedido y recibo de mercancía con los proveedores mejorando la comunicación que ayude a la organización a cumplir con las metas planteadas, ser una empresa líder en el mercado.

Con los antecedentes se logra desarrollar un diagnóstico que permite identificar las dificultades y necesidades que esta presentado la empresa, en base al diagnóstico realizado, se tomó la decisión hacia dónde va enfocado el presente proyecto de mejoramiento.

Creando estrategias para implementar un sistema efectivo de comunicación entre los proveedores y las tienda D1 de la ciudad Santiago de Cali, aportando un sistema más favorable en la cadena de suministro y aportando un sistema de inventario más favorable en la compañía anulando posibles retrasos e inconvenientes en la mercancía recibida y así alcanzar una mejor gestión en los inventarios de los proveedores.

En el presente proyecto se propone un plan de acción para mejorar el sistema tecnológico y comunicativo que tiene la empresa D1 S.A.S con los diferentes proveedores. Se propone reorganizar el sistema que tiene las tiendas D1 de ciudad de Cali frente a la comunicación con los proveedores. Este plan de acción es parte de la estrategia principal.

Con este plan de mejoramiento la empresa debe realizar una inversión para reorganizar el sistema actual e implementar capacitaciones para que sus empleados se integren en el nuevo sistema, al realizar esta inversión a la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali mejorara su posicionamiento ya que brindará productos de calidad alta sus consumidores, evitando problemas como, vencimiento de productos, inconsistencia en la mercancía, entre otros, y así mismo, se lograría dar un servicio optimo, los clientes estarían a gusto y la empresa lograría una buena gestión y manipulación de su mercancía.

Por otro lado, se evaluó el impacto costo-beneficio de la implementación del plan de mejoramiento, determinando que la inversión en la mejora del sistema de inventarios generará beneficios a mediano y largo plazo. Entre los beneficios identificados se encuentra la reducción de costos por pérdidas de productos debido a una mejor planificación y control, el aumento en la disponibilidad de mercancía para satisfacer la demanda del cliente y una mayor eficiencia operativa en la gestión logística. Además, se espera que la optimización del proceso logístico fortalezca la competitividad de la empresa en el mercado, asegurando su crecimiento y sostenibilidad a futuro.

Con este plan de mejoramiento la empresa debe realizar una inversión para reorganizar el sistema actual e implementar capacitaciones para que sus empleados se integren en el nuevo sistema. Al realizar esta inversión, la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali mejorará su posicionamiento ya que brindará productos de alta calidad a sus consumidores, evitando problemas como vencimiento de productos, inconsistencia en la mercancía, entre otros. Así mismo, se logrará dar un servicio óptimo, los clientes estarán a gusto y la empresa alcanzará una mejor gestión y manipulación de su mercancía, consolidándose como una compañía más eficiente y confiable dentro del sector comercial.

## **1 Planteamiento del problema**

### **1.1 Identificación del problema**

La empresa D1 S. A. S no cuenta con sistema de comunicación efectivo al momento de realizar los pedidos a los proveedores provocando una mala distribución de la mercancía en stock a las tiendas.

### **1.2 Descripción del problema**

D1 S.A.S, con su marca de Tiendas D1, fue creada en 2009 en Medellín, convirtiéndose en la primera cadena de descuento en llegar al país, con un formato que revolucionó la manera de hacer mercado de los colombianos. Cuenta con más de 17.000 empleados, es la compañía con más puntos de venta en Colombia, alcanza 2.000 tiendas lo que significa estar cada vez más cerca de todos los hogares colombianos cubriendo el 87% del territorio, en 28 departamentos y 450 municipios. Más de 600 marcas propias de excelente calidad & 83% de los productos son de industria nacional

El propósito de la empresa es seguir entregando productos de calidad alta a precios bajos a todos los consumidores de Colombia, convirtiéndose, así, en la primera opción de compra permanente.

Con el crecimiento obtenido, están generando nuevos puestos de trabajo y desarrollo en zonas urbanas y rurales del país. En este sentido, un objetivo de desarrollo sostenible importante para D1 es la equidad de género, son conscientes de que la mujer es un pilar muy importante para la sociedad. Por esta razón, en la actualidad, el 51% de los colaboradores son mujeres y el 49%, hombres, asimismo, tienen representación de la mujer en todas las áreas de la compañía.

La empresa D1 S.AS ha venido presentado en los últimos 2 años un gran problema o dificultad con la mercancía solicitada a los distintos proveedores, ya que los pedidos solicitados no llegan completos, por falta de una buena comunicación, al tener diversos medios para contactarlos; como Gmail, mensajes, llamadas y otros, se dificulta mantener una comunicación adecuada, y se tiene uno o más malentendidos. Al no tener unas políticas claras sobre el uso, plazos de entrega, etc., los proveedores no cuentan con un buen inventario en stock de mercancía que debe ser entregada a dichas tiendas.

<b>PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA D1 S.A.S DE CALI-VALLE DEL CAUCA</b>			
<b>Síntomas</b>	<b>Causas</b>	<b>Pronostico</b>	<b>Control del pronostico</b>
Incumplimiento en plazos de entrega.	Falta de organización al momento de distribuir la mercancía disponible en stock	Mala reputación de la empresa y sus productos.	Diseñar un plan de mejoramiento en el proceso de pedido y recibo de mercancía con los proveedores mejorando la comunicación entre ellos.
Falta de mercancía o desigualdad en el producto recibido por los proveedores.			
Inconformidad de los clientes a la hora de encontrar un producto y no encontrarlo.			
Baja calidad en mercancía de poca rotación.	Recibo de mercancía con fecha corta de expiración por escasez de productos.	Reducción de las ventas.	
Reclamos y devoluciones de los clientes.			
Mala estética en las tiendas para los clientes.	Exceso o escasez de productos en las tiendas.		

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo diseñar un plan para mejorar el proceso de pedido y recibo de mercancía aumentando la comunicación entre tiendas y proveedores para la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Santiago de Cali?

### **1.4 Sistematización del problema**

¿Cuál es la situación actual en las tiendas con los proveedores de la empresa D1 S.A.S en la ciudad de Santiago de Cali?

¿Qué estrategias se pueden establecer para mejorar el proceso de pedido y recibo de mercancía entre proveedores y tiendas de la empresa D1 S.A.S?

¿Cuál sería el plan de acción para mejorar los procesos en el sistema de inventarios y despacho de la mercancía entre tiendas y proveedores de la empresa D1 S.A.S?

¿Cuál sería el Costo beneficio aplicando este plan de mejoramiento entre tiendas y proveedores en la empresa D1 S.A.S?

## **2 Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Crear un plan de mejoramiento para diseñar e implementar un sistema efectivo de comunicación de unidades disponibles para su distribución de los proveedores a las tiendas D1, de la ciudad de Santiago de Cali.

### **2.2 Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de las tiendas con los proveedores de la empresa D1 S.A.S en la ciudad de Santiago de Cali.

Identificar acciones que se puedan establecer para mejorar el sistema de inventarios entre proveedores y tiendas de la empresa D1 S.A.S.

Preparar un plan de acción que mejore el sistema y/o proceso de pedidos y recibos de mercancía entre tiendas y proveedores de la empresa D1 S.A.S.

Establecer el impacto de costo- beneficio, que puede derivar con la implementación del plan de mejoramiento en el sistema de inventarios entre proveedores y tiendas de la empresa D1 S.A.S

### **3 Justificación**

#### **3.1 Justificación teórica**

El plan de mejoramiento en el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía de los proveedores tiene como propósito restablecer un cambio más favorable en la cadena de suministro y aportar un sistema de inventarios más favorable en la compañía anulando posibles retrasos e inconvenientes en la mercancía recibida y así alcanzar una mejor gestión en los inventarios de los proveedores.

Actualmente se encuentran una amplia variedad de teorías relacionadas con la cadena de suministro y el mejoramiento dentro de un proceso en la empresa, para lograr implementar el plan de mejoramiento de este proyecto es necesario llevar a cabo algunas de ellas con el fin de optimizar los procesos entre proveedores y clientes, por lo tanto, se han tomado en cuenta las siguientes teorías y metodologías:

William Edwards Deming en su aporte “El Ciclo de Deming” o también conocido como “Ciclo de Calidad”, es la metodología más usada para solucionar problemas y ejecutar sistemas

de mejora continua. Su aplicación ayuda a que las organizaciones mejoren su rendimiento y aumenten su productividad. El Ciclo de Deming se compone de 4 fases: Planear, Hacer, Verificar y Actuar y se basa en el supuesto de que una empresa debe mejorar continuamente para poder competir en el mercado.

Masaaki Imai en su teoría del denominado método Kaizen el cual se refiere a un sistema de mejora continua en el que las pequeñas, pero constantes mejoras, acumulan tras de sí grandes beneficios a largo plazo; Para alcanzar el éxito es necesario evolucionar. Los cambios constantes en el entorno obligan a las personas y organizaciones a mejorar sus prácticas, adquirir nuevos conocimientos e implementar nuevas tecnologías y herramientas para lograr desarrollarse.

Ford Whitman Harris en el modelo de Wilson o EOQ (Economic Order Quantity - Cantidad económica de pedido, en su traducción al castellano) es un método para calcular cada cuánto y en qué cantidad hay que realizar un pedido a un proveedor, garantizando así una adecuada gestión de stock. Pese a que este modelo suele asociarse a la adquisición de materias primas y a la gestión óptima del stock, en realidad hay que tener en cuenta que la metodología Wilson puede aplicarse a cualquier tipo de mercancía.

Frederick Winslow Taylor fue el creador de los principios de la administración científica o también llamado "Taylorismo" el cual se debe a la aplicación de métodos de la ciencia a los problemas de la administración empresarial, con el objetivo de alcanzar una mayor eficiencia en la producción industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición de resultados.

Por último, se tomó como referencia a Henry Fayol con La teoría clásica de la administración hace énfasis en las funciones básicas que debe tener una organización para

conseguir su eficiencia desde un enfoque sintético, global y universal de la empresa; destaca que toda organización debe cumplir con una serie de funciones básicas: Funciones técnicas, comerciales, financieras, de seguridad, contables y administrativas; Una organización logra un correcto funcionamiento cuando hay una sincronización de todos los elementos y áreas de la empresa, es decir, los descritos en los apartados anteriores. No puede fallar ninguno, ya que si lo hace se ven perjudicadas las demás áreas también, y la organización entonces no puede funcionar de forma eficiente.

### **3.2 Justificación práctica.**

El presente proyecto tiene como finalidad establecer un sistema óptimo dentro de la compañía entre proveedores y tiendas de la empresa con base en los conocimientos que se han adquirido en todo el proceso académico en el Instituto Técnico Nacional De Comercio "Simón Rodríguez" hasta el día de hoy para así ofrecer soluciones a problemáticas, desafíos o retos de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali.

La mejora que se busca implementar en el proyecto tiene como objetivo planear, organizar, realizar y establecer acciones y/o procesos en los cuales haya una mejora óptima en el sistema de despacho de la mercancía entre tiendas y proveedores evitando así que lleguen productos en mal estado, retrasos o inconsistencias de número de productos solicitados. En el presente proyecto se tomarán en cuenta todos los conocimientos logrados en el programa cursado de Técnico Profesional en procesos administrativos brindando así una mejora y soluciones en la empresa D1 S.A.S y también a actuales o futuras empresas que estén pasando por problemas iguales o relacionados a este proyecto.

### **3.3 Justificación metodológica.**

El enfoque metodológico adoptado en este plan de mejoramiento para la empresa D1 SAS en la ciudad de Cali corresponde a una investigación descriptiva. De acuerdo con Kerlinger, Fred N (2004), este tipo de investigación tiene como propósito principal analizar y caracterizar grupos, fenómenos o situaciones específicas. A través de la observación de la estructura y la recopilación de información, se busca obtener una visión detallada y precisa.

En este contexto, el plan se enfocará en examinar las particularidades y comportamientos dentro de los procesos de solicitud de pedido, recepción, distribución y despacho, así como en el desempeño del personal involucrado en estas actividades. Esto permitirá identificar fallas en los procedimientos, especialmente en la gestión de órdenes de pedido, donde la falta de un control adecuado del historial de inventarios ocasiona confusiones y errores. Como resultado, el estudio tiene la intención de proponer soluciones efectivas que optimicen la gestión de inventarios dentro de la compañía.

## **4 Marcos**

### **4.1 Marcos de referencias.**

María Alejandra Bautista Soto (2021) en su proyecto “Propuesta de mejora del proceso de despacho en la empresa la vid despachos del valle en el municipio de la unión, valle del cauca” en la Universidad del valle en la facultad de ciencias de la administración.

En su propuesta busca establecer una propuesta de mejora del proceso de despachos que contribuya a minimizar el tiempo total de preparación de pedido en la empresa La VID Despachos del Valle en el municipio de La Unión, Valle del Cauca, Diagnosticando el proceso actual de despacho de la empresa caso de estudio que permita determinar los factores relevantes que inciden en el tiempo total de alistamiento de pedido y así mismo formular un plan de mejora

que permita minimizar el tiempo total de preparación de pedido considerando los factores críticos analizados para así lograr realizar un análisis comparativo del plan de acción con relación al proceso actual de despachos de la empresa objeto de estudio.

En el proyecto María Alejandra Bautista Soto (2021) se formula un plan de mejora que permitió minimizar el tiempo total de preparación de pedido considerando los factores críticos analizados por la herramienta de priorización de problemas y realizó un análisis comparativo del plan de acción con relación al proceso actual de despachos, también se utilizaron varias estrategias y procesos que se relacionan con el presente proyecto y servirán como base para dar con una solución eficiente. Se realizó un análisis comparativo del plan de acción con los resultados y proyecciones financieras de la empresa a cinco años y se concluyó que el plan propuesto es viable y beneficioso para el crecimiento y estabilidad de la empresa.

Lizbhet Andrea Flórez Sánchez y Fabián Antonio Usuga Ruíz (2021) en su proyecto “Propuesta de Mejora en la Recepción de Proveedores y Entrega a las Áreas de Producción en Locería Colombiana S.A.” en la Corporación Universitaria Minuto de Dios en la facultad de Ingeniería.

En el proyecto se encuentran como objetivos elaborar un plan de mejora para los procesos de recepción, alistamiento y entrega del almacén de materiales de Locería Colombiana S.A. con el fin de reducir los tiempos de recepción, entrega y mejorar la prestación del servicio y así verificar el procedimiento y/o instructivos de los procesos del almacén de materiales para la entrega de acuerdo a lo solicitado por el usuario interno y clientes externos. También se busca Identificar oportunidades de mejora en los procesos de almacenamiento y despacho de materiales y analizar los problemas de recepción y despacho que se está generando dentro de la cadena de abastecimiento de Locería Colombiana.

En el proyecto Lizbhet Andrea Flórez Sánchez y Fabián Antonio Usuga Ruíz (2021) se llegó a la conclusión que una adecuada programación y una buena estrategia en la planeación de las actividades, combinado con el aprovechamiento de los recursos existentes, puede ser suficiente para lograr cambios en el área a intervenir. En este caso se encontró una oportunidad de mejora en el área de almacenes, donde no fue necesario la adquisición de equipos para mejorar los tiempos de espera en el proceso de recepción de proveedores y entrega a plantas. Este trabajo ayudará a tener más claridad sobre diferentes procesos y variables que se deben tener en cuenta y si es o no necesario implementar una mejora drástica a la compañía.

Héctor Fabio Fierro Rivera (2013) en su proyecto “Diseño del plan de mejoramiento en el proceso de recepción de mercancía y despachos nacionales aplicando la técnica de estudio de trabajo en la empresa Motores japoneses s.a.” de la Universidad Autónoma de occidente en la facultad de Ingeniería.

El proyecto tiene como objeto diseñar y proponer un plan de mejora en el área de recepción de mercancía y en el área de despachos nacionales empleando técnicas de Estudio de Trabajo y conseguir reducir las causas de reproceso, desperdicios y distancias entre puestos de trabajo, diseñando un plan de mejora para desarrollar y proponer un diseño de redistribución de planta para aprovechar los recursos y las capacidades instaladas teniendo en cuenta la infraestructura de la empresa; también se busca reducir los tiempos de espera, planteando y sugiriendo la inversión en nueva tecnología.

Héctor Fabio Fierro Rivera (2013) en su proyecto llegó a la conclusión de que por medio del estudio de trabajo se logró estandarizar los tiempos en los subprocessos tratados, donde se tuvo en cuenta la fatiga y los diferentes factores que retrasan las actividades diarias de trabajo.

Este proyecto está relacionado y brindará información sobre diferentes tecnologías, métodos y técnicas que se pueden tener en cuenta al momento de realizar alguna propuesta.

Ana María Bonet fuentes y Nelson Enrique Villalobos Zambrano (2019) en su proyecto "Propuesta Para la mejora de los tiempos entre recibo y preparación de mercancía en el centro de distribución de un operador logístico, en el departamento Atlántico-barranquilla" en la universidad de la costa cuc por la facultad de ingeniería.

En este proyecto se observa un plan de mejoramiento para que se logre reducir los tiempos de recibo y preparación de mercancía en un CEDIS, esto para lograr aumentar la productividad del mismo y mejorar el proceso. Los CEDIS son centros de acopio donde se manipula la mercancía antes de ser distribuida a puntos más específicos para el consumo final, a lo largo del trabajo se encuentra que realizaron visitas al CEDIS para analizar y observar un proceso en específico (Recibo de mercancía y preparación de pedidos para tiendas), esto con el fin de caracterizar el proceso para realizar las mejoras adecuadas para el mismo. Utilizando herramientas para el estudio de métodos y tiempos como diagramas de procesos, de flujos y de transporte, lograron evidenciar cuales eran las actividades críticas en el desarrollo del recibo de la mercancía, por lo que en esa parte en específico del proceso fue la que se buscó mejorar, luego de ver varias opciones de mejora y comparar el proceso mejorando con el actual por medio de los diagramas de procesos y de transporte, se logra reducir el tiempo de recibo de mercancía y con Esto aumenta la productividad del CEDIS y reducen costos operacionales en el desarrollo de sus actividades.

En este proyecto de Ana María Bonet fuentes y Nelson Enrique Villalobos Zambrano (2019) se dedujo que para alcanzar una mayor productividad y aprovechamiento de los recursos disponibles, se logró realizar una excelente propuesta que cubriera las necesidades de dicho

plan de mejoramiento ,gracias al análisis y observaciones que se realizaron en los procesos específicos del CEDIS, esto con el fin de identificar cual era la actividad crítica a mejorar, teniendo en cuenta que existen actividades que son menos productivas en el proceso pero que están por fuera del control del operador logístico, se logra identificar el recibo de mercancía y la preparación de los pedidos como las actividades para mejorar.

## 4.2 Marco teórico

Para el diseño de este proyecto se exploran diferentes teorías administrativas propuestas por los diversos autores que lograrán servir como guía al momento de la implementación del plan de acción, las cuales estarán descritas a continuación:

**William Edwards Deming en su aporte “El Ciclo de Deming”** o también conocido como “Ciclo de Calidad” es el sistema más utilizado para implantar dicho plan de mejora continua. Recibe el nombre de Edwards Deming, quien fue su principal impulsor, pero también se conoce como ciclo PHVA que son las siglas de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, o PDCA en inglés (Plan, Do, Check, Act). El ciclo Deming está compuesto por cuatro etapas de manera que al finalizar la última de ellas, comienza la primera de nuevo:

**PLAN (Planificar):** Esta fase es la más influyente. Mediante métodos como la realización de grupos de trabajo, encuestas entre los trabajadores y búsqueda de nuevas tecnologías, debemos definir: El problema o actividad que mejorar, los objetivos que alcanzar, los indicadores de control, los métodos y herramientas para llevarlo a cabo.

**DO (Hacer):** Se lleva a cabo lo determinado en el plan, en la mayoría de los casos mediante una prueba piloto. Esta fase incluye: Verificar y aplicar las correcciones planificadas, introducir las modificaciones al plan inicial si el resultado de las correcciones no ha sido

positivo, registrar lo desarrollado y los resultados obtenidos, formar al personal que deba aplicar las soluciones desarrolladas.

**CHECK (Controlar):** Se comprueba si la mejora implantada ha alcanzado el objetivo mediante herramientas de control como Diagrama de Pareto, check lists o KPI's. Debemos controlar las causas críticas como la calidad del producto o la forma de operar de máquinas y equipos.

**ACT (Actuar):** Es la última de las fases y en ella se debe ajustar el plan de mejora. Se normaliza la solución al problema y se establecen las condiciones para mantenerlo. Si se ha alcanzado el objetivo en la prueba piloto, se implantará de forma definitiva. En caso contrario, se examinará el desarrollo para descubrir errores y empezar un nuevo ciclo PDCA. De esta forma se cierra el ciclo y se realimenta volviendo a la primera fase.

El objetivo del PDCA es simplificar las rutinas de gestión y facilitar la implementación de cambios positivos. Para lograrlo, trabaja en función de algunos aspectos clave: resolución de problemas, toma de decisiones, mejora de la calidad, innovación, flexibilidad y agilidad.

**Masaaki Imai en su teoría del denominado método “Kaizen”**, es una palabra japonesa que se compone de dos sinogramas de escritura japonesa que significan “bueno” y “cambio”, y actualmente, Kaizen se refiere a un sistema de mejora continua en el que las pequeñas, pero constantes mejoras, acumulan tras de sí grandes beneficios a largo plazo, su objetivo es implementar mejoras y reducir ineficiencias para construir un entorno eficiente y productivo que aumente la competitividad de las empresas. Como método, proporciona herramientas y recomendaciones que ayudan a crear un plan de acción para implementar las mejoras necesarias. Para conseguir un mejor ambiente laboral, el método Kaizen, en su idea más disciplinada, busca

eliminar o disminuir las imperfecciones dentro de una organización. Esto puede ser por medio de la supresión de procesos poco funcionales o tiempos improductivos. Para esto, aplica el juego de las 5 S que consiste en lo siguiente:

**Seiri (clasificación):** consiste en identificar y clasificar lo que sirve y lo que no en los procesos organizacionales. Lo que no es funcional se aparta o elimina por completo.

**Seiton (organización):** invita a ordenar lo previamente clasificado para encontrar la forma más fácil de realizarlo o encontrarlo. En este paso es común que se detecten tiempos improductivos y empiecen a eliminarse.

**Seiso (limpieza):** tanto a nivel personal como laboral, este método espera que todo tenga un buen mantenimiento y se eliminen los residuos.

**Seiketsu (estandarización):** esto puede tomarse como una primera evaluación para asegurar que los cambios hasta ahora implementados estén funcionando o no. Una vez que se hayan encontrado las mejoras de proceso, todos los miembros de la empresa deben aplicarlas para que el método cumpla con sus objetivos.

**Shitsuke (Mejoramiento constante):** aquí se fomenta la disciplina y el autocontrol para el mejoramiento de la productividad. Este método no es definitivo y debe trabajarse todos los días para que funcione.

**Ford Whitman Harris en el modelo de Wilson o EOQ (Economic Order Quantity - Cantidad económica de pedido, en su traducción al castellano)** es un método de gestión de stock muy utilizado para reducir los costes de inventarios en un almacén o bodega. Se trata de uno de los modelos de gestión de stock más sencillos de aplicar, y por ello es tan utilizado. Se centra en calcular la cantidad adecuada de cada pedido de producto o materia prima de la

empresa para reducir al máximo los costes de inventario. Pese a que este modelo suele asociarse a la adquisición de materias primas y a la gestión óptima del stock, en realidad hay que tener en cuenta que la metodología Wilson puede aplicarse a cualquier tipo de mercancía. Planteada originalmente en 1913 por el ingeniero norteamericano Ford Whitman Harris, no fue hasta 1934 cuando el consultor R.H. Wilson desarrolló la fórmula con éxito.

$$Q = \sqrt{\frac{2 \times K \times D}{G}}$$

A partir de la demanda de un producto, el costo de realizar un pedido y el gasto de almacenamiento podemos determinar el volumen óptimo de pedido. La fórmula matemática es la siguiente: Q= cantidad óptima de pedido, D= demanda anual de la materia prima en cuestión, K= costo de realizar cada pedido, G= costo de almacenamiento de una unidad en el almacén en una cantidad de tiempo determinado. La ecuación del método Wilson permite conocer cuándo y en qué cantidad hay que realizar un pedido.

Este método matemático garantiza la optimización en la gestión del inventario. De hecho, esta solución presenta las siguientes ventajas: Minimizar los costos de adquisición y almacenamiento, evitar los excesos de stock, pero asegurando que habrá el suficiente para atender la demanda en todo momento, saber la cantidad correcta a adquirir en cada pedido y evitar roturas de stock.

**Frederick Winslow Taylor fue el creador de los principios de la administración científica o también llamado “Taylorismo”** Se define como una metodología que tiene su base en métodos y leyes científicas que permiten aprovechar, de una mejor forma, la jornada laboral evitando pérdidas de tiempo y dinero en el proceso de producción. Su objetivo fundamental es alcanzar los niveles máximos de productividad y, por lo tanto, de prosperidad. Para ello se enfoca, entre otros puntos, en potenciar la preparación y entrenamiento de los trabajadores, de

forma que cada cual se vuelva más eficiente y competitivo. El punto de partida para Frederick W. Taylor era el estudio sistemático sobre cuáles serían las mejores condiciones posibles para que la productividad de los trabajadores aumentara, aprovechar la mejor combinación de la mano de obra y de las máquinas por medio de métodos de trabajo clasificados, tabulados y seleccionados para tener un estándar de cómo hacer las cosas; sin olvidar armonizar las relaciones entre trabajadores y patrones. A partir de sus estudios de tiempos y movimientos para lograr una mayor eficiencia termino agrupando los resultados en los denominados cuatro principios de la administración científica:

Principio de planeación: desarrolla, para cada elemento del trabajo del obrero, una ciencia que reemplaza los antiguos métodos empíricos. Por lo tanto, Taylor proponía que el desarrollo de una ciencia significa el establecimiento de leyes o formulas a sustituir las metodologías empíricas y esto se logra por medio de procedimientos en los que se detallan como hacer las cosas de forma estandarizada. Así cada trabajador contaba con una tarea específica que era asignada con los recursos apropiados conociendo de antemano cómo se debe hacer y los tiempos esperados para que la tarea sea finalizada.

Principio de preparación: La administración debe seleccionar científicamente y luego instruye, enseña y forma al obrero, mientras que en el pasado éste elegía su oficio y se instruía a sí mismo de la mejor manera, de acuerdo con sus propias posibilidades.

Principio de control: Cooperar cordialmente con los obreros para que todo el trabajo sea hecho de acuerdo con los principios científicos que se aplican. La idea es colocar a las personas adecuadas en los puestos de trabajo adecuados según sus competencias, lo que conduce a un mayor bienestar de los trabajadores.

Principio de ejecución: Distribuye equitativamente el trabajo, la responsabilidad y especialización entre la administración y los obreros. Los gestores se encargan de la planificación y el trabajo mental y los operarios se encargan del trabajo manual, lo que supone una mayor división del trabajo y una mayor eficiencia.

La administración científica, consiste en una combinación de elementos que no existían en el pasado; los conocimientos, reunidos, analizados, agrupados y clasificados en leyes y reglas de manera tal de constituir una ciencia, acompañada de un cambio en la actitud recíproca de los trabajadores y de la dirección.

**Henry Fayol con La teoría clásica de la administración.** La importancia de la teoría clásica de la administración radica en que permitió realizar pronósticos confiables y aplicar métodos administrativos eficientes. La teoría hace hincapié en la administración global de la organización, es decir, en la estructura y en las funciones que debe realizar cada parte de la empresa (no solo en mejorar los métodos de producción). Fayol estableció catorce principios:

La división del trabajo. Dividir la organización del trabajo según la capacidad y la eficiencia de cada empleado y de cada área, para alcanzar una mejor eficacia y productividad.

La autoridad y la responsabilidad. Establecer un equilibrio entre el poder que ejerce la autoridad y las funciones que debe realizar, contribuye a evitar el abuso de poder.

La disciplina. Respetar y hacer respetar a los demás, cumplir las normas y los reglamentos de la organización.

La unidad de mando. Establecer que cada trabajador responda a un solo superior directo, de quien recibirá órdenes y apoyo.

La unidad de dirección. Asegurar que todas las actividades que tengan el mismo objetivo (como marketing, publicidad, ventas y promoción), sean dirigidas por un mismo responsable.

La subordinación del interés individual al interés general. Reconocer y fomentar, en primer lugar, el interés general de la organización y, en segundo lugar, el de los empleados, a fin de garantizar continuidad en el tiempo.

La remuneración. Mantener una política de remuneración (valor monetario que la empresa da al empleado, a cambio de los servicios recibidos) que debe incluir incentivos financieros y no financieros.

La centralización y descentralización. Definir el grado de concentración de poder de la autoridad, que varía según la condición del negocio y el tipo de personal.

La cadena escalonada. Establecer con claridad una línea de autoridad o de mando, que puede ser horizontal o vertical.

El orden. Mantener un lugar para cada objeto a fin de optimizar los tiempos de producción y, mantener el orden social a través de la selección adecuada de cada empleado en el cargo más idóneo.

La equidad. Dar un trato igualitario a todos los empleados, bondad y justicia (ese tipo de vínculo genera lealtad y compromiso).

La estabilidad personal. Fomentar y acompañar el rendimiento del empleado que es contratado de manera permanente y que sabe que tiene oportunidades de progresar dentro de la organización.

La iniciativa. Estimular a los empleados para que opinen, aporten sugerencias constructivas y armen planes de trabajo, para que se sientan partícipes de la organización.

El espíritu de cuerpo. Crear unidad, cooperación y espíritu de equipo entre los empleados, para evitar confrontaciones.

### 4.3 Marco conceptual

**PDCA o PHVA:** Planear, Hacer, Comprobar y Actuar.

**Stock:** Cantidad de mercancías que se tienen en depósito.

**Inventarios:** Consiste en una relación detallada, ordenada y valorada de todos los bienes, derechos y deudas de una empresa.

**Kaizen:** Se refiere a un sistema de mejora continua en el que las pequeñas, pero constantes mejoras, acumulan tras de sí grandes beneficios a largo plazo.

**Distribución:** Acción y efecto de distribuir. Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse

**Mercancía:** Cualquier bien capaz de satisfacer una demanda. Es de carácter comerciable, es decir, que se puede comprar o vender en el mercado.

**Remuneración:** Es un monto acordado en la negociación paritaria que no se incorpora al sueldo básico, pero está sujeto a deducciones.

**Iniciativa:** Se refiere a la capacidad de una persona para actuar por sí misma (sin que la hayan puesto en marcha instrucciones externas), para tomar decisiones o para ser emprendedor.

**Subordinación:** Persona con una posición laboral o jerarquía más baja que otra persona, de la cual recibe órdenes.

**Reciproca:** Responder a una acción con otra comparable en valor o impacto.

**Metodología:** Es la ciencia de los métodos, es decir, es el estudio crítico del conjunto de operaciones y procedimientos racionales y sistemáticos que utiliza el ser humano para encontrar soluciones óptimas a problemas complejos, teóricos o prácticos.

**Solicitud:** Es un documento escrito que dirige una persona cualquiera a otra que desempeña un cargo o función importante en instituciones públicas o privadas, para pedir algo que por derecho o por gracia, espera recibir.

**Pedidos:** El acto y la consecuencia de pedir: desear, requerir o exigir algo.

**Proveedores:** Es una persona o un negocio que vende productos o brinda servicios con fines de lucro.

**Productos:** Un producto es aquello que se fabrica y se destina al mercado para satisfacer una demanda.

**Calidad:** Capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad.

**Incumplimiento:** Falta de ejecución de un deber impuesto por una norma, una resolución administrativa o judicial, un acto o un contrato.

**Plazo de entrega:** Es el tiempo que transcurre entre el momento en que se pide una parte y el momento en que se recibe

**Desigualdad:** Cuando hay una falta de equilibrio entre dos o más personas.

**Devoluciones:** Es el proceso mediante el cual un cliente que ha comprado una mercancía previamente la devuelve a la tienda y a cambio, recibe efectivo por devolución o, en algunos

casos, otro artículo (igual o diferente, pero de valor equivalente) o un crédito para usar en la tienda.

**Expiración:** Es la fecha hasta la cual el alimento conserva sus propiedades, también se utiliza para significar el último día en que una opción o contrato de futuros es válido.

**Estrategias:** Un conjunto de programas generales de acción, que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica.

**Cadena de suministro:** Es una función estratégica y logística que involucra todas las operaciones que son indispensables para que un producto o mercancía llegue al cliente final.

**Plan de mejoramiento:** Es el resultado de un conjunto de procedimientos, acciones y metas diseñadas y orientadas de manera planeada, organizada y sistemática desde las instituciones.

**Método de investigación cuantitativa:** Es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos.

**Eficiente:** Un conjunto de procedimientos ordenados que permiten orientar la agudeza de la mente para descubrir y explicar una verdad.

**Materias primas:** Llamamos materias primas a aquellos recursos naturales a partir de los cuales obtenemos los materiales que empleamos en la actividad técnica

**Adquisición:** Todas las actividades que tienen como objetivo ganar clientes.

**Producción industrial:** Es el área de la ingeniería que planea, diseña, implementa y optimiza los sistemas de manufactura de bienes y servicios, a través de los cuales fluyen

productos e información mediante la integración de personas, materiales, equipos, tecnología y energía, en procura de obtener la máxima.

**Análisis:** Distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición. Estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito.

**Mano de obra:** La mano de obra se define como el número total de personas que están empleadas en una empresa o están disponibles para una asignación de proyecto o trabajo en particular.

**Sistema de inventarios:** Es el conjunto de normas, métodos y procedimientos que se utiliza para planificar y controlar los productos o materiales que utiliza una empresa, de manera que esta pueda funcionar eficazmente.

**Almacén:** Es un edificio o un sector dentro de una construcción que sirve para depositar grandes cantidades de artículos, productos y mercancías antes de que sean distribuidos o vendidos.

**Cedis:** Centro de Distribución. Es decir, un espacio destinado tanto al almacenaje como al envío de productos e insumos a medida que estos son demandados por los clientes. Sin embargo, hablar de CEDIS es mucho más que hacerlo de simples almacenes

**Demanda y oferta:** La oferta que es la cantidad de bienes y servicios que se ponen a la venta, que pueden ser frijoles, horas de clases de matemáticas, dulces o cualquier otra cosa que se nos ocurra. Por otro lado, la demanda, es igual a la cantidad que desean comprar los interesados.

**Mercado:** Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste.

**Organización:** Es un sistema social formado por un grupo de personas enfocadas en un objetivo en común a lograr dentro de un tiempo, espacio y cultura determinada.

**Almacenamiento:** Se asocia a depositar ciertos elementos en un determinado espacio.

**Innovación:** Se refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

#### **4.4 Marco contextual**

La empresa en la cual se diseñará este plan de mejoramiento es en la empresa D1 S.A.S específicamente en la tienda ubicada Cra. 23 #58-39, Comuna 8, barrio el trébol de la ciudad de Santiago de Cali, departamento del Valle del Cauca y su centro de distribución está ubicado e Cr. Cali - Yumbo #26-3, Yumbo, Vuelta de La Hervadura, Arroyo Hondo, Yumbo, Valle del Cauca.

La comuna 8 se encuentra en el centro – nororiente de la ciudad. Limita por el sur con la comuna 11 y por el sureste con la comuna 12; por el nororiente con la comuna 7; por el norte con la comuna 4 y por el occidente con la comuna 9. La comuna 8 cubre el 4,4% del área total del municipio de Santiago Cali con 526,7 hectáreas. La comuna 8 está conformada por 18 barrios y sectores los cuales son: Atanasio Girardot, Benjamín Herrera, Chapinero, El Trébol, El Troncal, Industrial, La Nueva Base, La Floresta, Las Américas, Municipal, Primitivo Crespo, Rafael Uribe Uribe, Saavedra Galindo, Santa Fe, Santa Mónica Popular, Simón Bolívar, La Base, Villa

Colombia. Esta comuna cuenta con 17.625 predios construidos y representa el 4,6% del total de la ciudad. Está conformada por 26.028 viviendas, lo cual corresponde al 5,2% del total de viviendas de la capital vallecaucana.

En cuanto a población, según el Censo del 2005, en esta comuna habita el 4,8% de la población total de la ciudad, es decir 96.991 habitantes, de los cuales el 47,2% son hombres (45.745) y el 52,8% restante mujeres (51.256). Esta distribución de la población por género es similar a la que se presenta para el consolidado de Cali (47,1% son hombres y el 52,9% mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta- es de 184,21.

El Censo Económico de 2005 nos permite caracterizar económicamente esta comuna. El 7,5% de las unidades económicas de la ciudad se encontraban en el 2005 en esta comuna, de las cuales 59,9% pertenecen al sector comercio, 25,1% al sector servicios y 14,9% a industria. Para esta comuna encontramos que el 42,2% del trabajo generado por las unidades económicas de la comuna al sector comercio, el 34,1% corresponde a la industria y el restante 23,7% al sector servicios. De esas unidades económicas, el 92,9% corresponde a micro empresas, 6,1% a pequeñas, 0,9% a medianas y tan solo el 0,1% son empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados).

Actualmente en esta zona al ser tan comercial ha surgido bastante competencia para la tienda D1 ubicada en este sector ya que una amplia variedad de microempresas y medianas han surgido y se han establecido cerca a la ubicación conllevando así que las ventas disminuyan ya que el mercado tiene más opciones donde comprar los productos similares a los de las tiendas D1 otras variedades de productos y servicios, sin embargo, siguen innovando en productos para captar la atención del mercado y continuar posicionándose correctamente dentro de él.

En el centro de distribución en el cual hace el envío de la mercancía de los proveedores esta ubicado en YUMBO, esta zona es industrial, alrededor de ella se encuentran variedades de CEDIS De diferentes empresas, también se encuentran plantas de fabricación de alimentos o productos y sus medios de transporte para la ciudad.



Tienda D1 El trébol

CEDI Yumbo

#### 4.5 Marco temporal

El presente proyecto de investigación se propone llevar a cabo para el desarrollo del plan de mejoramiento en la empresa D1 S.A.S ubicada en la ciudad de Santiago de Cali del barrio el Trébol, la investigación se desenvolverá en el transcurso de cuatro meses (Agosto-Noviembre) del año 2023, en donde se realizará el proyecto sobre el plan de mejoramiento para la toma de decisiones y luego se emplearan las estrategias que planteadas previamente para minimizar la problemática planteada inicialmente. Entre los meses de febrero a mayo del 2024.

#### 4.6 Marco legal

Las normas por las cuales se rige la cadena de tiendas retail “D1 S.A.S.” son las siguientes:

Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor): Esta norma establece los derechos y deberes de los consumidores en Colombia, y regula las relaciones entre estos y los proveedores de bienes y servicios. Entre otros aspectos, garantiza la protección contra publicidad engañosa, establece el derecho a la garantía y a la reparación de productos defectuosos, y regula el derecho a la información clara y veraz sobre los productos.

Decreto 1074 de 2015 (Reglamentario Único del Sector Comercio, Industria y Turismo): Este decreto regula las prácticas comerciales de los establecimientos de comercio, incluyendo las cadenas de tiendas retail. Establece, entre otras cosas, que los precios deben estar claramente exhibidos, prohíbe el cobro de sobrecostos no informados previamente al consumidor y regula el derecho de retracto en las compras realizadas a distancia.

Ley 232 de 1995 (Código Nacional de Policía y Convivencia): Esta ley establece una serie de normas relacionadas con la convivencia ciudadana y la seguridad en los establecimientos comerciales. Entre otras disposiciones, regula aspectos como las horas de funcionamiento de los establecimientos, el uso de parqueaderos y la prevención de fraudes en las transacciones comerciales.

Ley 03 de 1991 (Ley de Metrología Legal): Esta ley establece las normas relacionadas con las mediciones y unidades de peso y medida utilizadas en Colombia. Regula aspectos como el etiquetado correcto de los productos y la verificación de las balanzas y demás instrumentos de medida utilizados en los establecimientos comerciales.

Decreto 3075 de 1997 (Reglamento Técnico sobre las Condiciones Higiénico-Sanitarias y de Buena Práctica de Manufactura en Establecimientos que Elaboran Alimentos): Esta norma establece los requisitos sanitarios y de buenas prácticas de manufactura para los establecimientos

y cadenas de tiendas retail que elaboran o manipulan alimentos. Regula aspectos como la limpieza e higiene de las instalaciones, el manejo adecuado de alimentos y la prevención de la contaminación.

Resolución 1441 de 2013 (Normas de Higiene y Manipulación de Alimentos):

Esta resolución complementa el Decreto 3075 de 1997 y establece requisitos específicos para la manipulación higiénica de alimentos en establecimientos y cadenas de tiendas retail. Contiene directrices sobre la capacitación del personal, el almacenamiento y conservación adecuada de los alimentos, y la prevención de enfermedades transmitidas por alimentos.

Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor: Esta ley establece los derechos y deberes de los consumidores y regula las relaciones de consumo, incluyendo las relaciones entre proveedores y cadenas de tiendas retail. Establece, entre otros aspectos, los derechos de garantía, la protección contra publicidad engañosa y prácticas abusivas, y las medidas para resolver conflictos entre las partes.

Ley 1258 de 2008, sobre la sociedad por acciones simplificada (SAS): Esta ley regula la forma en que las empresas pueden organizarse y operar, incluyendo las cadenas de tiendas retail y sus proveedores. Establece los requisitos y procedimientos para la creación y funcionamiento de una SAS, y permite la flexibilización en los procesos de toma de decisiones y estructuras de responsabilidad.

Código de Comercio: Este código establece las normas generales aplicables a las actividades comerciales en Colombia, incluyendo las relaciones entre proveedores y cadenas de tiendas retail. Regula aspectos como la compra y venta de mercancías, los contratos comerciales, los derechos y obligaciones de las partes, y los mecanismos de solución de controversias.

Artículo 50 de la Constitución Política de Colombia: Este artículo establece que la protección al consumidor es un principio fundamental en Colombia. Establece que los consumidores tienen derecho a la libre elección, a la información adecuada sobre los bienes y servicios, a la protección contra publicidad engañosa o abusiva, y a la compensación por daños sufridos.

Artículo 63 del Código de Comercio: Este artículo regula la relación entre proveedores y cadenas de tiendas retail en cuanto a la entrega de mercancías. Establece que el proveedor debe entregar las mercancías en el lugar y en el plazo acordado, y que la cadena de tiendas retail está obligada a recibirlas y pagar el precio correspondiente.

## 5 Diseño metodológico.

### 5.1 Componentes investigativos

#### 5.1.1 *Tipos, métodos y fuentes de la investigación*

**Tipos.** El tipo de investigación utilizado para el presente plan de mejoramiento en la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali es la investigación descriptiva porque según **Kerlinger, Fred N (2004)** “La investigación descriptiva tiene como objetivo principal describir las características de determinados grupos, fenómenos o situaciones de interés. A través de la observación sistemática y el registro de datos, se busca proporcionar una imagen clara y precisa de la realidad estudiada.” De modo que, para el presente plan se identificará una serie de distintivos y comportamientos precisos tanto de los procesos de solicitud de pedido, recibo, reparto y despacho, como del personal que interviene en dichas áreas para llevar a efecto las actividades en la empresa D1 S.A.S.

Por lo tanto, Se hará por medio de este método una descripción en el proceso de solicitud, recibo, reparto y despacho que, a manera de estudio, en la zona de stock se están generando una

inconsistencia en sus procedimientos, que no son adecuados para la empresa D1 S.A.S ya que se presentan problemas a la hora de emitir ordenes de pedido sin tener certeza del historial de las mercancías del stock y por ende se presentan confusiones y errores con la mercancía. Con ello se pretende mostrar los eventos que ocurren para llegar a unas soluciones que puedan resolver la situación.

Igualmente, el presente trabajo, por su finalidad se considera que es de tipo aplicada, porque se debe dar solución a la problemática identificada en las áreas de la empresa D1 S.A.S ubicada en Cali, Colombia, por lo cual es necesario aplicar conocimientos adquiridos por los autores, en la carrera de Procesos Administrativos. Se define que es aplicada ya que **Giraldo-Ospina (2020)**, expresa que el estudio de casos es un método utilizado como herramienta de la investigación aplicada en administración. Además, nos aclara que este tipo de investigación busca la solución de problemas prácticos, sobre todo al interior de las organizaciones, o en la aplicación de modelos y tecnologías de gestión propias de las ciencias de la organización. **(GIRALDO-OSPINA, 2022)**.

**Métodos.** El presente proyecto de mejoramiento en la empresa D1 S.A.S se hará con diferentes métodos, por lo que se considera un enfoque multimetodico. Según John W. Creswell (2018) “El enfoque multimetódico implica el uso de múltiples métodos y técnicas en una misma investigación, lo cual permite abordar el problema desde diferentes perspectivas y recopilar evidencias complementarias. Al combinar enfoques cualitativos y cuantitativos, se busca obtener una visión más completa y enriquecedora de la situación estudiada.”

En términos generales, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, entrevista abiertas, revisión de documentos, discusión en grupos, evaluación de

experiencias personales, inspección de historias de vida, análisis semánticos y de discursos cotidianos, interacción con grupos o comunidades, e introspección. (Mendoza & Hernández-Sampieri, 2018)

En su libro, Neuman establece la diferencia entre la investigación cuantitativa y cualitativa, destacando que la investigación cuantitativa se basa en la recolección y el análisis de datos numéricos utilizando técnicas estadísticas. Este enfoque busca generalizar los resultados y establecer relaciones causales entre variables a través de la medición y el análisis cuantitativo (Lawrence W. Neuman, 2013).

Peter Drucker destaca la importancia de aplicar el método de investigación deductivo en la administración. Propone que los gerentes deben partir de principios y conceptos generales para formular hipótesis y teorías específicas sobre cómo administrar y dirigir eficientemente una organización. Luego, a través de la observación y el análisis de los resultados, los gerentes pueden confirmar o refutar esas hipótesis y ajustar sus enfoques de gestión (Peter Drucker, 1954).

Por lo tanto, para el diseño del presente proyecto de mejoramiento se utilizará el método de investigación deductivo ya que se pretende relacionar los puntos que tienen en común las áreas pedido, recibo, reparto y despacho para dar una lectura óptima con el propósito de indagar los hechos o situaciones que deben ser evaluadas, a partir de las características más importantes de las áreas para llegar al punto de origen de la situación presentada en la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali.

**Método deductivo:** Es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios.

En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos).

Método deductivo directo: Es aquel en que el juicio se produce a partir de una única premisa, sin que esta sea diferenciada con otras.

Método deductivo indirecto: Es aquel en el que la primera premisa contiene la proposición universal, y la segunda una de carácter particular. La conclusión, en consecuencia, será el resultado de la comparación entre ambas. (significados.com, 2018)

### **Fuentes.**

Las fuentes de información necesarias para el objeto de investigación son:

Fuentes de investigación primarias son aquellas que contienen información de primera mano, por lo cual, en el presente proyecto se implementara esta fuente de investigación por medio de una encuesta en la empresa y las áreas a implementar el presente proyecto de mejoramiento con el fin de identificar más precisamente las causas por las cuales se encuentran fallas en la zona stock de las áreas de pedido, recibo, reparto y despacho.

Se implementarán adicionalmente fuentes de investigación secundarias ya que son aquellas que fueron creadas más tarde por alguien que no tuvo experiencia de primera mano o participó en los eventos, brindan información reorganizada, extraída, interpretada o sintetizada, por lo medio de libros, tesis o artículos que se encuentren relacionados sobre las áreas del proyecto y relacionado con la empresa con el fin de obtener amplia información y así mismo lograr presentar una reestructuración o mejora en los procesos actuales de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali.

### **5.1.2 Línea de la investigación**

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones; Sub-líneas de Investigación: mejoramiento empresarial.

### **5.1.3 Delimitaciones del objeto de estudio**

La investigación del presente proyecto será ejecutada en la empresa D1 S.A.S, ubicada en la Ciudad de Cali (Valle). Para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la información relacionada con la falta de comunicación en el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía en stock de los proveedores en la empresa.

Académicamente el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área del conocimiento en Gestión administrativa, y el objeto de estudio de este trabajo es el análisis de la información relacionada con la mejora el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía en stock de los proveedores que se implementará en la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali.

### **5.1.4 Población y muestra de estudio**

Este proyecto propone una mejora en el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía en stock de los proveedores en la empresa D1 S.A.S ubicada en la ciudad de Cali, una empresa del sector Retail, que apruebe la realización de un plan de acción, necesario como punto de referencia, para conseguir el mejoramiento de sus prácticas, administrativas, acarreando beneficios económicos y que al mismo tiempo produzca aumento del valor de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa D1 S.A.S, y la muestra que se tomará para realizar el estudio será el área de solicitud, recibo y envío de stock de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali.

## 5.2 Técnica e instrumentos

### 5.2.1 *Diagnostico empresarial*

Según Rincón (2012) “El diagnóstico empresarial le permite a la administración conocer la situación actual por la que atraviesa el proceso organizativo, con qué cuenta la empresa y qué puede o debe hacer, qué estrategias implementar para superar los obstáculos que impiden obtener los resultados esperados, realizando seguimiento evaluativo a las mismas y, por consiguiente, efectuando los ajustes a que haya lugar. (Rincón, 2012)

A través del diagnóstico empresarial, las PYMES pueden detectar las causas principales de los problemas que las aquejan, de tal manera que consigan enfocar los esfuerzos futuros en buscar medidas más efectivas. Asimismo, la entidad puede establecer cuáles son los obstáculos que le impiden obtener los resultados deseados y ser más competitivas, logrando así ser capaz de establecer estrategias de crecimiento y satisfacer sus propios objetivos conociendo los requerimientos de sus clientes. (Rincón, 2012)

Por otra parte, el diagnóstico empresarial les garantiza a las empresas hacer frente a los constantes cambios del mercado, de la tecnología y asegurar una posición competitiva en éste. A los directivos, les permite identificar y conocer los problemas que presenta la empresa y plantear un plan de acción que oriente el futuro de la misma; utilizando apropiadamente los resultados del diagnóstico, el cual ayuda a mejorar en forma importante el proceso de toma de decisiones del negocio, con el fin de cumplir los objetivos propuestos y la competitividad empresarial.” (Rincón, 2012)

De acuerdo con Muñiz (2017) para realizar el diagnóstico empresarial al interior de la compañía, lo primero que debemos hacer es analizar las clases de diagnóstico que podemos

ejecutar y determinar cuál de estos es pertinente para la empresa D1. S.A.S dentro de estos encontramos los siguientes. (Muñiz, 2017)

**Diagnósticos específicos:** se caracteriza por centrarse en aquellos procesos más concretos, es decir estudian diferentes aspectos del mercado, estados financieros o procesos de gestión como son inventarios, productividad, red de ventas, y cualquier otro proceso relacionado con la actividad de la empresa, estos son más preciso y concretos

Independientemente del enfoque que pretendamos darle al diagnóstico, específico o integral, se deben tener en cuenta cuatro tipos de procesos que serán los que garantizarán un buen trabajo, estudio y que permitirán obtener muy buenos resultados. (Muñiz, 2017)

Se implementará el diagnostico especifico porque se busca en profundidad los problemas de la realidad a abordar, intervenir, transformar y gracias a esto se logrará aplicar un correcto análisis para la toma de decisiones que permitan desarrollar las estrategias las cuales sean necesarias para poder afrontar todo tipo de cambio, problemas o inconvenientes que puedan llegar a presentarse en el presente proyecto de mejoramiento.

**Evaluación:** estableceremos un baremo que nos permitirá evaluar la situación actual de la empresa, centrándonos sobre aquellos puntos los cuales deseemos realizar el diagnóstico: consumidores, calidad, compras, finanzas, proceso de producción, etcétera.

**Visión detallada o concreta:** en este punto es cuando el equipo o persona encargada de realizar el diagnostico se centran especialmente en recoger toda la información posible acerca del apartado concreto de la empresa por el que se está interesado estudiar, este proceso es posible gracias a la obtención de imágenes, tablas, gráficos, entrevistas, y toda clase de recursos que permitan conocer de primera mano la situación o tema a analizar.

**Cálculos:** llegados a este punto y con la información recogida de la fase anterior, es establecer el estado del tema y en qué nivel está según el baremo que se haya querido fijar.

**Conclusiones:** se procesa y analiza toda la información que se ha recogido y se estudia para evaluar y conocer los motivos que impiden alcanzar aquellos parámetros que en su momento se establecieron. Conociendo los problemas o causas negativas del apartado seleccionado, será mucho más fácil encontrar las soluciones.

De acuerdo con el análisis, es importante que se tengan en cuenta los aspectos mencionados, ya que, de esta forma, la presente investigación podrá tener los efectos esperados al interior de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali, Colombia.

### **5.2.2 *Análisis de procesos***

El análisis de procesos es exactamente el punto necesario para evaluar si los procesos empresariales están alineados con los objetivos estratégicos de la empresa y comprender por qué y cómo se están consiguiendo los resultados.

#### **Definir las prioridades.**

Se resaltan los procesos más importantes para así tener un orden a realizar.

Para el presente proyecto de mejoramiento de la empresa D1 S.A.S se define como prioridad perfeccionar el proceso actual en el área de la tienda respecto a la comunicación con el área de stock de la empresa, mejorando la comunicación entre ellos y reestructurando procesos para un buen manejo de mercancía y que así, no se presenten errores de inventario, retrasos e inconsistencias con los productos solicitados por la tienda.

#### **Entender el escenario:**

Se tiene en cuenta el entorno, factores económicos, intereses y el perfil de nuestros clientes.

Las tiendas D1 son una cadena de tiendas del factor 'retail' en Colombia que ofrece productos de consumo básico a precios bajos. El plan de mejoramiento se va a realizar internamente en el área de Stock y este proyecto favorece tanto a la empresa como a los mismos clientes ya que se reestructurará el proceso de la distribución de la mercancía.

**Establecer el alcance:**

Definir hasta donde se desea llegar con este análisis.

El presente proyecto tiene como objetivo llegar hasta la fase de propuesta del plan de mejoramiento en el área de Stock.

**Definir el método:**

Es necesario elegir el enfoque del análisis y la forma en que se recogerán los datos.

El presente proyecto se desarrollará mediante la recolección de datos por medio de la indagación con la ayuda de una encuesta en el área de stock y la tienda D1 de la ciudad de Cali, se definirán estrategias para lograr promover el desarrollo del plan de mejoramiento.

**Definir el equipo:**

Se establece que personas realizaran el análisis y darles una capacitación para ampliar su conocimiento y obtener resultados más favorables.

En el presente plan se definió quien desarrollará el plan de mejoramiento será el área de stock supervisada por el gerente general, dónde se les propone dar curso gratuito de sistemas y comunicación efectiva para el mejoramiento de este para obtener resultados favorables.

### 5.3 Procedimientos

A continuación, se explica cómo se procederá para obtener los resultados esperados de acuerdo con cada uno de los objetivos planteados en el capítulo dos del presente proyecto:

#### 5.3.1 Fases del diagnóstico en la empresa D1 S.A.S

El diagnóstico empresarial D1 S.A.S. se hará de la siguiente manera:

1. Se analizará las diversas deficiencias que se están presentando dentro de la empresa como amenazas y debilidades

##### **Amenazas:**

- ✓ Competencia feroz de otras empresas en el mercado retail.
- ✓ Cambios en las preferencias y demandas de los consumidores.
- ✓ Posible aumento en los costos de los proveedores.
- ✓ Problemas de calidad o incumplimiento de los proveedores.
- ✓ Retrasos o fallas en la entrega de la mercancía por parte de los proveedores.
- ✓ Riesgo de pérdida o daño de la mercancía durante el proceso de envío o manipulación.
- ✓ Riesgo de obsolescencia de la mercancía debido a cambios rápidos en las tendencias y demanda del mercado.

##### **Debilidades:**

- ✓ Falta de un sistema automatizado o actualizado para gestionar el proceso de pedido, recibo, solicitud y despacho de mercancía en stock.

- ✓ Falta de personal capacitado en el área de operaciones y logística.
- ✓ Deficiencias en el sistema logístico y de inventario.
- ✓ Falta de una red de proveedores confiables y eficientes.
- ✓ Falta de un buen sistema de seguimiento y control de inventario.
- ✓ Baja eficiencia en la resolución de problemas y manejo de situaciones imprevistas.
- ✓ Débil integración de sistemas y falta de tecnología adecuada para mejorar el proceso de pedido, recibo, solicitud y despacho de mercancía.

2. Se visualizará las relaciones de causa y efecto dentro la empresa.

3. Se recopilará las posibles causas del problema de la empresa

### ***5.3.2 Pasos para estudio de procesos la empresa D1 S.A.S.***

Mediante una revisión minuciosa se debe determinar los procesos que está llevando la empresa D1 S.A.S, y diagnosticar que acciones se deben mejorar para potencializar el proceso e insertar a la empresa dentro del ámbito de calidad y eficiencia.

En las diferentes áreas ya sea administrativa, donde se implementará el mejoramiento en el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía en stock de los proveedores en la empresa.

En el área de stock en la cual se hará un trabajo que se proporcione.

### ***5.3.3 Pasos para calcular el costo de la propuesta***

El cálculo de los costos y beneficios en la implementación de la propuesta de mejoramiento en el proceso de solicitud de envío y recibo de mercancía en stock de los proveedores de la empresa D1 S.A.S, se hará de la siguiente forma:

**Paso 1:** Identificar los costos operativos actuales relacionados con el proceso de solicitud de envío y recepción de mercancía en stock de los proveedores. Esto puede incluir costos como mano de obra, materiales, software, transporte y almacenamiento.

**Paso 2:** Analizar los problemas y deficiencias existentes en el proceso actual. Esto implica identificar las áreas de mejora y determinar qué cambios se deben realizar para optimizar el proceso.

**Paso 3:** Estimar los costos asociados con la implementación de las mejoras propuestas. Esto puede incluir la inversión en nuevas tecnologías, la contratación de mano de obra especializada, la capacitación del personal o la compra de nuevos equipos o software.

**Paso 4:** Calcular los beneficios esperados de la implementación de las mejoras propuestas. Esto podría incluir una mayor eficiencia en el proceso, una reducción en los gastos operativos, una disminución en los tiempos de entrega o una mejora en la satisfacción del cliente.

**Paso 5:** Comparar los costos estimados con los beneficios esperados para determinar si la propuesta de mejora del proceso es viable desde una perspectiva financiera. Esto implica calcular el retorno de la inversión y determinar si los beneficios superan los costos en un período de tiempo razonable.

## **6 Reseña histórica empresarial**

Tiendas D1 fue fundada en 2009 por el empresario antioqueño Germán Efromovich, a través de su firma Koba Colombia S.A.S. La idea detrás de D1 era replicar el modelo de tiendas de descuento que ya había tenido éxito en Europa y Estados Unidos, como las cadenas Aldi y Lidl en Alemania. El concepto se basaba en ofrecer productos de alta calidad a precios muy bajos,

eliminando intermediarios, reduciendo costos operativos y optando por un formato de tienda pequeño y eficiente.

La primera tienda D1 se inauguró en Medellín, Antioquia, y pronto se expandió a otras regiones del país. La estrategia de expansión de D1 fue rápida y agresiva, logrando abrir cientos de tiendas en un corto período de tiempo. La empresa se concentró inicialmente en áreas urbanas y rurales desatendidas por las grandes cadenas de supermercados, lo que le permitió captar un mercado amplio y diverso.

El modelo de negocio de D1 es lo que se conoce como "hard discount" o descuento duro, caracterizado por ofrecer una gama limitada de productos, en su mayoría marcas propias, en un formato de autoservicio. Las tiendas tienen un diseño sencillo, con estanterías y cajas de cartón que facilitan la reposición rápida de productos. La compañía se enfoca en ofrecer productos esenciales, eliminando la oferta de productos no esenciales y de lujo para mantener los precios bajos.

Este enfoque ha permitido a D1 mantener un crecimiento constante en un mercado competitivo, donde grandes cadenas como Éxito y Olímpica han tenido que adaptarse a la presencia de este nuevo competidor.

El éxito de D1 ha llevado a la empresa a ser una de las principales cadenas de supermercados en Colombia. Su crecimiento ha sido tan notable que ha obligado a competidores como Ara (del grupo portugués Jerónimo Martins) a entrar en el mercado con formatos similares.

A lo largo de los años, D1 ha continuado expandiéndose, abriendo nuevas tiendas en ciudades y municipios, y consolidando su presencia en el mercado colombiano. Según datos de la industria, D1 ha logrado captar una cuota significativa del mercado, convirtiéndose en una opción popular para los consumidores de clase media y baja.

D1 ha tenido un impacto significativo en la economía colombiana, no solo por generar empleo directo a través de sus tiendas, sino también por su enfoque en productos nacionales y su política de precios bajos, que ha beneficiado a millones de colombianos. Además, la empresa ha impulsado a proveedores locales a cumplir con estándares de calidad y eficiencia, generando un impacto positivo en la cadena de suministro.

A pesar de su éxito, D1 enfrenta varios desafíos, como la competencia creciente, la necesidad de mantener márgenes de rentabilidad en un contexto económico incierto y las expectativas de los consumidores, que evolucionan constantemente. Sin embargo, la empresa ha demostrado adaptabilidad y capacidad para innovar en su modelo de negocio, lo que sugiere que continuará siendo un actor clave en el sector retail de Colombia.

En resumen, Tiendas D1 ha revolucionado el mercado de retail en Colombia, introduciendo un modelo de negocio exitoso que ha beneficiado a consumidores y proveedores por igual. Su historia es un ejemplo de cómo la innovación en modelos de negocio puede transformar industrias y satisfacer las necesidades de un mercado en constante cambio.

## **6.1 Tipo de empresa – Constitución**

Empresa subsidiaria- forma legal sociedad por acciones simplificada



Cámara de Comercio de Bogotá

Sede Virtual

**CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL**

Fecha Expedición: 30 de agosto de 2024 Hora: 08:54:26

Recibo No. AB24367592

Valor: \$ 7,900

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B243675927A765

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccb.org.co/certificados/electronicos](http://www.ccb.org.co/certificados/electronicos) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

**CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:**

**NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO**

Razón social: D I S A S  
 Nit: 900.276.962-1  
 Domicilio principal: Bogotá D.C.

**MATRÍCULA**

Matrícula No. 02305280  
 Fecha de matrícula: 19 de marzo de 2013  
 Último año renovado: 2024  
 Fecha de renovación: 15 de marzo de 2024  
 Grupo NIIF: Grupo I. NIIF Plenas.

**UBICACIÓN**

Dirección del domicilio principal: Cr 7 N° 155 C - 30 Ed North Point

Torre. E P  
 Municipio: Bogotá D.C.  
 Correo electrónico: notificaciones.dl@dl.com.co  
 Teléfono comercial 1: 6012541055  
 Teléfono comercial 2: No reportó.  
 Teléfono comercial 3: No reportó.

Dirección para notificación judicial: Cr 7 N° 155 C - 30 Ed North Point

Torre E Pi

Municipio: Bogotá D.C.  
 Correo electrónico de notificación: notificaciones.dl@dl.com.co  
 Teléfono para notificación 1: 6012541055  
 Teléfono para notificación 2: No reportó.  
 Teléfono para notificación 3: No reportó.

La persona jurídica SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Procesos y 67

## **6.2 Capital social**

Tiendas D1 SAS empezó con un capital alrededor de \$1.079.893.819, convirtiéndose en la primera cadena de descuento en llegar al país, con un formato que revolucionó la manera de hacer mercado de los colombianos. Hoy en día tiendas D1 esta evaluada por un monto de \$3.000.000.000, puesto que, el crecimiento ha venido siendo bastante eficaz tanto así que cuenta con más de 17.000 empleados, promoviendo la equidad de género y la inclusión de personas con diversidad cognitiva.

## **6.3 Objeto social**

D1 S.A.S. tiene como objeto social principal la comercialización al por menor de productos de consumo masivo, incluyendo alimentos, bebidas, productos de aseo personal, productos de limpieza del hogar, y otros bienes de primera necesidad. La empresa se dedica a la venta de estos productos a través de una red de tiendas de descuento, caracterizadas por ofrecer precios altamente competitivos mediante la optimización de su cadena de suministro y la reducción de costos operativos.

## **6.4 Misión y Visión Empresarial**

### **6.4.1 Misión:**

Convertirse en la primera opción de compra permanente para los colombianos, generando valor para los accionistas y promoviendo el bienestar de sus colaboradores

### **6.4.2 Visión:**

Ser la cadena de tiendas más grande y eficiente de Colombia, reconocida por su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad.

## **6.5 Políticas de empresa**

### **6.5.1 Política de Precios Bajos**

- **Compromiso con Precios Competitivos:** D1 S.A.S. se compromete a ofrecer productos de consumo masivo a precios competitivos, asegurando que todos los clientes puedan acceder a bienes esenciales sin comprometer la calidad. Esta política se implementa mediante la negociación directa con proveedores, la optimización de la cadena de suministro, y la eliminación de costos innecesarios en la operación.
- **Transparencia en Precios:** La empresa garantiza la transparencia en los precios de sus productos, evitando prácticas engañosas y asegurando que los precios reflejen fielmente el valor de los productos. Las promociones y descuentos se comunican de manera clara y precisa.

### **6.5.2 Política de Calidad**

- **Control de Calidad:** D1 S.A.S. establece rigurosos estándares de control de calidad para todos los productos que comercializa, asegurando que cumplan con las normativas locales e internacionales en materia de seguridad alimentaria, higiene, y etiquetado. Se realizan auditorías periódicas a proveedores para garantizar el cumplimiento de estos estándares.
- **Innovación en Marcas Propias:** La empresa se esfuerza por desarrollar y mantener productos de marca propia que cumplan con los más altos estándares de calidad, ofreciendo una alternativa confiable y accesible para los consumidores.

### **6.5.3 *Política de Sostenibilidad***

- Reducción de Desperdicios: D1 S.A.S. promueve prácticas que minimizan el desperdicio en todas las etapas de la cadena de suministro. Esto incluye la optimización de inventarios, la reducción de embalajes innecesarios, y la promoción de productos cercanos a su fecha de vencimiento mediante descuentos.
- Responsabilidad Ambiental: La empresa busca reducir su huella ambiental a través de iniciativas como el uso de bolsas reutilizables, la gestión responsable de residuos, y la promoción de productos sostenibles. D1 también colabora con proveedores que demuestren un compromiso con prácticas agrícolas y manufactureras sostenibles.

### **6.5.4 *Política de Atención al Cliente***

- Satisfacción del Cliente: D1 S.A.S. se compromete a ofrecer una experiencia de compra satisfactoria y eficiente. Esto incluye un servicio rápido en las tiendas, personal capacitado, y la resolución oportuna de quejas y sugerencias.
- Devoluciones y Cambios: La política de devoluciones y cambios de la empresa es clara y sencilla, permitiendo a los clientes devolver o cambiar productos que no cumplan con sus expectativas, siempre que se presenten en su estado original y con el comprobante de compra.

### **6.5.5 *Política de Ética y Cumplimiento***

- Conducta Ética: D1 S.A.S. opera bajo estrictos principios éticos, asegurando que todas sus prácticas comerciales sean transparentes, justas y en línea con las normativas locales

e internacionales. La empresa prohíbe cualquier forma de corrupción, soborno o prácticas fraudulentas.

- **Cumplimiento Legal:** La empresa se asegura de cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables en Colombia, incluyendo normativas laborales, tributarias, y de seguridad. Se realizan auditorías internas para garantizar que todas las operaciones sean conformes a las leyes vigentes.

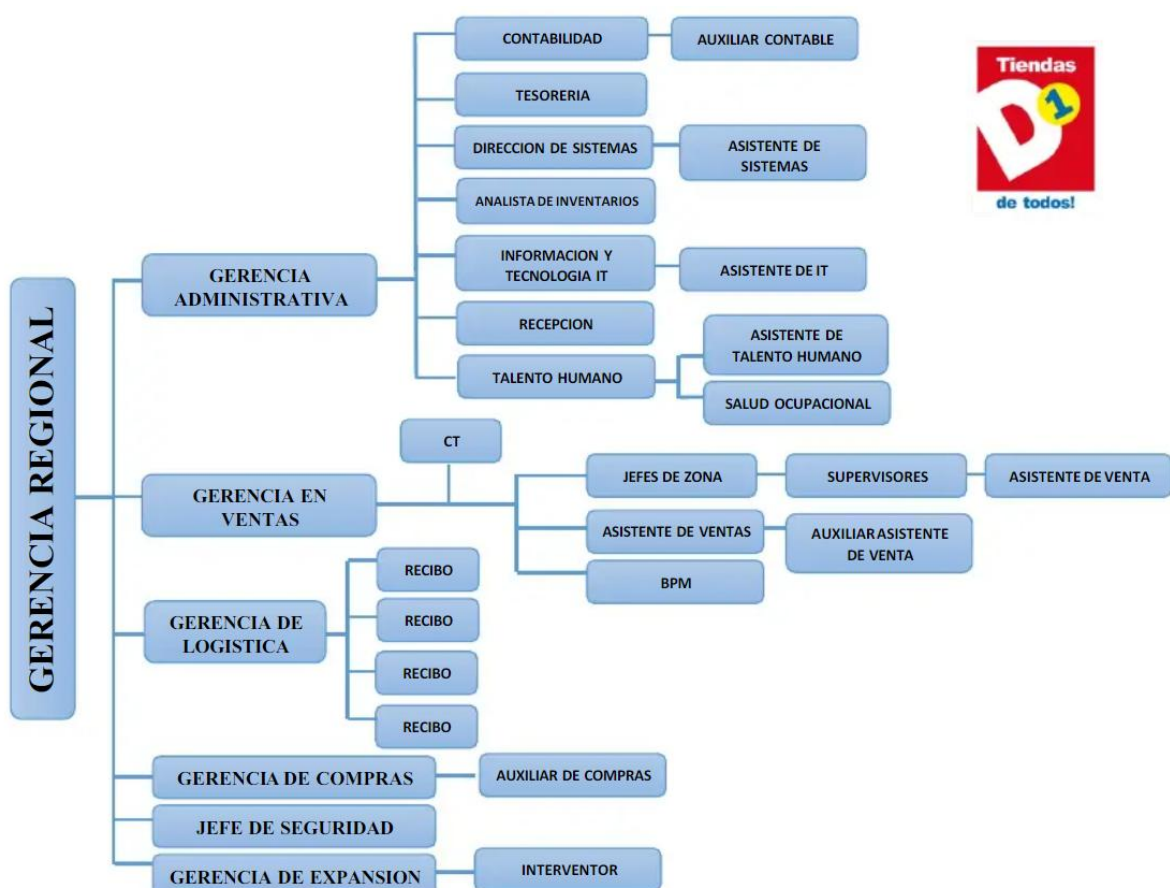
#### **6.5.6 Política de Recursos Humanos**

- **Igualdad y No Discriminación:** D1 S.A.S. promueve un entorno laboral inclusivo y diverso, prohibiendo cualquier forma de discriminación por razones de género, raza, orientación sexual, religión, discapacidad o cualquier otro aspecto protegido por la ley. La empresa se esfuerza por ofrecer igualdad de oportunidades a todos sus empleados.
- **Capacitación y Desarrollo:** La empresa invierte en la capacitación continua de su personal, asegurando que todos los empleados estén bien formados y puedan desempeñar sus funciones de manera eficiente. Se promueve el desarrollo profesional dentro de la empresa, con oportunidades de ascenso y crecimiento.
- **Seguridad en el Trabajo:** D1 S.A.S. implementa estrictas políticas de seguridad y salud ocupacional, garantizando que todos los empleados trabajen en un entorno seguro. Se realizan capacitaciones regulares sobre prácticas seguras y se supervisa el cumplimiento de las normas de seguridad en todas las instalaciones.

### 6.5.7 Política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

- Compromiso con la Comunidad: D1 S.A.S. participa activamente en programas de responsabilidad social, apoyando iniciativas que beneficien a las comunidades en las que opera. Esto incluye donaciones, programas de apoyo a la educación, y el fomento de prácticas de consumo responsable.
- Apoyo a Proveedores Locales: La empresa prioriza la compra de productos a proveedores locales, contribuyendo al desarrollo económico de las regiones donde opera y apoyando la economía local.

### 6.6 Estructura empresarial



## 6.7 Portafolio de productos

D1 S.A.S en Colombia ofrece un amplio portafolio de productos a precios accesibles a través de sus tiendas de descuento:

- Alimentos y Bebidas en general
- Productos de Aseo y Cuidado Personal
- Productos para el Hogar
- Productos de Marca Propia
- Productos Temporales y Ofertas Especiales
- Alimentos Preparados y Snacks
- Productos de panadería

D1 se ha destacado por su concepto de marca propia, ofreciendo productos de calidad a precios cómodos. Su presencia en todo el país ha hecho que sea una opción popular para los consumidores colombianos.

## 6.8 Mercado

Este segmento está dirigido principalmente a consumidores de ingresos bajos y medios, quienes buscan maximizar su poder adquisitivo.

D1 se destaca por su enfoque en precios bajos, oferta limitada pero esencial, y la ausencia de servicios adicionales como estacionamiento o empaques especiales, lo que contribuye a reducir costos.

- Perfil del Consumidor:

Los principales consumidores de D1 son familias de ingresos medios y bajos, trabajadores independientes, y personas que valoran la relación calidad-precio.

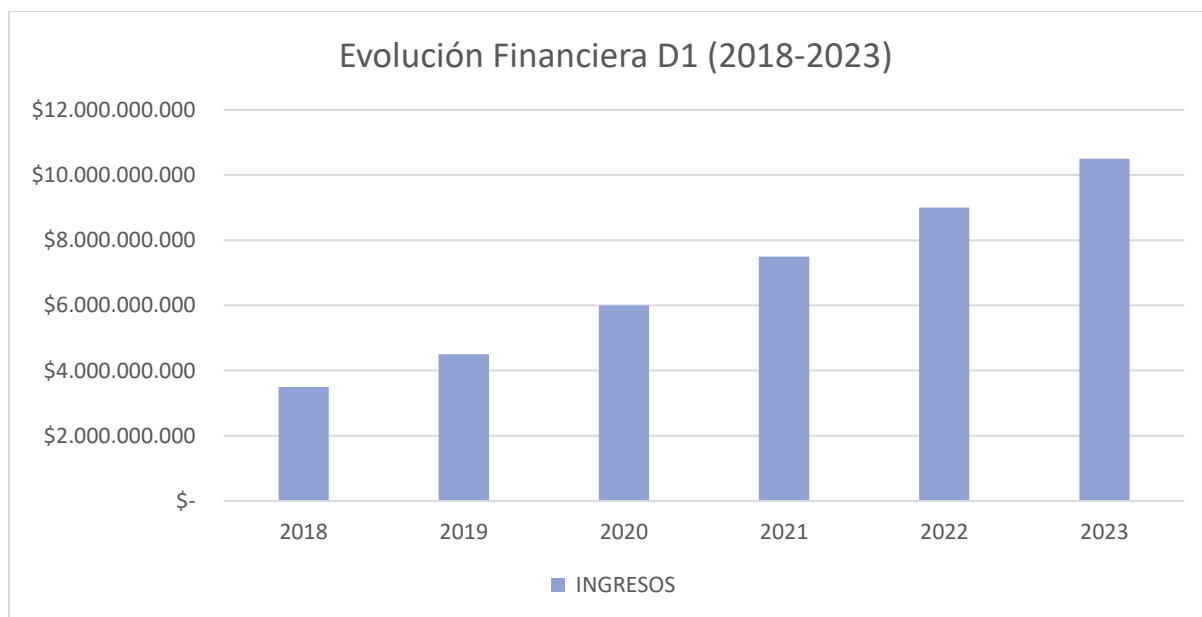
El consumidor de D1 es pragmático y prefiere una experiencia de compra rápida, sin distracciones innecesarias.

## 6.9 Evolución financiera

La evolución financiera de D1 S.A.S en Colombia durante los últimos cinco años ha sido marcada por un crecimiento continuo y significativo en sus ingresos. Esta expansión ha sido impulsada por la estrategia de precios bajos y la apertura de nuevas tiendas. La compañía ha logrado captar una porción significativa del mercado colombiano, especialmente en segmentos de bajo costo, lo que ha contribuido a su aumento de ingresos.

A continuación, se presenta un análisis basado en los ingresos estimados de la compañía entre 2018 y 2023.

AÑO	INGRESOS
2018	\$ 3.500.000.000
2019	\$ 4.500.000.000
2020	\$ 6.000.000.000
2021	\$ 7.500.000.000
2022	\$ 9.000.000.000
2023	\$ 10.500.000.000



La compañía ha experimentado un crecimiento constante en sus ingresos, lo que refleja su exitosa estrategia de expansión y adaptación a las demandas del mercado

### **6.9.1 Análisis Gráfico**

**2018-2019:** Un crecimiento moderado que marca el inicio de una expansión más agresiva.

**2020:** Un aumento notable, posiblemente impulsado por la mayor demanda durante la pandemia.

**2021-2023:** Un crecimiento sostenido, consolidando la posición de D1 en el mercado.

Este crecimiento refleja la capacidad de la empresa para aprovechar oportunidades en el mercado colombiano y continuar expandiéndose a un ritmo acelerado.

## **7 Análisis de la situación actual de la empresa**

### **7.1 Análisis del sector: Entorno económico en que se mueve la empresa**

D1 es una empresa de tiendas de descuento que se mueve en un entorno económico en el que la competencia es intensa y las condiciones macroeconómicas dificultan mantener los costos

bajos. es la marca que lideró el macro sector de comercio en 2023, superando a otros gigantes del sector como Grupo Éxito, Ara y Subtiendas Olímpica.

**Competidores potenciales:** El sector cadena de tiendas de 'retail' presenta un alto nivel de productos en competencia debido al aumento de nuevas tiendas en los últimos años que tiene una alta demanda en Colombia. Al existir diversos establecimientos en el sector, los cuales brindan el mismo servicio de alimentos y despensa, aseo hogar, lácteos, productos congelados, entre otros, se puede evidenciar una alta competencia entre estos que se da por diversos factores, con el fin de lograr un mejor posicionamiento en la ciudad. La competencia de estos establecimientos se ve incrementada ya que muchos de estos se han actualizado con las nuevas tecnologías por lo cual en la actualidad cuentan también con perfiles en las diferentes redes sociales donde ofertan sus servicios o tienen su propia página web.

**Competidores existentes:** Al existir diversos establecimientos en el sector, es importante resaltar lo que logrado tiendas D1 superando a algunas cadenas en términos de tiendas y ventas como lo es el éxito, la estrategia que ha permitido que tiendas D1 sea una gran competencia para tiendas como Ara, Isimo, Oxxo y 7-Eleven, es que ofrecen precios bajos y marcas propias, lo que ha permitido mantener ventaja competitiva dentro del mercado. Además, la empresa ha expandido su presencia en más de 450 municipios generando una mayor demanda y así creando nuevas oportunidades de trabajo.

**Poder de negociación de los clientes:** Los clientes reflejan un pilar importante para el sector y para cualquier negocio, en el caso del sector 'retail', hay un nivel alto de competencia lo que permite incrementa el poder de negociación de los clientes, permitiéndoles tener el poder de elección debido a que pueden llegar a recorrer todas las tiendas para comparar para precios y decidir cuál es el que mejor opción que se adapte a su economía y necesidad.

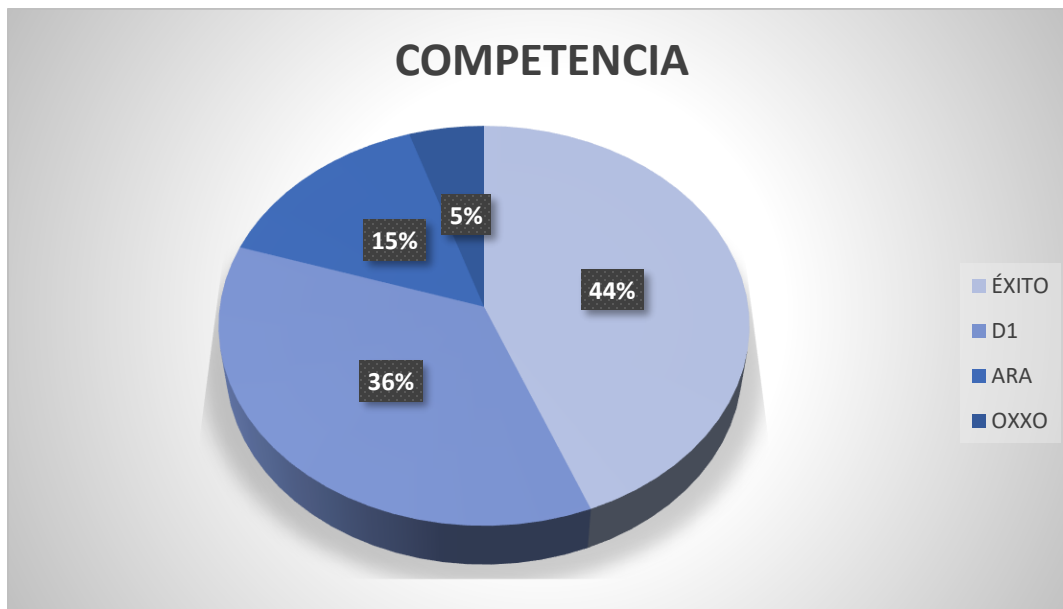
**Poder de negociación de los proveedores:** la capacidad de negociación en el sector tetail es bajo, debido alta oferta de proveedores en el sector con productos similares, hace que la capacidad de negociación se debilite, lo que facilita la búsqueda del mejor precio.

## 7.2 La competencia

**Éxito:** En 1905 con la apertura de Carulla en Bogotá, posteriormente el LEY llega a Barranquilla en 1922 y en 1949, Don Gustavo Toro, abre el primer Éxito en Medellín, ampliando la presencia de la compañía en el país. Gracias al trabajo conjunto de cada una de estas marcas y al desarrollo de los negocios complementarios, hoy son líderes del retail en Colombia y Uruguay, y contamos con presencia en Argentina.

**Ara:** Jerónimo Martins es una compañía portuguesa de distribución de productos de alimentación y manufactura de bienes de consumo perecederos. Iniciaron operación en Colombia en 2012, bajo el nombre de Tiendas ara, con el propósito de democratizar el acceso a alimentos de excelente calidad, bajo un modelo caracterizado por la cercanía, la eficiencia, la calidad, el buen servicio, la fortaleza los productos de marca propia y, sobre todo, precios bajos los 365 días del año.

**Oxxo:** Cadena Comercial OXXO, S.A. de C.V., referida simplemente como Oxxo, es una cadena multinacional de tiendas de conveniencia mexicana, propiedad de FEMSA, fundada en Guadalupe, Nuevo León, México en 1978, subsidiaria de FEMSA Comercio, S.A. de C.V., y con su sede en Monterrey, Nuevo León, que actualmente cuenta con alrededor de 21,000 ubicaciones tanto en México como otros países de Latinoamérica, y también tiene presencia en los Estados Unidos y España.<sup>256</sup> Esta misma es la División Proximidad, una de las tres divisiones en las que se divide FEMSA Comercio, siendo esta la más grande, representando el 58% de sus ingresos.

*Ilustración***Gráfico**

**Competencia indirecta:** tiendas D1 con una alta variación en competidores indirectos como lo son:

1. Supermercados: Carrefour, Walmart y Makro
2. Tiendas de descuento: Dollacity, Nimimax
3. Tiendas especializadas: Homecenter y Linio.

### **7.3 El mercado actual – Participación en el mercado**

1. Entender el mercado en el que se mueve para tiendas D1 es crucial ya que permite desarrollar estrategias efectivas de marketing, ventas y desarrollo de productos que satisfagan las necesidades y demandas de sus clientes.



2. Tiendas Ara, que abrió 1.330 tiendas: es una cadena de tiendas de descuento colombiana que ofrece una variedad de productos a precios competitivos, ha logrado establecerse como una opción competitiva en el mercado colombiano.



3. Almacenes Isimo, que cerrará el año con más de 400 tiendas: opera bajo un modelo de tiendas de descuento, ofreciendo una variedad de productos básicos y no básicos a precios bajos.



#### 7.4 Estrategias de mercadeo y ventas

**Calidad y precio:** se basa en ofrecer productos de calidad a precios bajos. Para ello, la empresa cuenta con una serie de sellos y certificaciones de calidad, como BPM, HACCP, ISO 22000 e ISO 9000. Además, D1 realiza pruebas sensoriales y de desempeño de los productos en las diferentes regiones del país, con el objetivo de garantizar la calidad de los mismos.

**Creatividad:** buscan diseños modernos y minimalista, promociones en la tienda, ventanas y escaparates llamativos, uso de materiales reciclables.

**Servicio de atención al cliente:** En un sector cambiante y competitiva, es necesario establecer fidelidad y confianza con los clientes, para asegurar la permanencia en el mercado, por eso tiendas D1 opta por implementar sistemas que busca conocer las opiniones y sugerencias de los clientes para ofrecer una atención adecuada y oportuna, innoven la forma de cómo comunicarse con los clientes y mejoren la imagen de la empresa.

**Estrategia de expansión:** D1 ha implementado una estrategia de expansión agresiva, abriendo más de 2.000 tiendas en todo el país, lo que le permitió cubrir el 87% del territorio nacional. Esto les ha permitido llegar a municipios y poblaciones donde no es factible para las grandes cadenas de supermercados

**Surtido de productos:** lanzan nuevas líneas de productos, como la de ropa, para aumentar la oferta a sus clientes y mejorar la experiencia de compra.

#### 7.5 Matriz DOFA

## 7.6 Análisis interno y externo de la empresa

		VARIABLES INTERNAS	
		Fortalezas	Debilidades
		<b>MATRIZ DOFA DE LA EMPRESA D1 S.A.S</b>	
Oportunidades	Estrategia FO		
<b>VARIABLES EXTERNAS</b>	1. Crecimiento de la demanda de productos esenciales. 2. Expansión hacia nuevas zonas urbanas y rurales. 3. Incremento en el consumo de productos locales. 4. Uso de tecnología en ventas por canales digitales. 5. Acceso a incentivos gubernamentales para empresas locales. 6. Creciente interés por productos ecológicos. 7. Alianzas con startups de logística. 8. Mayor interés por productos en promociones. 9. Nuevas tendencias de autoservicio en tiendas. 10. Aprovechamiento del aumento en la demanda de delivery.	FO1: F4 + O2. Aprovechar la logística eficiente para expandirse hacia zonas rurales. FO2: F1 + O6. Usar la red de tiendas para promocionar productos ecológicos. FO3: F8 + O4. Implementar tecnología para ventas en línea junto con el auge del consumo digital. FO4: F3 + O3. Expandir las alianzas con proveedores locales para satisfacer la demanda de productos locales.	DO1: D4 + O4. Fortalecer la infraestructura tecnológica para aprovechar el crecimiento de ventas digitales. DO2: D2 + O8. Mejorar la oferta de productos internacionales para atraer a nuevos consumidores. DO3: D7 + O6. Implementar estrategias de sostenibilidad para capitalizar el interés por productos ecológicos. DO4: D5 + O10. Ampliar el espacio de almacenamiento para manejar el incremento en la demanda de delivery.
	Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
	1. Competencia creciente en el mercado de bajo costo. 2. Fluctuación de precios en productos esenciales. 3. Cambios en la regulación gubernamental para el sector. 4. Crisis económicas que afectan el consumo. 5. Aumento de costos logísticos y de transporte. 6. Desastres naturales que afectan la cadena de suministro. 7. Entrada de nuevos competidores internacionales. 8. Inestabilidad política que afecta la inversión. 9. Cambios en hábitos de consumo post-pandemia. 10. Presión de los consumidores por productos sostenibles.	FA1: F1 + A1. Utilizar la red de tiendas para enfrentar la competencia creciente. FA2: F7 + A4. Implementar programas de fidelización para mitigar los efectos de la crisis económica. FA3: F10 + A2. Mejorar la gestión de inventarios para enfrentar la fluctuación de precios. FA4: F4 + A5. Aprovechar la logística eficiente para reducir los costos logísticos crecientes.	DA1: D9 + A1. Invertir en marketing digital para contrarrestar la competencia creciente. DA2: D1 + A2. Diversificar los proveedores para reducir la dependencia ante fluctuaciones en precios. DA3: D6 + A4. Ampliar el mercado objetivo para mitigar el impacto de una crisis económica. DA4: D10 + A9. Innovar en la experiencia de tienda física para adaptarse a los cambios en hábitos de consumo.

### 7.6.1 Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa

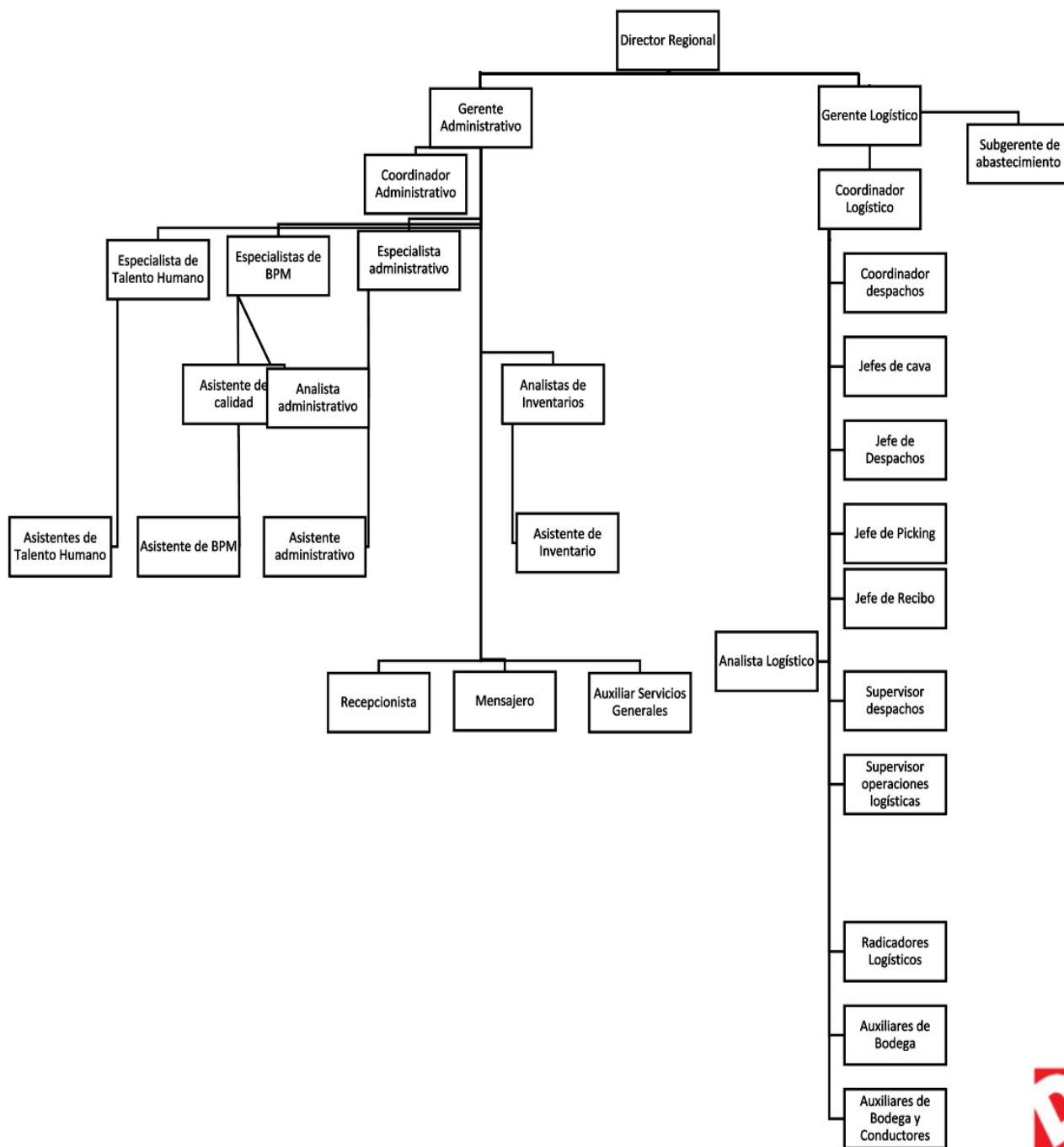
MATRIZ DOFA SECTOR DEL COMERCIO RETAIL O AL POR MENOR EN COLOMBIA		VARIABLES INTERNAS	
		Fortalezas	Debilidades
		<ol style="list-style-type: none"> <li>Amplia variedad de productos.</li> <li>Presencia en la mayoría de las ciudades.</li> <li>Buenas relaciones con proveedores internacionales.</li> <li>Redes de distribución bien establecidas.</li> <li>Alta adopción de tecnología en el sector.</li> <li>Gran capacidad de atraer inversión extranjera.</li> <li>Experiencia consolidada en marketing.</li> <li>Amplia oferta de productos nacionales.</li> <li>Capacidades logísticas eficientes.</li> <li>Importante rol en la economía del país.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Alta dependencia de importaciones.</li> <li>Escasa adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas.</li> <li>Falta de personal calificado en tecnología.</li> <li>Baja penetración en el mercado rural.</li> <li>Costos operativos elevados.</li> <li>Estructura de precios no competitiva en algunas categorías.</li> <li>Baja diversificación de productos locales.</li> <li>Dificultad para adaptarse rápidamente a cambios en la demanda.</li> <li>Falta de innovación en algunos formatos de tienda.</li> <li>Escasa integración omnicanal.</li> </ol>
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento del comercio electrónico.</li> <li>Incremento en la demanda de productos sostenibles.</li> <li>Expansión a áreas rurales y ciudades pequeñas.</li> <li>Posibilidad de diversificación de productos.</li> <li>Aprovechamiento de incentivos gubernamentales.</li> <li>Creciente interés en productos orgánicos y locales.</li> <li>Mayor acceso a tecnologías de inteligencia artificial.</li> <li>Nuevas formas de pago digitales.</li> <li>Cambios en los hábitos de consumo hacia compras online.</li> <li>Creciente inversión en infraestructura tecnológica.</li> </ol>	<p>FO1: F4 + O3. Aprovechar las redes de distribución para expandirse a áreas rurales.</p> <p>FO2: F5 + O1. Usar la adopción de tecnología para impulsar el crecimiento del comercio electrónico.</p> <p>FO3: F8 + O6. Promover productos locales para capitalizar la demanda de productos orgánicos.</p> <p>FO4: F7 + O2. Utilizar la experiencia en marketing para atraer a consumidores que buscan productos sostenibles.</p>	<p>DO1: D2 + O8. Mejorar la adaptación tecnológica para aprovechar las nuevas formas de pago digitales.</p> <p>DO2: D3 + O7. Capacitar al personal en el uso de IA y tecnologías emergentes.</p> <p>DO3: D4 + O10. Ampliar la penetración en el mercado rural aprovechando la inversión en infraestructura.</p> <p>DO4: D7 + O2. Diversificar la oferta de productos locales para atender la demanda de productos sostenibles.</p>	
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Fluctuación de la moneda y tipo de cambio.</li> <li>Competencia de plataformas internacionales.</li> <li>Aumento de costos de transporte.</li> <li>Cambios en políticas arancelarias.</li> <li>Impacto del cambio climático en la producción.</li> <li>Inestabilidad política y social en el país.</li> <li>Incremento de costos laborales.</li> <li>Cambios en regulaciones de protección al consumidor.</li> <li>Incremento en los costos de las materias primas.</li> <li>Cambios en los hábitos de consumo post-pandemia.</li> </ol>	<p>FA1: F3 + A1. Usar las relaciones con proveedores internacionales para mitigar los efectos de las fluctuaciones del tipo de cambio.</p> <p>FA2: F9 + A3. Aprovechar la capacidad logística para contrarrestar los costos crecientes de transporte.</p> <p>FA3: F5 + A2. Utilizar la adopción tecnológica para hacer frente a la competencia de plataformas internacionales.</p> <p>FA4: F8 + A5. Diversificar la oferta de productos nacionales para mitigar el impacto del cambio climático en las importaciones.</p>	<p>DA1: D1 + A1. Reducir la dependencia de importaciones para protegerse de las fluctuaciones del tipo de cambio.</p> <p>DA2: D9 + A10. Mejorar la innovación en tiendas físicas para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo post-pandemia.</p> <p>DA3: D6 + A2. Optimizar la estructura de precios para competir con plataformas internacionales.</p> <p>DA4: D10 + A2. Invertir en la integración omnicanal para mitigar la competencia de nuevos formatos.</p>	

## **8 Diagnostico formulación e implementación del plan de mejoramiento**

### **8.1 Área Administrativa**

En el presente plan de mejoramiento de la empresa D.1 S.A.S se identifica poca o nula coordinación entre en el área administrativa, el centro de distribución (CEDI) y las tiendas, lo que genera exceso y faltante de inventarios, demoras en envío de mercancías a las tiendas y mala distribución de la mercancía, por lo tanto el área en que se intervendrá será la administrativa ya que es donde se originan y coordinan las actividades relacionadas con la gestión de inventario, la solicitud de mercancía y la comunicación entre el centro de distribución (CEDI) y las tiendas, por lo tanto, en el presente plan se propone una implementación de un nuevo sistema integrado de gestión de inventario, en el cual, bajo la supervisión del área administrativa, permitirá un control más preciso de los niveles de stock, por lo cual generara una mejor visibilidad de los productos disponibles, facilitará la solicitud de pedidos de las tiendas y mejorará los procesos de recepción, almacenamiento y despacho de mercancía. Cabe destacar que el área de Logística forma parte fundamental del presente plan ya que, gracias a esta área, se permitirá optimizar las rutas de distribución, reducir los tiempos de entrega y minimizar los costos asociados al transporte.

## 8.2 Diagnostico – Estructura del área



### 8.2.1 Matriz Dofa para el Área

		VARIABLES INTERNAS	
		Fortalezas	Debilidades
		<b>MATRIZ DOFA DEL AREA LOGISTICA EN LA EMPRESA D1 S.AS DE LA CIUDAD DE CALI-COLOMBIA</b>	
Oportunidades	Estrategia FO		
<b>VARIABLES EXTERNAS</b>	1. Procesos tecnológicos que permiten el desarrollo de gestiones de sistemas automatizados del mercado. 2. Desarrollo de plataformas digitales que mejoren la comunicación entre puntos de venta y centros de distribución. 3. Avances en inteligencia artificial para la predicción de demanda. 4. Nuevas inversiones en infraestructuras logísticas urbanas. 5. Posibilidad de alianzas con empresas tecnológicas para mejorar procesos logísticos.	FO1: F1, F3 + O1. Utilizar la capacidad de entrega rápida y experiencia en grandes volúmenes para optimizar la automatización de inventarios. FO2: F2, F5 + O2. Aprovechar las relaciones con proveedores y personal capacitado para mejorar la comunicación mediante plataformas digitales. FO3: F3, F4 + O3. Usar la experiencia en gestión de productos y la infraestructura de transporte para aplicar IA en la predicción de demanda. FO4: F4, F1 + O4. Mejorar la infraestructura de transporte para potenciar la capacidad de entrega rápida en nuevas infraestructuras logísticas. FO5: F2, F5 + O5. Formar alianzas estratégicas con empresas tecnológicas para mejorar procesos logísticos y optimizar la operación.	DO1: D1, D3 + O1. Implementar un sistema de gestión de inventarios para reducir errores y mejorar la precisión. DO2: D2 + O2. Implementar plataformas que mejoren la comunicación entre el CEDI y las tiendas, evitando sobrepedidos. DO3: D1, D4 + O3. Reducir errores en pedidos y sincronizar mejor con las tiendas aplicando IA en la gestión de inventarios. DO4: D3, D5 + O4. Invertir en tecnologías para optimizar la eficiencia y reducir procedimientos manuales. DO5: D5 + O5. Colaborar con empresas tecnológicas para introducir herramientas avanzadas en la gestión de stock.
	Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
	1. Altos costos logísticos debido a errores en inventarios y sobrepedidos. 2. Competencia que ya utiliza sistemas avanzados de gestión de inventarios. 3. Expectativas crecientes de los clientes en tiempos de entrega más cortos. 4. Cambios regulatorios que requieren mayor precisión en la gestión de inventarios. 5. Aumento en los precios de transporte debido a la ineficiencia operativa.	FA1: F3, F5 + A1. Usar la experiencia en gestión de volúmenes y el personal capacitado para minimizar costos y errores. FA2: F2, F4 + A2. Mejorar las relaciones con proveedores y optimizar la infraestructura para competir con tecnología avanzada. FA3: F1, F4 + A3. Usar la capacidad de entrega rápida y la infraestructura para cumplir con las expectativas de entregas más rápidas. FA4: F3, F5 + A4. Adaptar los procedimientos operativos utilizando personal capacitado para cumplir con las regulaciones. FA5: F1, F2 + A5. Utilizar la capacidad de entrega rápida y las buenas relaciones con proveedores para reducir los costos operativos.	DA1: D1 + A1. Implementar un sistema de control de inventarios que reduzca los errores costosos. DA2: D2, D5 + A2. Modernizar la tecnología logística para mantenerse competitivos frente a otras empresas con mejores sistemas. DA3: D2, D4 + A3. Mejorar la comunicación entre CEDI y tiendas para evitar sobrepedidos que causen retrasos. DA4: D1, D3 + A4. Mejorar la gestión de inventarios para cumplir con las nuevas exigencias regulatorias. DA5: D3, D5 + A5. Automatizar procedimientos y optimizar procesos para mejorar la eficiencia y reducir costos.

### 8.3 Plan de mejoramiento

#### 8.3.1 *Objetivos*

Objetivo general.

- Implementar un nuevo sistema de gestión de stock en el centro de distribución de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali

Objetivos específicos.

- Realizar un diagnóstico del sistema actual de gestión de inventario
- Investigar y seleccionar un software adecuado para la gestión de inventarios que se ajuste a las necesidades de la empresa.
- Establecer protocolos de comunicación claros entre el área administrativa, el CEDI y las tiendas.
- Definir nuevos procesos operativos para el pedido, recepción, almacenamiento y despacho de mercancías.

### 8.4 Implementación del plan de mejoramiento

#### 8.4.1 *Valores*

La empresa D1 se guía por una serie de valores fundamentales que reflejan su compromiso con la sostenibilidad, la equidad de género y la inclusión.

**Sostenibilidad:** D1 busca minimizar su impacto ambiental a través de iniciativas como la recolección de residuos, proyectos posconsumo y consumo responsable.

**Equidad de género:** La empresa se esfuerza por promover la igualdad de oportunidades, con un 51% de sus colaboradores siendo mujeres.

**Inclusión:** D1 apoya la inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual a través de programas como "Los Amigos del Alma".

**Responsabilidad social:** La empresa colabora con proyectos que brindan segundas oportunidades a personas que han estado privadas de la libertad, como la Fundación Interna.

**Calidad y excelencia:** D1 se compromete a ofrecer productos de alta calidad a precios accesibles, mejorando constantemente sus procesos y servicios.

#### **8.4.2 Principios**

##### **Principios comerciales**

- Variedad de productos
- Calidad en todos los productos
- Tiendas limpias y organizadas
- Promociones y ofertas especiales
- Fácil acceso a los productos

##### **Principios de servicio al cliente**

- Atención rápida y eficiente
- Asesoría personalizada
- Resolución de reclamos de manera oportuna
- Información clara y precisa sobre productos

- Ambiente seguro y cómodo

### 8.4.3 Estrategia y plan de acción

#### 8.4.3.1 Estrategia

En la siguiente tabla de estrategias, se detalla el área en el cual se va a intervenir

Estrategia

AREA	
1	Estrategia Evaluar la eficiencia y eficacia del sistema actual de gestión de inventario e identificar oportunidades mejora.
2	Estrategia Desarrollar un proceso de selección de software centrado en los objetivos y necesidades estratégicas de la empresa.
3	Estrategia Establecer canal de comunicación único, procedimientos de comunicación e implementar monitoreo.
4	Estrategia Diseñar y documentar nuevos procesos para el uso del nuevo software.

Nota: Estrategias para el plan de acción

#### 8.4.3.2 Plan de acción

En el siguiente cuadro se mostrará el plan de acción después de haberse señalado cada una de las estrategias a desarrollar.

**Tabla***Plan de acción*

<b>PLAN DE ACCION</b>						
<b>Departamento</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Costo Estimado</b>
<b>Gestión de Inventarios</b>	Evaluar la eficiencia y eficacia del sistema actual de gestión de inventarios	Identificar oportunidades de mejora en el sistema actual de inventarios	1. Identificar problemas de eficiencia y eficacia.	15 días	Jefe de Inventarios	Sin costo
			2. Elaborar un informe de hallazgos.	15 días		
<b>Tecnología</b>	Desarrollar un proceso de selección de software centrado en los objetivos y necesidades estratégicas de la empresa.	Seleccionar un software adecuado para la empresa	1. Investigar al menos tres opciones de software de gestión de inventarios.	5 días	Jefe de Tecnología	Sin costo
			2. Comparar costos, funcionalidades y compatibilidad de cada opción.	5 días		
			3. Solicitar cotizaciones y demos.	1 semana		
<b>Departamento de Operaciones</b>	Establecer canal de comunicación único, procedimientos de comunicación e implementar monitoreo.	Mejorar la comunicación entre CEDI, área administrativa y tiendas.	1. Crear un protocolo de comunicación claro.	1 semana	Jefe de Operaciones	Sin costo
			2. Establecer canales digitales para comunicación (plataforma o software).	1 semana		
			3. Implementar reuniones periódicas para monitoreo.	1 semana		
			4. Entrenar al personal en el uso de los nuevos canales.	1 semana		
<b>Recursos humanos</b>	Diseñar y documentar nuevos procesos para el uso del software nuevo.	Implementar la capacitación del personal en los nuevos procesos.	1. Desarrollar un plan de capacitación.	1 semana	Responsable de RR.HH	Sin costo
			2. Capacitar a los empleados en el uso del nuevo software.	5 semanas		
			3. Realizar pruebas de implementación del nuevo sistema.	2 semanas		

## 8.5 Informe de Identificación de problemas

<b>Informe de hallazgos para la empresa D1 S.A.S</b>	
Objetivo:	Este informe se realiza con el fin de identificar problemas de eficiencia y eficacia en el área logístico de Tiendas D1, para darle mejorar la gestión y productividad de la cadena de suministro
Metodología: Se realizó un análisis de la siguiente información:	<b>Sistema actual de gestión de inventarios.</b>

<b>Problemas de Eficiencia</b>	<b>Problemas de eficacia</b>
1. Inexactitud en la información de inventario: Datos incorrectos o desactualizados sobre la cantidad de productos en stock.	1. Ineficiente asignación de recursos: No se asignan recursos de manera óptima.
2. Ineficiente uso del espacio: Almacén no optimizado para almacenar mercaderías de manera eficiente.	

<p>3. Retrasos en la entrega: Proveedores no cumplen con plazos de entrega.</p>	<p>2. Tiempos de entrega prolongados: Los productos no llegan a tiempo.</p>
<p>4. Sobrestock o substock: Exceso o falta de productos en stock.</p>	<p>3. Falta de flexibilidad: El sistema no se adapta a cambios en la demanda.</p>
<p>5. Falta de visibilidad: No hay un sistema de seguimiento efectivo para monitorear inventario y cadena de suministro.</p>	<p>4. Falta de análisis: No se realizan análisis para mejorar la gestión.</p>
<p>6. Inadecuada planificación: Planificación de producción y distribución no se ajusta a demanda real.</p>	

Recomendaciones	<p>1. Implementar un sistema de gestión de inventario: Automatizar el proceso de recepción y almacenamiento.</p>
	<p>2. Optimizar el uso del espacio: Reorganizar el almacén para mejorar la eficiencia.</p>
	<p>3. Establecer acuerdos con proveedores: Establecer plazos y penalizaciones para garantizar la entrega a tiempo.</p>

	4. Capacitar a empleados: Mejorar la habilidades y conocimientos de los empleados en logística.
	5. Implementar un sistema de seguimiento: Monitorear el inventario y la cadena de suministro en tiempo real.

En el presente informe se han identificado los problemas de eficiencia y eficacia más destacados en el área logístico de la empresa D1 S.A.S, es importante tener en cuenta todos los aspectos descritos en el presente informe ya que es crucial para mejorar la productividad y satisfacción del cliente. La implementación de las recomendaciones propuestas puede ayudar a reducir costos, mejorar la calidad del servicio y aumentar la competitividad.

## 8.6 Cotización de Software

Software	Costo Anual/Mensual/Único	Ventajas	Desventajas	Especificaciones Claves
<b>SAP S/4HANA</b>	Costo licencia unica y almacenamiento mensual por 1 año \$ 44.492.184,00	Gestión avanzada de inventarios en tiempo real	Altos costos de implementación	ERP(planificación de recursos empresariales)completo para empresas grandes
		Escalable a nivel nacional e internacional	Requiere formación extensiva y recursos dedicados	Gestión de inventarios en tiempo real y análisis avanzado
		Integración con múltiples áreas (ventas, logística, finanzas)		Gran capacidad de integración
<b>Oracle NetSuite</b>	Costo total: \$ 7.140.000	Gestión de inventarios en tiempo real	Alto costo de suscripción mensual	ERP en la nube con módulos de inventarios, ventas, y finanzas
		Integración completa con otros sistemas de la empresa	Implementación compleja	Análisis y reportes en tiempo real
		Escalable para operaciones nacionales e internacionales		Ideal para empresas con múltiples ubicaciones
<b>Microsoft Dynamics 365</b>	Costo total: \$11.900.000	Integración con herramientas de Microsoft	Costoso en suscripción mensual	ERP que incluye módulos de finanzas, operaciones, y gestión de inventarios
		Gestión de inventarios en tiempo real	Implementación y personalización puede ser larga	Integración fluida con Microsoft Office 365 y Power BI
		Funciones avanzadas de análisis y reporting		

En el presente plan de acción, se tuvieron en cuenta 3 tipos de software de inventarios, en el cual el software SAP S/4HANA es la opción más recomendada, aunque requieren una inversión significativa tanto en términos de costo. Son ideales para empresas grandes y con operaciones complejas.

## 8.7 Protocolo de comunicación propuesto

<b>Protocolo de Comunicación propuesto</b>				
<b>Objetivo:</b>	Establecer un protocolo de comunicación claro y efectivo para garantizar la colaboración, eficiencia y productividad en el área de logística.	<b>Responsables de la implementación</b>	Danna Jiménez	Versión 1.0
<b>Alcance:</b>	Este protocolo aplica a todo el personal que se encuentre dentro del área.		Daniela Cotazo	
<b>Principios de Comunicación:</b>	✓ Claridad: Comunicar de manera clara y concisa.			
	✓ Respeto: Tratar a los demás con respeto y profesionalismo.			
	✓ Concisión: Ser breve y directo en la comunicación.			
	✓ Confidencialidad: Proteger la información confidencial.			
<b>Canales de Comunicación:</b>	<b>1. Comunicación Verbal:</b>			
	○ Reuniones: agendadas y con objetivos claros.			
	○ Llamadas telefónicas: identificación clara del emisor y receptor.			
	○ Conversaciones informales: establecer límites y respetar la privacidad.			
	<b>2. Comunicación Escrita:</b>			
	○ Correos electrónicos: con asunto claro, formato estándar y firmados.			
	○ Memos: Breves, concisos, con fecha y hora.			
	○ Informes: estructurados y con resumen.			
	<b>3. Comunicación Digital:</b>			
	○ Plataforma de colaboración (SAP).			
○ Videoconferencias: con agenda y objetivos establecidos.				
<b>Revisión y actualización:</b>	○ Revisar protocolo cada 6 meses.			
	○ Actualizar según si es necesario.			
	○ Evaluar la efectividad del protocolo.			
<b>Capacitación y retroalimentación: esta se realizará con las capacitaciones ya programadas.</b>				
<b>Aprobación e implementación: este protocolo es una simulación</b>	Este protocolo ha sido aprobado por Danna Jiménez y Daniela Cotazo asesoras externas.			

### **8.7.1 Herramientas del Protocolo de Comunicación**

#### **1. Comunicación Verbal**

- **Reuniones**

Objetivo: Asegurar la alineación del equipo y la toma de decisiones efectivas.

Frecuencia: Semanalmente o según necesidad.

Participantes: Personal del área de logística.

**Formato:**

- ✓ Definir agenda previa.
- ✓ Registrar acuerdos y compromisos.
- ✓ Asignar responsables y plazos.

- **Llamadas Telefónicas**

**Objetivo**

Facilitar la comunicación inmediata y ágil entre colaboradores.

**Normas:**

- ✓ Identificación clara del emisor y receptor.
- ✓ Uso exclusivo para temas laborales.
- ✓ Ser concisos y directos.

- **Conversaciones Informales**

**Objetivo.**

Fomentar la comunicación efectiva en el entorno laboral.

**Normas:**

- ✓ Mantener el respeto y la confidencialidad en todo momento.
- ✓ Evitar interrupciones en momentos de alta carga de trabajo.
- ✓ Diferenciar entre temas laborales y personales.
- ✓ No compartir información sensible sin autorización.

**1. Comunicación Escrita**

- **Correos Electrónicos**

**Objetivo.**

Formalizar la comunicación escrita con un registro claro de información.

**Estructura**

- ✓ Asunto descriptivo y claro.
- ✓ Lenguaje formal y preciso.
- ✓ Firma institucional obligatoria.

**Formato sugerido.**

Asunto: [Breve y claro]

Saludo: "Estimado/a [Nombre]"

Cuerpo del mensaje:

- ✓ Explicación breve del motivo del correo.
- ✓ Información relevante.
- ✓ Instrucciones o solicitudes.

Cierre: "Quedo atento/a a sus comentarios. Saludos."

Firma: [Nombre, cargo, empresa]

- **Memos**

**Objetivo.**

Transmitir información interna relevante de manera breve y clara.

**Estructura.**

- ✓ Fecha y destinatario.
- ✓ Cuerpo con mensaje conciso.
- ✓ Firmado por el remitente o responsable.

**Formato sugerido.**

Encabezado: "Memorando Interno"

Fecha: [DD/MM/AAAA]

Para: [Destinatario]

De: [Remitente]

Asunto: [Resumen del tema]

- **Informes**

### **Objetivo**

Documentar y presentar información estructurada sobre actividades y resultados.

### **Estructura**

- ✓ Introducción con contexto y objetivos.
- ✓ Desarrollo con datos clave y análisis.
- ✓ Conclusiones y recomendaciones.
- ✓ Uso de gráficos y tablas si es necesario.

### **Formato sugerido**

Título: [Tema del informe]

Fecha: [DD/MM/AAAA]

Autor: [Nombre y cargo]

Introducción: [Descripción del contexto y objetivo]

Desarrollo: [Análisis detallado con datos]

Conclusión: [Resumen de hallazgos y recomendaciones]

Anexos (si aplica).

## **2. Comunicación Digital**

- **Plataforma de Colaboración (SAP u otra herramienta interna)**

### **Objetivos**

- ✓ Centralizar la gestión de información y tareas.
- ✓ Optimizar el uso de la plataforma de colaboración SAP.

### **Uso**

- ✓ Registro y consulta de actividades.
- ✓ Seguimiento de tareas asignadas.
- ✓ Acceso a documentación clave.

### **Contenido**

- ✓ Cómo iniciar sesión y acceder a documentos.
- ✓ Cómo compartir archivos y colaborar en proyectos.
- ✓ Uso de herramientas de mensajería y notificaciones.
- ✓ Políticas de uso y seguridad de la información.

- **Videoconferencias**

### **Objetivo**

Facilitar reuniones a distancia manteniendo la interacción visual y auditiva.

### **Normas**

- ✓ Definir agenda y objetivos previos.

- ✓ Uso de cámara y micrófono activados según necesidad.
- ✓ Registro de acuerdos y tareas derivadas al finalizar la reunión.
- ✓ Evitar interrupciones y hablar por turnos.

### **3. Revisión y Actualización del Protocolo**

Periodicidad: Cada seis meses.

Responsables: Supervisores del área de logística.

#### **Acciones:**

- ✓ Evaluación de efectividad del protocolo.
  - ✓ Actualización según requerimientos operativos.
  - ✓ Implementación de mejoras y capacitación adicional.
- **Calendario de revisión**

#### **Objetivo**

Mantener el protocolo actualizado.

#### **Frecuencia**

Cada 6 meses.

#### **Actividades**

- ✓ Revisión general del protocolo.
- ✓ Evaluación del impacto en la comunicación interna.

- ✓ Aplicación de ajustes si es necesario.

- **Formato de actualización**

**Objetivo**

Documentar cambios en el protocolo.

**Formato**

Fecha de actualización: [DD/MM/AAAA]

Descripción del cambio: [Explicación detallada]

Justificación: [Razón del cambio]

Aprobado por: [Nombre y cargo]

- **Encuestas de efectividad**

**Objetivo**

Evaluar el impacto del protocolo en la comunicación.

**Preguntas clave:**

- ✓ ¿El protocolo ha mejorado la comunicación interna? (Sí/No)
- ✓ ¿Qué áreas necesitan mejoras? [Espacio para comentarios]
- ✓ ¿Qué herramientas han sido más útiles? [Opciones múltiples]
- ✓ ¿Sugerencias adicionales? [Espacio abierto]

**4. Capacitación y Retroalimentación**

## **Metodología**

- ✓ Talleres prácticos sobre el uso adecuado de las herramientas de comunicación.
- ✓ Encuestas de satisfacción y desempeño.
- ✓ Revisión de casos reales y mejores prácticas.
- **Capacitación y Retroalimentación**

## **Materiales de capacitación**

### **Objetivo**

Capacitar al personal sobre el protocolo.

### **Recursos**

- ✓ Presentaciones en PowerPoint.
- ✓ Manual en PDF con ejemplos prácticos.
- ✓ Videos tutoriales.
- **Registro de capacitaciones**

### **Objetivo**

Llevar control de las capacitaciones realizadas.

### **Formato**

Fecha: [DD/MM/AAAA]

Tema: [Nombre de la capacitación]

Facilitador: [Nombre y cargo]

Lista de asistentes: [Nombres y cargos]

- **Formato de retroalimentación**

### Objetivo

Recopilar sugerencias y experiencias del personal.

### Formato

Fecha: [DD/MM/AAAA]

Nombre del colaborador: [Opcional]

Comentarios sobre el protocolo: [Espacio abierto]

Sugerencias de mejora: [Espacio abierto]

## 8.8 Plan de capacitación modelo SAP

<b>PLAN DE CAPACITACION SAP</b>			
<b>Objetivo:</b>	Capacitar a los empleados para que comprendan y utilicen correctamente SAP S/4HANA, mejorando la eficiencia operativa y maximizando las capacidades del sistema.		
<b>Duración total:</b>	30 Horas	<b>Sesiones:</b>	Sesiones Teóricas: Se usarán presentaciones en PowerPoint y material escrito que cubran los conceptos clave.

			<p>Sesiones Practicas: Los participantes realizarán ejercicios prácticos en un entorno de prueba de SAP S/4HANA</p>	
			<p>Soporte Post-capacitacion: Se establecerá un equipo de soporte técnico y formadores disponibles para resolver dudas.</p>	
<p><b>Recursos Necesarios:</b></p>	<p>Acceso al sistema SAP S/4HANA en un entorno de prueba.</p>	<p><b>Modalidad</b></p>	<p>Presencial</p>	
	<p>Material de apoyo como guías y tutoriales.</p>			
	<p>Instructores capacitados en SAP S/4HANA</p>			

<b>ESTRUCTURA DEL PLAN DE CAPACITACION</b>						
<b>TEMA</b>	<b>DURACION</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>DIA</b>	<b>MODULOS</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>OBJETIVO</b>
<b>1. Introducción al sistema y conceptos básicos de SAP S/4HANA</b>	2 horas	1 sesión	Viernes	N/A	Introducción a SAP S/4HANA.	Familiarizar a los empleados con la interfaz y la estructura básica de SAP S/4HANA.
					Arquitectura del sistema.	
					Navegación en la interfaz de usuario.	
					Diferencias entre SAP S/4HANA y otros sistemas.	
<b>2. Módulos clave de SAP S/4HANA</b>	3 horas por modulo (9 Horas)	3 sesiones	Sábado	Módulo de Gestión de Inventarios	Introducción a la gestión de inventarios en SAP.	Capacitar en el uso de los módulos principales
					Cómo crear y modificar registros de inventario.	

					Realización de transferencias de inventario y actualizaciones en tiempo real.	según el área de trabajo de los empleados (por ejemplo, inventarios, compras, ventas, etc.).
			Domingo	Módulo de Compras	Cómo crear órdenes de compra.	
					Proceso de recepción y verificación de mercancías.	
			Lunes	Módulo de Ventas	Cómo generar pedidos de ventas.	
					Facturación y gestión de pagos.	
<b>3. Procesos de integración entre módulos</b>	4 horas	1 sesión	Martes	N/A	Integración de compras, ventas e inventarios.	Enseñar cómo interactúan los diferentes módulos de SAP S/4HANA
					Ejecución de procesos Intermodulares (por ejemplo, ventas a partir de inventarios).	

						para una gestión empresarial fluida.
<b>4. Reportes y análisis en tiempo real</b>	3 horas	1 sesión	Miércoles	N/A	Visualización de datos en tiempo real.	Capacitar en la creación de reportes y análisis de datos en tiempo real utilizando SAP S/4HANA.
					Creación de reportes de inventario, compras y ventas.	
					Uso de herramientas de análisis como SAP Fiori.	
<b>5. Capacitación avanzada y</b>	4 horas	1 sesión	Jueves	N/A	Solución de problemas comunes (errores en procesos de ventas, compras o inventarios).	Capacitar a los usuarios avanzados y proporcionar
					Configuración avanzada.	

<b>resolución de problemas</b>					Personalización de informes y vistas.	herramientas para resolver problemas comunes en el uso del sistema.
<b>6. Soporte post - capacitación</b>	2 horas (semanal durante 4 semanas) (8 horas)	1 sesión semanal durante 4 semanas.	Todos los sábados por 4 semanas	N/A	Sesiones de preguntas y respuestas.	Asegurar que los empleados tengan soporte mientras aplican lo aprendido.
					Soporte para casos específicos.	
					Ejercicios prácticos y revisión de procesos.	

## 9 Presupuesto de implementación

Para una correcta implementación del plan de mejoramiento de la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Cali se precisa de un presupuesto total de \$ 44.492.184,00, a continuación, se detalla el costo de cada estrategia utilizada para la presente idea de proyecto.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO</b>
Estrategia 1	Informe de hallazgos D1 S.A.S	Sin costo
Estrategia 2	Licencia para implementar el software SAP S/4HANA	\$ 44.492.184,00
	Almacenamiento SAP S/4 HANA Mensual por 1 año	
Estrategia 3	Protocolo de comunicación	Sin costo
Estrategia 4	Plan de capacitación para el personal	Sin costo
<b>TOTAL COSTO</b>		<b>\$ 44.492.184,00</b>

### 9.1 Beneficios

La implementación del plan de mejora en la gestión de stock de D1 S.A.S en Cali proporciona beneficios como:

- La implementación de un nuevo software de gestión de inventarios (SAP S/4 HANA) permitirá agilizar los procesos relacionados con el manejo de stock, reduciendo tiempos de espera y mejorando la precisión de las operaciones.
- Con la integración del software y la capacitación del personal, se minimizan errores en el registro, pedido, y recepción de mercancías, obteniendo una mejor gestión del inventario.
- El establecimiento de protocolos de comunicación asegura que el flujo de información entre el área administrativa, el CEDI y las tiendas sea constante y efectivo, evitando malentendidos y problemas.

- El nuevo sistema de gestión proporcionará análisis detallados sobre el flujo de mercancías, ayudando a la empresa a tomar mejores decisiones.
- Con procesos mejorados y visibilidad en tiempo real del inventario, la empresa puede responder rápidamente a cambios en la demanda, optimizando los niveles de stock y garantizando la satisfacción del cliente.
- Este plan coloca a la empresa en una mejor posición frente a la competencia, al garantizar un servicio más rápido, eficiente y confiable.

## 10 Conclusiones

La empresa D1 S.A.S, con su marca de Tiendas D1, fue creada en 2009 en Medellín, convirtiéndose en la primera cadena de descuento en llegar al país, con un formato que revolucionó la manera de hacer mercado de los colombianos, recientemente la empresa presenta actualmente dificultades en el sistema de comunicación con el área de stock, implicando así que se presenten problemas en cuanto a la distribución de los productos, la calidad, inconsistencias, demoras de envío y errores de entrega de mercancía, esto ha provocado que haya un mal registro del inventario, desechos de mercancía en mal estado y un mal servicio en cuanto a la mercancía a los clientes de las tiendas causando devoluciones, mala imagen de la empresa e inconformidades, por lo tanto, el presente plan de mejoramiento lo que busca es reemplazar el sistema de inventarios y comunicación para que sea efectivo y a su vez no se presenten dichos errores y la empresa pueda lograr que la mercancía este en óptimas condiciones para las tiendas y el cliente final.

El presente plan de mejoramiento para la empresa D1 S.A.S. ha permitido identificar y proponer soluciones a las principales problemáticas en la gestión de inventarios y la coordinación entre las áreas administrativa, logística y operativa. El diagnóstico evidenció un sistema de inventario deficiente, lo que provoca la falta de coordinación efectiva entre el área administrativa, el centro de distribución (CEDI) y las tiendas, lo que desencadena desajustes en el inventario, retrasos en la entrega de productos y una distribución ineficaz. Estas deficiencias no solo afectan la eficiencia operativa de la empresa, sino que también impactan negativamente en la experiencia del cliente al limitar la disponibilidad de productos en las tiendas.

Para abordar esta situación, se ha propuesto la implementación de un nuevo sistema de inventarios, supervisado por el área administrativa, que optimizará el control de los niveles de

stock, mejorará la precisión en los pedidos y facilitará la comunicación entre las áreas involucradas. La participación del área de logística es fundamental en este proceso, ya que permitirá optimizar las rutas de distribución, reducir los tiempos de entrega y minimizar los costos asociados al transporte. Con estas medidas, se espera mejorar significativamente la coordinación interna y el flujo de mercancías desde el CEDI hasta las tiendas.

Además, las estrategias planteadas en este plan de mejora están orientadas a transformar la gestión de inventarios de D1 S.A.S. mediante la evaluación del sistema actual, el análisis de las necesidades específicas de la empresa y la creación de un canal de comunicación único y estandarizado. La implementación de procedimientos documentados fortalecerá la estructura de gestión, garantizando un flujo de información continuo y confiable entre las áreas clave.

Por último, el plan de acción elaborado detalla pasos específicos para la implementación del nuevo sistema de inventario. Desde la elección del software adecuado hasta la capacitación del personal y el monitoreo constante de las actividades de inventario, cada fase ha sido diseñada para asegurar una transición exitosa y minimizar posibles errores. La ejecución de este plan permitirá una integración más efectiva de las áreas de la empresa, asegurando así un control de inventarios en tiempo real y una adecuada disponibilidad de productos.

## 11 Recomendaciones

De acuerdo con el presente plan de mejoramiento y el plan de acción propuesto, pueden hacerse las siguientes recomendaciones para la empresa D1 S.A.S de la ciudad de Santiago de Cali:

- Es fundamental que el personal responsable de la gestión de inventarios, abarcando desde el área administrativa hasta las tiendas, reciba una formación completa y continua sobre el nuevo software que se ha implementado. Esto asegurará el uso adecuado de todas las funcionalidades del sistema, lo que a su vez mejorará la precisión en los registros de existencias y minimizará la posibilidad de errores operativos.
- La implementación de un sistema de seguimiento en tiempo real de las actividades de inventario permitirá identificar rápidamente cualquier variación entre el stock físico y el registrado. Esto ayudará a identificar errores desde el principio y también permitirá una evaluación continua del rendimiento del nuevo sistema y los nuevos procesos operativos, evitando que se conviertan en problemas mayores. Se deben establecer indicadores clave de desempeño kpis para evaluar la eficiencia del proceso y la calidad de la comunicación interna entre las diferentes áreas.
- Para una mejora efectiva en la comunicación, es primordial promover una cultura organizacional la cual priorice la transparencia y la colaboración entre las áreas administrativa, logística y las tiendas de la empresa. Se recomienda establecer un canal de comunicación único y estandarizado en el cual todos los equipos de trabajo se comprometan a utilizar estos canales y a mantener una

retroalimentación constante mediante reuniones periódicas para garantizar que todos los involucrados estén alineados en cuanto a los objetivos y los desafíos relacionados con la gestión de inventarios.

- Mejorar el proceso de sensibilizar a las personas para participar en las capacitaciones, ya sea por medio de charlas donde se muestren las ventajas y lo que se van a realizar, forma virtual o presencial, no sólo con el personal responsable del área, si no con todas las personas que colaboran en el área.
- Ver el sistema como una herramienta de apoyo para mejorar la calidad y aprovechamiento de la comunicación que se va a generar dentro de la empresa, permitiendo la adopción de estrategias para optimizar las condiciones de las tiendas y el cliente final.

Para lograr tener mejores resultados en la empresa D1 S.A.S es necesario:

- Comprender el propósito del plan de mejoramiento: Comprender por qué el plan de mejoramiento es importante para la organización y cómo se ajusta a la planificación estratégica general de la empresa.
- Bajo la responsabilidad del jefe de área realizar seguimiento como tal a la situación que se esté presentado para las tiendas D1.
- Verificar que si haya disposición por parte de la empresa para poner en acción en plan de mejoramiento.

- Tener una cultura empresarial, aptitudes esenciales, estrategias, sistemas y procesos, gestión del personal para que la empresa D1 S.A.S logre ser una las mejores empresas a nivel nacional.

## 12 Bibliografía

D1. (2023). Historia. D1. Recuperado el 15 de agosto de 2024, de <https://d1.com.co/historia/>

D1. (2023). Calidad D1. D1. Recuperado el 20 de julio de 2024, de <https://d1.com.co/calidad-d1/>

Sydle. (2021, 17 de junio). Ciclo PDCA: qué es y cómo implementarlo correctamente. Recuperado el 10 de septiembre de 2024, de <https://www.sydle.com/es/blog/ciclo-pdca-61ba2a15876cf6271d556be9>

Eurofins. (2023). El ciclo Deming: qué consiste y cómo ayuda en la gestión de procesos. Recuperado el 5 de octubre de 2024, de <https://www.eurofins-environment.es/es/el-ciclo-deming-que-consiste-y-como-ayuda-gestion-procesos/>

HubSpot. (2023, 12 de enero). Método Kaizen: qué es y cómo aplicarlo en tu empresa. Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de <https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>

Anáhuac. (2023). Método Kaizen: qué es y cómo puedes beneficiarte de él. Recuperado el 19 de agosto de 2024, de <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/metodo-kaizen-que-es-y-como-puedes-beneficiarte-de-el#:~>

=Qu%C3%A9%20es%20la%20filosof%C3%ADa%20Kaizen,grandes%20beneficios%20a%20largo%20plazo

Mecalux. (2023). Modelo de Wilson: qué es y cómo implementarlo en la gestión de inventarios. Recuperado el 13 de septiembre de 2024, de <https://www.mecalux.com.co/blog/modelo-de-wilson>

Ar Racking. (2022, 5 de abril). Sistema de cantidad económica de pedido (EOQ) o de Wilson en almacén: gestión de stocks. Recuperado el 14 de octubre de 2024, de <https://www.ar-racking.com/co/blog/sistema-cantidad-economica-de-pedido-eoq-o-de-wilson-en-almacen-gestion-de-stocks/>

Soy Administrador. (2023). Principios de la administración científica. Recuperado el 23 de agosto de 2024, de <https://soyadministrador.net/principios-de-la-administracion-cientifica/>

Gestiopolis. (2023). Administración científica: fundamentos y principios de Taylor. Recuperado el 6 de septiembre de 2024, de <https://www.gestiopolis.com/administracion-cientifica-fundamentos-y-principios-de-taylor/>

Concepto.de. (2023). Teoría clásica de la administración. Recuperado el 3 de octubre de 2024, de <https://concepto.de/teoria-clasica-de-la-administracion/>

Bing. (2023). SAP S/4HANA curso. Recuperado el 7 de octubre de 2024, de <https://www.bing.com/videos/search?view=detail&q=SAP+S%2f4HANA+curso&&mid=E287BFD3F0E336FB1FACE287BFD3F0E336FB1FAC&&FORM=VRDGAR>

ITQlick. (2023). SAP S/4HANA pricing. Recuperado el 25 de septiembre de 2024, de <https://www.itqlick.com/sap-s-4hana/pricing>

Fierro Rivera, H. F. (2013). Diseño del plan de mejoramiento en el proceso de recepción de mercancía y despachos nacionales aplicando la técnica de estudio de trabajo en la empresa Motores Japanese S.A. Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado el 17 de septiembre de 2024, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5191/TID01575.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flórez Sánchez, L. A., & Usuga Ruíz, F. A. (2021). Propuesta de mejora en la recepción de proveedores y entrega a las áreas de producción en Locería Colombiana S.A. Uniminuto.

Recuperado el 5 de octubre de 2024, de

[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/16539/1/T.TL\\_FlorezSanchezLizbhetAndrea\\_2021.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/16539/1/T.TL_FlorezSanchezLizbhetAndrea_2021.pdf)

Bautista Soto, M. A. (2021). Propuesta de mejora del proceso de despacho en la empresa La Vid Despachos del Valle en el municipio de La Unión, Valle del Cauca. Universidad del Valle.

Recuperado el 16 de septiembre de 2024, de

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/40bbbf0-6939-4295-b50e-d37ebf70e45b/content>

Bonett Fuentes, A. M., & Villalobos Zambrano, N. E. (2019). Propuesta para la mejora de los tiempos entre recibo y preparación de mercancías en el centro de distribución de un

operador logístico. Universidad de la Costa. Recuperado el 12 de agosto de 2024, de

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5594/Propuesta%20para%20la%20mejora%20de%20los%20tiempos%20entre%20recibo%20y%20preparaci%C3%B3n%20de%20mercanc%C3%ADas%20en%20el%20centro%20de%20distribuci%C3%B3n%20de%20un%20operador%20log%C3%ADstico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## 13 Anexos

## Cotizaciones.

## 1. cotización

CIF/NIF		Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900276962-1		D1 S.A.S	Danna Jimenez	4/11/2024	Cali
Teléfono		Dirección	Email	Descuento (%)	Forma de pago
3226385028		N.A	<a href="mailto:Dmcr1999@hotmail.com">Dmcr1999@hotmail.com</a>	10%	Contado

Ítem	Referencia	Descripción	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor Total
1		Licencia única de SAP S/4HANA	1	1	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00
2		Almacenamiento mensual por 1 año	12	1	\$ 1.738.000,00	\$ 20.856.000,00
3		Capacitación incluida	1	1	\$ -	\$ -
4		Soporte tecnico 24/7 por 1 año	1	1	\$ -	\$ -
						\$ -
<b>Observaciones:</b>					<b>Importe</b>	\$ 40.856.000,00
					<b>Descuento</b>	\$ 4.085.600,00
					<b>Subtotal</b>	\$ 36.770.400,00
					<b>IVA (21%)</b>	\$ 7.721.784,00
					<b>TOTAL</b>	\$ 44.492.184,00

Cotizacion valida por 30 dias.

## 2. Cotización

### Cotización



**ORACLE NETSUITE**  
Carrera 7ma No. 127 – 48  
Of. 906.

Fecha: 2024-11-04  
Nº de cotización: 10000

Facturar a  
D1 SAS  
Dannacarolin123456@gmail.com

Cant.	Descripción	Precio unitario	Total
1	documento legal que establece las pautas para el uso y la distribución de un software	\$1,000,000	\$1,000,000
1	conjunto de programas, instrucciones, algoritmos y partes visuales que permiten a un dispositivo electrónico realizar tareas específicas	\$4,000,000	\$4,000,000
1	proceso de instalar, configurar y poner en funcionamiento un programa o sistema informático en un entorno específico.	\$1,000,000	\$1,000,000

Subtotal \$6,000,000  
Iva \$1,140,000  
**Total \$7,140,000**

Gracias por su preferencia.

### 3. Cotización

#### Costos detallados

Producto o servicio	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Software, conjunto de programas, instrucciones, algoritmos y partes visuales que permiten a un dispositivo electrónico realizar tareas específicas	1	\$7.000.000	\$200.00
Servicio de la nube, <del>necta</del> a todos tus archivos. Te permite almacenar y proteger tus archivos, compartirlos con otros usuarios y acceder a ellos desde cualquier lugar en todos tus dispositivos	1	\$1.000.000	\$1,500.00
recepción de facturas, 1 año completo	1	\$1.500.000	\$600.00
Documentos soporte, 1 año completo	1	\$500.000	\$150.00
		<b>Subtotal</b>	\$10.000.000
		<b>Impuesto</b>	\$1.900.000
		<b>Cotización</b>	\$11.900.000