



**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E
INFORMÁTICA**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“MEJORA DEL SUBPROCESO DE SOLICITUD DE
PEDIDO DE LA DISTRIBUIDORA
REPRESENTACIONES CASTILLO - AREQUIPA”**

PRESENTADO POR EL BACHILLER

TEXI LLERENA CHRISTIAN ALBERT

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**

AREQUIPA – PERÚ

2017

DEDICATORIAS

A mis padres, Vilma y Julio por su apoyo incondicional, su confianza depositada y a través de su ejemplo, ser el motivo que me exige ser mejor cada día.

AGRADECIMIENTOS

De igual manera, mi agradecimiento va hacia la Universidad Alas Peruanas y a los profesores por transmitirme sus conocimientos y permitir convertirme en un profesional capacitado; de igual manera por darme todo su apoyo y hacer realidad este sueño de alcanzar este título profesional.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, toda empresa está en búsqueda de una mayor eficiencia en sus procesos y recursos para poder tener un mayor rendimiento y rentabilidad.

Esto obliga a recurrir a la aplicación de conocimientos en el desarrollo de sistemas y procesos que permitan la optimización de los recursos existentes.

El presente trabajo tiene como objetivo mejorar y optimizar el subproceso de solicitud de un pedido mediante la implementación de un aplicativo móvil para poder generar ventas en línea para la Distribuidora Representaciones Castillo SAC. Es importante resaltar que se realizó un análisis de los principales procesos de la empresa, llegando a concluir que su proceso de venta es muy obsoleto.

La aplicación móvil será desarrollado por un empresa tercera cumpliendo con altos estándares de un desarrollo, esta aplicación móvil le permitirá a los vendedores registrar sus pedidos de forma online, además de tener a su disposición los stock reales. Las aplicaciones móviles son muy utilizadas gracias a su entorno amigable y a los avances tecnológicos.

RESUMEN

En estos tiempos el manejo de la información se ha convertido en algo muy importante, Si una organización no controla correctamente sus datos podría perder dinero y generar insatisfacciones en sus clientes. Además de generar una mala imagen a la empresa.

El presente trabajo consiste en la mejorar el subproceso de solicitud de Pedido para la Distribuidora Representaciones Castillo SAC ubicada en la ciudad de Arequipa, utilizando un aplicativo móvil que será manipulado por cada vendedor.

La utilización de este aplicativo móvil, mejorara los tiempos y reducirá los costos en subproceso. Trayendo consigo satisfacción para la empresa y a los clientes.

En el presente trabajo se ha desarrollado un análisis AS-IS y TO-BE, en cual permitirá ver las mejoras implementadas en el subproceso.

Palabras Claves: AS-IS, TO-BE, Android, Call Center, Teleoperador, Vendedor, Productos Farmacéuticos, Productos de Consumo, Movil, Subproceso, Cobertura.

ABSTRACT

In these times the handling of information has become very important. If an organization does not control its data correctly, it could lose money and generate dissatisfaction in its clients. In addition to generating a bad image to the company.

The present work consists of improving the subprocess of request of Order for the Distribuidora Representaciones Castillo SAC located in the city of Arequipa, Using a mobile application that will be manipulated by each vendor.

The use of this mobile application will improve times and reduce costs in subprocess. Bringing satisfaction for the company and customers.

In the present work an AS-IS and TO-BE analysis has been developed, in which it will allow to see the improvements implemented in the sub-process.

Keywords: AS-IS, TO-BE, Android, Call Center, Telemarketer, Vendor, Pharmaceutical Products, Consumer Products, Mobile, Subprocess, Coverage.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
LISTA DE TABLAS.....	x
CAPÍTULO I	1
GENERALIDADES DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Perfil de la empresa.....	2
1.3 Actividades de la empresa	3
1.3.1 Misión	3
1.3.2 Visión.....	4
1.3.3 Objetivos	4
1.4 Organización actual.....	4
1.5 Descripción del entorno.....	5
1.5.1 Entorno general.....	5
1.5.2 Análisis del entorno de la entidad.....	6
1.5.3 Entorno competitivo.....	10
CAPÍTULO II	14
REALIDAD PROBLEMÁTICA	15
2.1 Descripción de la realidad problemática.....	15
2.2 Análisis del problema	16
2.2.1 Árbol del problema	17
2.2.2 Diagrama de Ishikawa	17
2.3 Objetivos del proyecto	19
2.3.1 Objetivo general	19
2.3.2 Objetivo específico	19
CAPÍTULO III	20
DESARROLLO DEL PROYECTO.....	21
3.1 Descripción y desarrollo del proceso.....	21
3.1.1 Desarrollo del subproceso AS-IS	22
3.1.2 Desarrollo del subproceso propuesto TO-BE	26
3.1.3 Análisis del cambio del AS-IS al TO-BE	29

3.2 Conclusiones.....	30
3.3 Recomendaciones.....	31
CAPÍTULO IV.....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33
CAPÍTULO V.....	34
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	35
CAPÍTULO VI.....	36
ANEXOS.....	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de la Empresa	5
Figura 2 Análisis de Porter	12
Figura 3 Flujo del Proceso	13
Figura 4 Cuello de Botella	16
Figura 5 Árbol de Problemas.....	17
Figura 6 Diagrama de Ishikawa.....	19
Figura 7 Macroproceso de Ventas	22
Figura 8 Flujograma del subproceso AS-IS.....	23
Figura 9 Flujograma del subproceso TO-BE	27

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA.....	7
Tabla 2 Análisis Externo.....	7
Tabla 3 Estrategias del Análisis Foda	8
Tabla 4 Estrategias del Análisis FODA	8
Tabla 5 Análisis de puesto: Vendedor AS-IS	24
Tabla 6 Análisis de puesto: Teleoperador AS-IS.....	25
Tabla 7 Resumen de tiempos en subproceso AS-IS.....	25
Tabla 8 Costo del Subproceso AS-IS.....	26
Tabla 9 Análisis de puesto: Vendedor TO-BE.....	28
Tabla 10 Análisis de puesto: Teleoperador TO-BE	28
Tabla 11 Resumen de tiempos en subproceso TO-BE	28
Tabla 12 Análisis de Costo Subproceso TO-BE.....	29
Tabla 13 Sustento del subproceso TO-BE	30
Tabla 14 Análisis del cambio.....	30

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO

1.1 Antecedentes

Representaciones Castillo es una distribuidora en pleno crecimiento empresarial, fue creada en el año 1999 en la ciudad de Arequipa por el señor Angel Castillo y su esposa Luz Velasquez. Representaciones Castillo brinda los servicios de venta al por mayor de productos farmacéuticos de los principales laboratorios del Perú y del mundo, también brinda productos de consumo al por mayor.

En sus inicios la empresa funcionaba en un pequeño local, y solo se ofrecía un solo producto (Jeringas). Con el trascurso del tiempo y la buena gestión de sus gerentes se pudo establecer alianzas comerciales con nuevos proveedores.

Actualmente la empresa cuenta con su propio Local administrativo y un amplio almacén principal, también tiene almacenes propios en ciudades como Tacna, Camaná y Cusco, para poder estar más cerca de sus clientes.

En el año 2014 Representaciones castillo invierte en el ERP SAP Business One, Implantado y asesorado por un Partner de SAP.

Representaciones Castillo se compromete a:

- Brindar un servicio de calidad y garantía a sus clientes.
- Mejorar continuamente sus servicios con el fin de satisfacer a sus clientes.
- Capacitar a sus colaboradores en sus actividades.

1.2 Perfil de la empresa

Representaciones Castillo es una distribuidora de productos farmacéuticos y de consumo masivo ubicada en la ciudad de Arequipa, inició sus actividades hace 18 años con la visión de ser una empresa líder en su rubro. Sus principales clientes son farmacias, boticas, clínicas y policlínicos, bodegas, supermercados.

Actualmente se encuentra en un proceso de crecimiento, expandiendo su mercado a las principales ciudades del Sur del Perú como son Cusco, Ica, Ilo, Puerto Maldonado, Puno y Moquegua. Y cubriendo toda la región de Arequipa.

Representaciones castillo se encuentra constantemente innovando y mejorando todos sus procesos; actualmente cuenta con 65 colaboradores capacitados constantemente con la finalidad de brindar un mejor servicio a todos sus clientes.

1.3 Actividades de la empresa

Las principales actividades de Representaciones castillo son:

- Venta de productos Farmacéuticos, se refiere a productos de salud, que son puestos en boticas, farmacias, clínicas.
- Venta de productos de Consumo, se refiere a productos de consumo humano como fideos, galletas, golosinas, y son puesto en bodegas, supermercados.
- Venta de Material Médico, se refiere a productos como guantes, mascarillas y jeringas y son puesto en boticas, farmacias, clínicas.

1.3.1 Misión

Somos una Distribuidora de Productos Farmacéuticos, Material Médico y de Consumo Masivo que busca Superar las Expectativas de Nuestros Clientes y Liderar el Mercado, Ofreciendo Productos y Servicios de Excelente Calidad por Nuestros Profesionales Altamente Comprometidos y Capacitados, Eficientes y Eficaces en su Trabajo, con Excelencia Operativa en sus Procesos, generando así el Máximo Valor para Nuestros Clientes y Accionistas, siendo percibida como una Empresa que Contribuye al Desarrollo Profesional y Laboral del Personal que forma la Gran Familia REPCAS y de la Sociedad.

1.3.2 Visión

Ser la Distribuidora Líder a Nivel Nacional, en Calidad, Eficiencia, Ventas, Vocación de Servicio y Solvencia, logrando así el Reconocimiento en el Mercado Farmacéutico, de Material Médico y de Consumo Peruano.

1.3.3 Objetivos

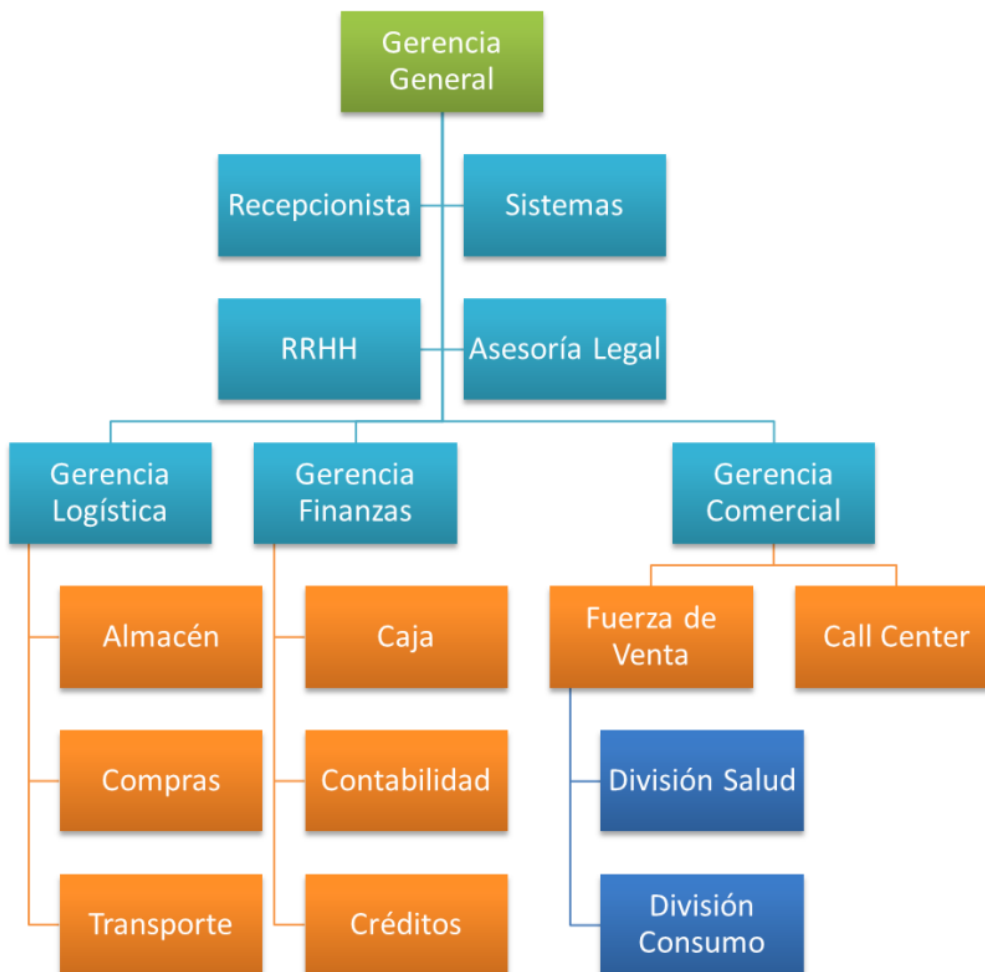
- Ser líderes en la comercialización de productos farmacéuticos y de consumo en el sur del Perú.
- Generar y mantener una cultura de servicio al cliente con altos estándares de calidad.
- Asumir una alta responsabilidad social, contribuyendo y participando en el desarrollo de la sociedad.
- Brindar productos de calidad a los clientes.

1.4 Organización actual

Actualmente, Representaciones Castillo cuenta con 62 trabajadores en planilla, de los cuales 20 son vendedores (Fuerza de venta). Su organización está compuesta por profesiones con la capacidad de solucionar problemas de su respectiva área.

Cuenta con un área de sistemas constituida por 2 personas. Que brinda el soporte tecnológico para que sus procesos funciones correctamente.

Figura 1
Organigrama de la Empresa



Fuente: MOF Representaciones Castillo 2016

1.5 Descripción del entorno

Se analizara principalmente el mercado local, las necesidades de los clientes en el sector farmacéutico y de consumo.

1.5.1 Entorno general

En el sector farmacéutico ha tenido un desarrollo vertiginoso en nuestro país y en la ciudad de Arequipa no fue la excepción. Las consolidaciones de las cadenas de farmacias y boticas están demostrando el buen momento de este mercado.

En el sector de consumo, las bodegas y tiendas están constantemente abasteciéndose para cubrir las necesidades del mercado, La población requiere tener una bodega cerca de su casa.

Para poder cumplir con todos los objetivos, Representaciones castillo cumple con el siguiente flujo de proceso.

1.5.2 Análisis del entorno de la entidad

Este análisis nos permitirá desarrollar el ambiente interno y el ambiente externo de la empresa y posteriormente plantear estrategias que permitan mejorar la situación de la empresa.

En el ámbito interno encontraremos las fortalezas y las debilidades y en el ámbito externo encontraremos las oportunidades y amenazas.

1.5.2.1 Análisis interno

El análisis interno nos permite encontrar las fortalezas y debilidades de la empresa para poder identificar los recursos de la empresa con el fin de desarrollar sus estrategias.

Tabla 1
Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Solvencia y poder Económico.	1. Poca inversión en tecnologías.
2. Convenios con Entidades Financieras.	2. Publicidad Limitada.
3. Locales y Vehículos Propios	3. Alta rotación de Personal.
4. Posicionamiento en el mercado(18 años en el rubro)	4. Falta de Promociones y ofertas a los clientes.
5. Respaldo de los principales laboratorios médicos.	
6. Trabajadores con experiencia en el rubro salud y consumo.	

Fuente: Elaboración Propia

1.5.2.2 Análisis externo

Este análisis nos permitirá descubrir las Oportunidades y amenazas que está expuesta la empresa y poder crear estrategias empresariales.

Tabla 2
Análisis Externo

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Mercado en crecimiento.	1. Mercado en crecimiento.
2. Alianzas con proveedores.	2. Alianzas con proveedores.
3. Nuevas tecnologías para mejorar la atención.	3. Nuevas tecnologías para mejorar la atención.
4. Nueva segmentación de clientes.	

Fuente: Elaboración Propia

1.5.2.3 Estrategias del análisis FODA

En este punto analizaremos las estrategias que se podrían implementar para sacar el máximo provecho a las oportunidades y minimizar las

amenazas que se presentan en el entorno de Representaciones Castillo, está dividido en dos tablas (ver tabla 3 y tabla 4)

Tabla 3
Estrategias del Análisis Foda

OPORTUNIDAD VS FORTALEZA	OPORTUNIDAD VS DEBILIDADES
1. Aumentar zonas de ventas en el Perú (F1, O1, F4).	1. Realizar una investigación de mercado para captar nuevos clientes(D2,D4, O1, O3)
2. Ofrecer Buenas Promociones (F1, O2).	2. Capacitaciones a los Trabajadores (D1, D3, O2, O3).
3. Fortalecer la relación con clientes(F6, O3, F3)	
4. Ampliar la Gama de productos (F1, F2, O1).	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4
Estrategias del Análisis FODA

AMENAZAS VS FORTALEZAS	AMENAZAS VS DEBILIDADES
1. Desarrollar programa de cobranza a clientes morosos (A1, F6, F2).	1. Promover el desarrollo de uso de tecnologías de la información(D1, A1, A3, A4)
2. Búsqueda de nuevos Proveedores (F6, F1, A3).	2. Reducir La rotación de personal (D3, A3, A4).
3. Promover la búsqueda de nuevos mercados(F1, A3, A4)	3. Desarrollo de estudio de mercado(D4, A5)
4. Formular un plan de Visitas a los clientes (F6, A1, A3, A4).	

Fuente: Elaboración Propia

1.5.2.4 Análisis PEST

Se desarrolla un análisis PEST, para poder identificar factores del entorno general que van afectar a la empresa Representaciones Castillo.

- **Factores económicos y políticos**

El país de Perú se considera como un país democrático, respetando los procesos según la ley. El país ha sabido mantener una economía estable, baja de inflación. Reducir la pobreza y la desigualdad social sigue siendo un objetivo. El sector de comercialización tiene el apoyo del estado para su crecimiento y estabilidad.

Estos últimos años el Perú es considerado como un país económicamente emergente. El sector comercial ha tenido mucha influencia en el crecimiento del PBI.

- **Factores socio-culturales**

El crecimiento e interés de las personas por iniciar un negocio propio (boticas, farmacias, tiendas, bodegas) va en aumento.

- **Factores tecnológicos**

Los equipos de cómputo y Smartphone cada vez son más económicos y la gente se acostumbra a ellos, esto es muy útil para poder automatizar algunos procesos de negocio. Existe gran variedad por los sistemas empresariales y el internet cada vez es más rápido y está llegando a todo el territorio peruano.

- **Factores ecológicos**

El Perú se caracteriza por promover las leyes y normas que cautelan la biodiversidad como:

Diversidad biológica peruana y conocimientos colectivos de los pueblos indígenas (Ley N° 28216)

Promover la conservación, protección, el incremento y el uso sostenible del patrimonio forestal y de la fauna silvestre (Ley N°29763).

- **Factores legales**

En el Perú se tiene que cumplir las leyes por el bienestar de los consumidores.

1.5.3 Entorno competitivo

En la actualidad; Representaciones Castillo como toda empresa tiene que estar pendiente de sus principales competidores para generar una fuente de retos y nuevas oportunidad.

Sus principales competidores son Dimexa, Alvis y Farmacéutica del Sur, Grupo Morán que actualmente abarcan las principales ciudades del sur del Perú. La capacitación a su personal y el buen servicio son sus principales pilares para poder seguir un paso delante de sus competidores.

A continuación, se describirán las cinco fuerzas competitivas del mercado Salud y Consumo en Representaciones Castillo, según el modelo de Porter.

1.5.3.1 *Análisis de Porter*

Este análisis nos permitirá encontrar una estructura y rivalidad con la competencia. Y se utiliza los siguientes conceptos para su análisis.

- **Nuevos competidores**

Altas barreras de ingreso para las nuevas Distribuidoras, barreras legales y barreras económicas, dificultan el ingreso de más competidores en el mercado.

Estabilidad de las distribuidoras más grandes dificultan el ingreso de nuevos competidores.

Entre los principales competidores nuevos podemos mencionar a Crisof, Génesis, entre otros.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Existen convenios con laboratorios y empresas de consumo que generan mejores precios y ofertas para los clientes.

Las compras mensuales que se realiza generan mayores negociaciones y oportunidades de créditos con los proveedores.

Tener exclusividad en lanzamiento de nuevos productos, ser los únicos distribuidores en determinado producto.

Entre los principales Proveedores tenemos laboratorios como Saval, Bayer, Roxfarma, Farvet, Teva, Altomato, Molitalia, Colgate entre otros.

- **Sustitutos**

Los productos que se ofrecen pueden ser sustituidos por productos genéricos de menor costo en el sector salud.

Algunos productos genéricos también son ofrecidos por Representaciones Castillo.

Los productos de consumo pueden ser reemplazados por otros productos que no distribuyen en Representaciones Castillo.

- **Poder de negociación de los clientes**

Son las principales fuentes de ingreso económico para Representaciones Castillo, están calificados de la siguiente manera.

Clientes Finales: farmacias, boticas, hospitales, clínicas, tiendas, bodegas, supermercados y empresas.

Clientes Mayoristas: son pequeñas distribuidoras nos compran, porque aún no tienen la capacidad de negociar con laboratorios.

Para poder dar mejor servicio a nuestros clientes, Representaciones castillo brinda créditos de 30 y 60 días según la calificación del cliente. Brinda facilidades de pago.

- **Rivalidad**

Existe alta rivalidad y guerra de precios en las principales Distribuidoras Farmacéuticas y de consumo, lo que puede generar bajos márgenes de utilidad.

El mayor aumento de su fuerza de venta en las empresas competidoras podría afectar los ingresos de la empresa.

Representaciones Castillo cubre tres mercados, productos farmacéuticos, productos de consumo masivo y material Médico. Existen Distribuidoras como Dimexa(Principal competidor) que cubre mercados de Veterinaria y Agronomía.

Figura 2
Análisis de Porter



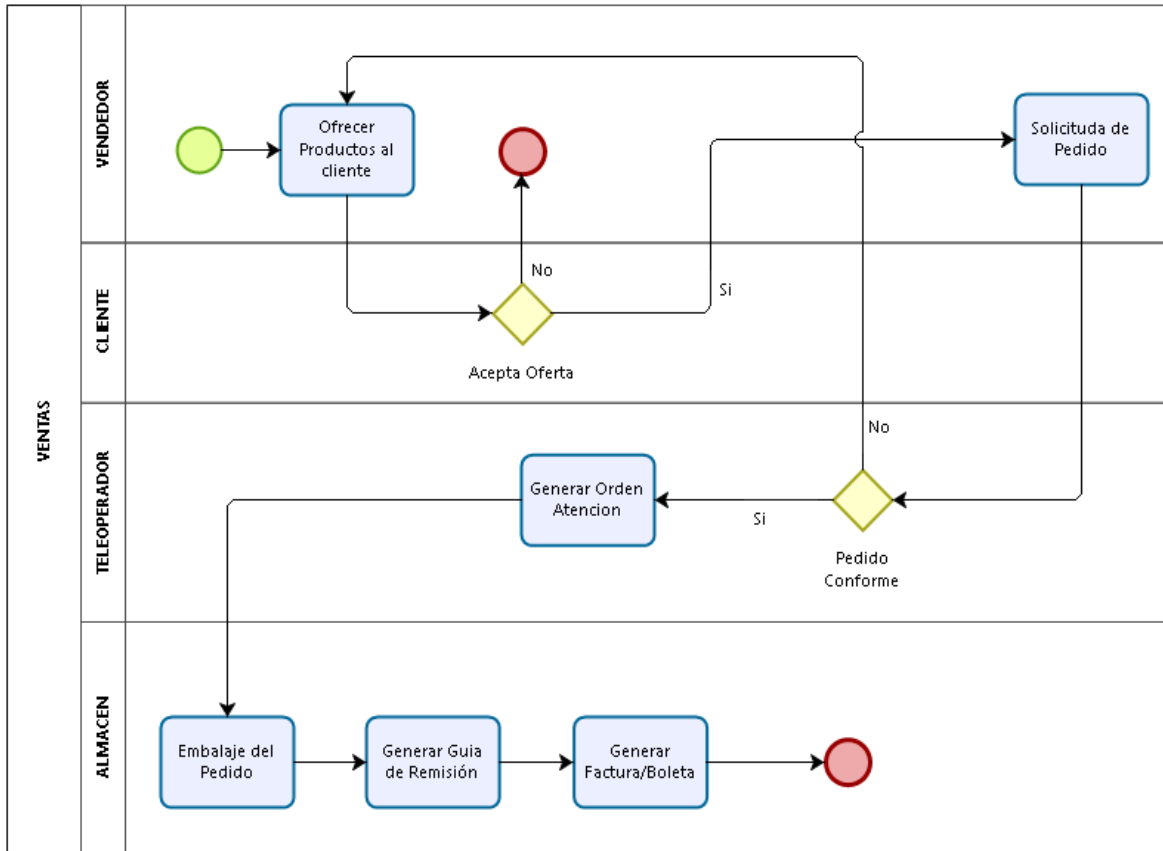
Fuente: Elaboración Propia

1.5.3.2 Flujo del proceso y actividades

En Representaciones Castillo para lograr sus objetivos de ventas, realizaba el siguiente Flujo de proceso.

Donde se puede notar el sub proceso solicitud de pedido que será mejorado. Con la finalidad de mejorar tiempos y costos.

Figura 3
Flujo del proceso



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO II

REALIDAD PROBLEMÁTICA

En éste capítulo se desarrollara la problemática. En la actualidad las empresas para incrementar sus ventas y lograr sus objetivos desarrollan una serie de estrategias, encontrándose con situaciones que no funcionan del todo bien y que se deben mejorar o apoyarse en alguna tecnología para su éxito total.

En la actualidad Representaciones Castillo SAC, tiene muchos planes para seguir creciendo como empresa, pero se ha identificado un problema en uno de sus subprocesos.

2.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad si quieres seguir liderando el mercado, tienes que ofrecer un buen servicio y productos de calidad, en Representaciones castillo saben esto muy bien. Y es por eso que cada día se trata de mejorar y optimizar los procesos y subprocesos.

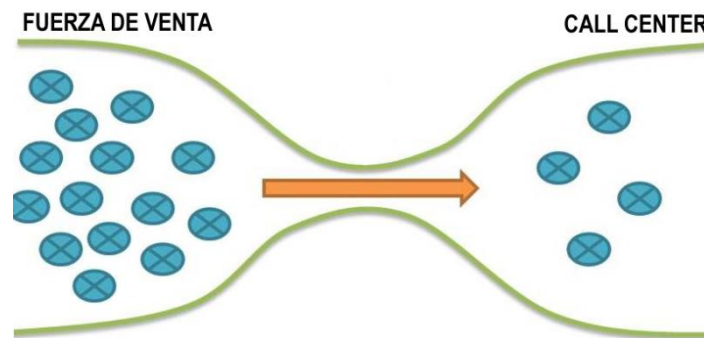
El problema de la empresa es la demora del subproceso de solicitud de pedido. El macro proceso de ventas está compuesto por 3 procesos, negociación con el cliente, preparación del pedido y entrega del pedido.

En el proceso de negociación el vendedor interactúa con el cliente, sin ninguna herramienta tecnológica, Si desea consultar algún producto tiene que llamar al call center de la empresa.

Después de una negociación entre el vendedor y el cliente y generar un venta, el vendedor tiene que llamar al call center de la empresa para que puedan digitalizar el pedido del cliente.

Este subproceso de solicitud de pedido es un cuello de botella, ya que en muchas ocasiones el call center está ocupado atendiendo a otro vendedor, generando retrasos en pedidos.

Figura 4
Cuello de Botella



Fuente: Elaboración Propia

El call center está conformado por 4 empleados, que reciben llamadas de los vendedores para digitalizar el pedido, resolver consultas de stock a los vendedores, llamar a clientes morosos.

En Representaciones Castillo se les indica a los vendedores que cuando no pueden comunicarse con algún Teleoperador, pueden enviar un correo indicando los productos para el pedido. Este será revisado en algún momento por el Teleoperador y será digitalizado.

2.2 Análisis del problema

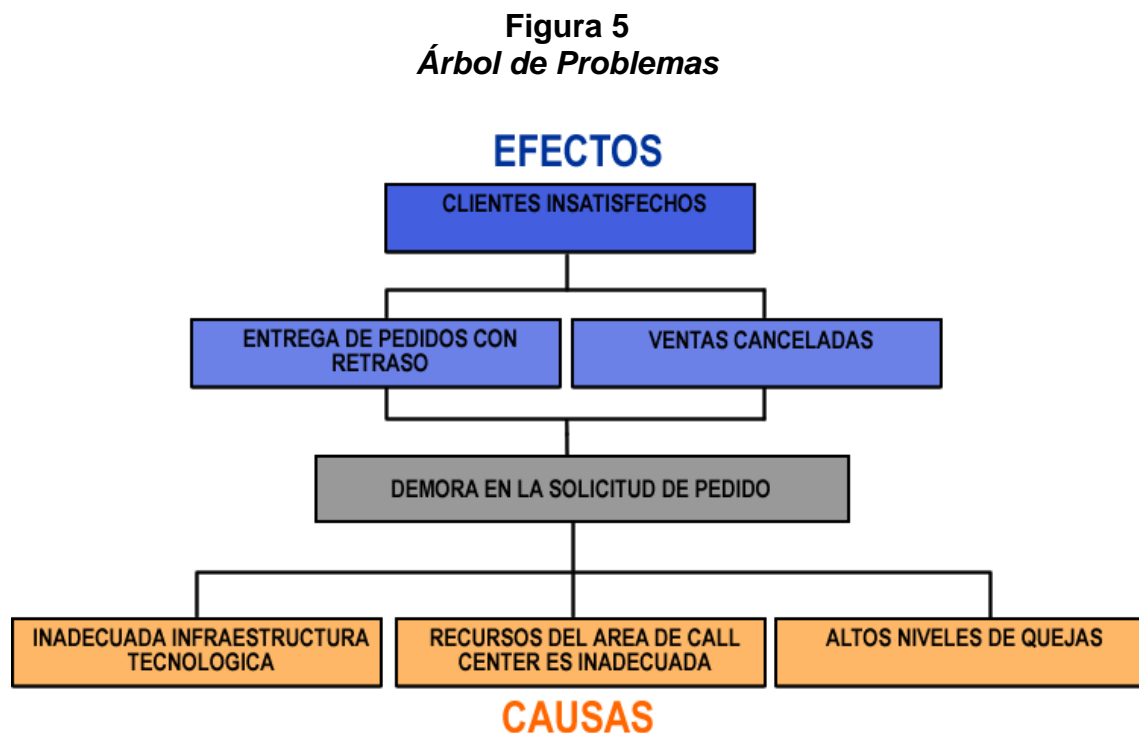
El problema principal es la demora en el subproceso de solicitud de un pedido. Básicamente porque el personal del Call Center no se abastece para cubrir la demanda de los 20 vendedores distribuidos de la siguiente manera Arequipa (6), Tacna (2), Puno (2), Cusco (3), Puerto Maldonado (3), Moquegua (2), Ica (2), también debemos considerar que no se cuenta con herramientas tecnológicas para mejorar ese subproceso.

Representaciones Castillo busca seguir creciendo, por lo que en los siguientes años aumentarán el número de vendedores y el manejo de este subproceso no es mejor para seguir creciendo.

2.2.1 Árbol del problema

En este esquema expresaremos las condiciones negativas detectadas, generando un modelo de relación causa efecto, donde el problema es la demora en la solicitud de pedido.

Las principales causas se encuentran en la parte inferior del problema principal "Demora en la solicitud de pedido", el conjunto de estas causas generar un efecto principal "Clientes insatisfechos".



Fuente: Elaboración Propia

2.2.2 Diagrama de Ishikawa

También conocido como el diagrama de pescado o diagrama causa efecto, se puede detectar las principales causas que generan la demora de solicitud de pedido. Es muy útil para clarificar las causas de un problema.

- **La tecnología inadecuada**

Esta causa es la principal razón por la que no podemos tener procesos rápidos y seguros, en la actualidad no se cuenta con el

apoyo de tecnología para este proceso, es un proceso olvidado. Que tiene que ser mejorado.

- **La comunicación inadecuada**

Genera retrasos en los pedidos de los clientes, este es un problema para el vendedor cuando visita clientes en lugares alejados donde la señal telefónica es pésima.

- **La información no se registra en el momento**

La información se requiere que sea al instante, cuando el vendedor no se puede comunicar el área de call center, el pedido es postergado hasta tener comunicación. En ocasiones eso puede tomar un día completo.

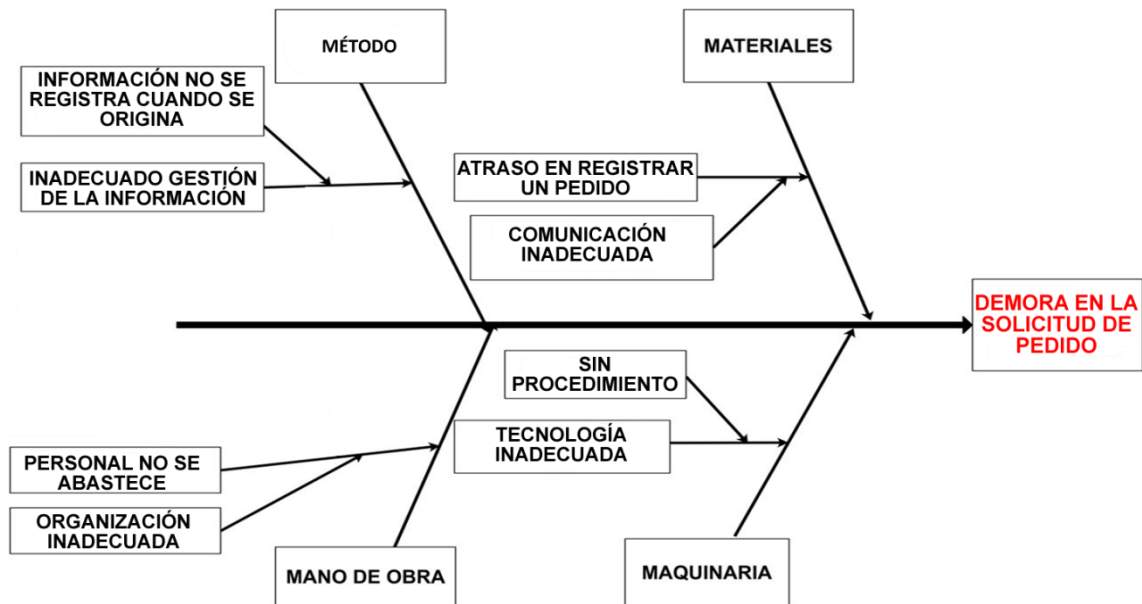
- **El personal no se abastece para atender a 20 vendedores**

El área de call center solo cuenta con 4 Tele operadores, en horas puntas no puede atender a todos los vendedores juntos, a pesar que la empresa cuenta con una central telefónica que distribuye las llamadas a una línea libre, no ayuda mucho.

- **La organización no es la adecuada**

En la actualidad la organización requiere un nuevo cambio para enfrentar nuevos retos.

Figura 6
Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración Propia

2.3 Objetivos del proyecto

2.3.1 Objetivo general

- Reducir la demora del subproceso de solicitud de pedidos, mediante el uso de un aplicativo móvil.

2.3.2 Objetivo específico

- Minimizar los costos asociados al subproceso de solicitud de pedido.
- Reducir número de pasos en el Subproceso de solicitud de pedido.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1 Descripción y desarrollo del proceso

Según el problema detectado “Demora en la solicitud de pedido”, se mejorara el subproceso de solicitud de pedido, para disminuir los tiempos.

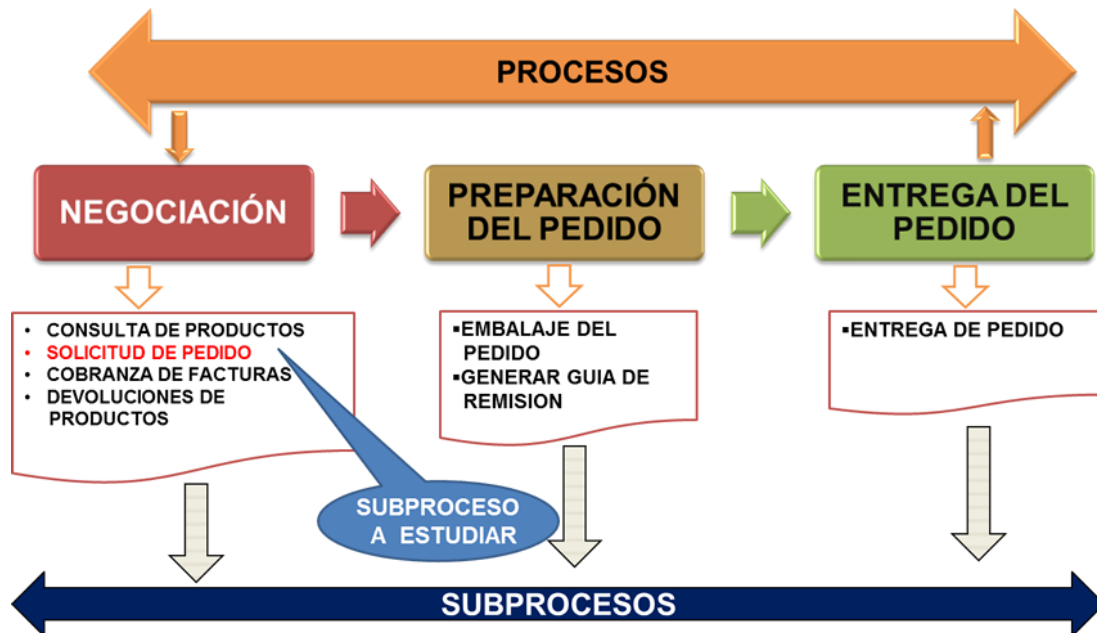
Se implementará de forma externa (Tercero) un aplicativo móvil, este aplicativo tiene que cumplir con ciertas característica que se puede ver en el anexo 1, este aplicativo será usado por el vendedor para generar una venta en forma online.

Para una mejor funcionalidad también se evaluaron los operadores de líneas móviles, bajo los criterios de cobertura y precio. El ganador fue la empresa Entel. Que nos garantiza señal 4G, equipos de gama alta y mejores precios.

La empresa Entel también participó en la convocatoria de una empresa tercera para que desarrolle el aplicativo móvil.

Para entender la mejora del subproceso tenemos que fijarnos en qué lugar se encuentra este subproceso dentro del proceso Negociación.

Figura 7
Macroproceso de ventas



Fuente: Elaboración Propia

3.1.1 Desarrollo del subproceso AS-IS

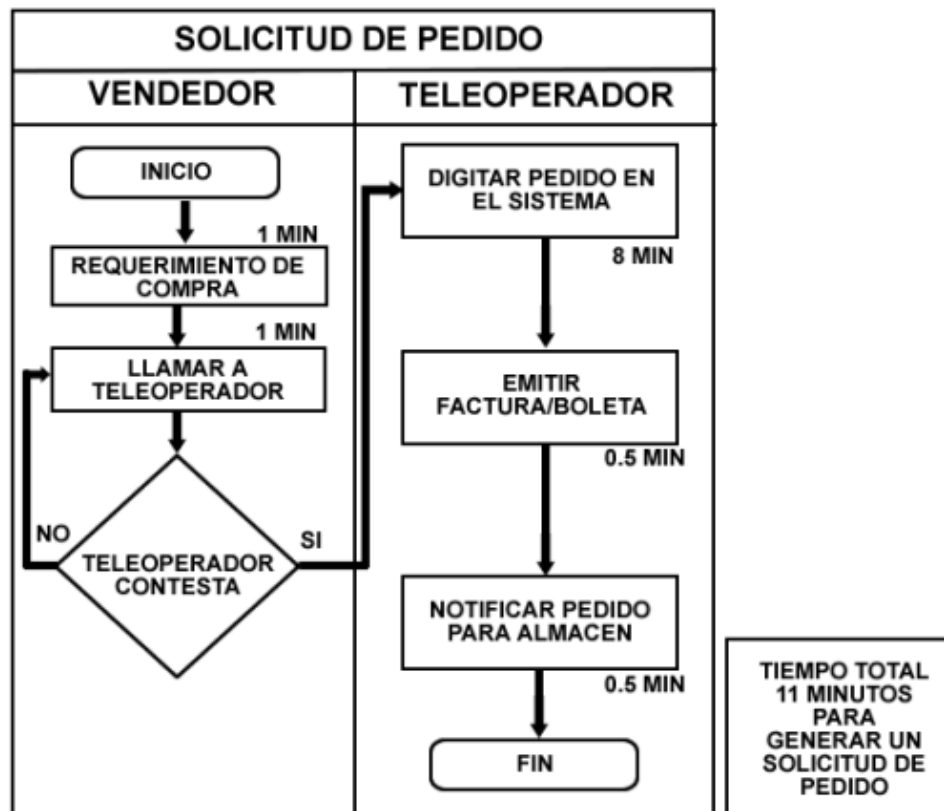
3.1.1.1 Flujograma del subproceso AS-IS

Este subproceso inicia cuando el vendedor ya coordinó con el cliente los productos que va adquirir. El vendedor tiene que llamar al call center de la empresa para poder pasar su pedido al sistema y este pueda seguir su camino.

En ocasiones el call center está ocupado y tiene que esperar a ser atendido, puede llegar a esperar hasta 15 minutos (según demanda).

Cuando el Teleoperador atiende al vendedor, este procede a digitar el pedido en el sistema y posteriormente emitir la factura/boleta.

Figura 8
Flujograma del subproceso AS-IS



Fuente: Elaboración Propia

3.1.1.2 Problema del subproceso AS-IS

- Tiempo excesivo en la generación de una solicitud del pedido
- Demasiado proceso manual.

3.1.1.3 Fortaleza del subproceso AS-IS

- Disponibilidad para trabajar en equipo
- El área de comercial desea tener una mejora continua en sus subprocesos.
- Compromiso de los empleados de la empresa

3.1.1.4 Debilidad del subproceso AS-IS

- Subproceso se realiza de forma manual.

- Dependencia de la señal telefónica que en algunas zonas no es buena.
- Personal de Call center no se abastece para los 20 vendedores.

3.1.1.5 Análisis de puestos de personal involucrado AS-IS

Se detalla a continuación los principales actores del subproceso solicitud de pedido.

Es importante indicar que el vendedor no tiene un horario Fijo, Los vendedores que se encuentran en la ciudad de Arequipa tienen que reportarse obligatoriamente en la empresa a las 8am y los que están ubicados fuera de la ciudad de Arequipa tiene que llamar a su supervisor para reportar su hoja de ruta.

El vendedor de Representaciones Castillo trabaja de lunes a sábado.

Tabla 5
Análisis de puesto: Vendedor AS-IS

VENDEDOR
<ul style="list-style-type: none"> • Visitar a clientes de su respectiva zona. • Buscar nuevos clientes. • Cobrar ventas realizadas. • Llamar al Teleoperador para generar pedidos. • Llamar al Teleoperador para actualizar datos de clientes. • Realizar informes de la zona asignada.

Fuente: Entrevista con personal (Elaboración Propia)

El Teleoperador es un personal que cumple un horario Fijo de lunes a viernes desde las 8am hasta las 5:30pm con una hora de almuerzo y los sábados se trabaja de 8am a 1pm. En ocasiones el Teleoperador se queda

más tiempo del establecido porque tiene que digitalizar todos los pedidos posibles.

Tabla 6
Análisis de puesto: Teleoperador AS-IS

TELEOPERADOR	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los vendedores para generar ventas. • Atender llamadas de clientes. • Llamar a clientes ofreciendo productos. • Llamar a clientes morosos. • Hacer informes de actividades cuando se solicite. 	

Fuente: Entrevista con personal (Elaboración Propia)

En el siguiente cuadro (Tabla 7) se puede observar los tiempos que involucra al personal, Se identifica que la actividad que más demora es el digitado del pedido al sistema.

Tabla 7
Resumen de tiempos en subproceso AS-IS

NRO	ACTIVIDAD DEL SUBPROCESO	VENDEDOR		CALL CENTER		TOTAL	
		MIN	%	MIN	%	MIN	%
1	REQUERIMIENTO DE COMPRA	1	9.09%			1	9.09%
2	LLAMAR A OPERADOR	1	9.09%			1	9.09%
3	DIGITAR PEDIDO EN EL SISTEMA			8	72.23%	8	72.23%
4	EMITIR FACTURA/BOLETA			0.5	4.55%	0.5	4.55%
5	NOTIFICAR PEDIDO PARA ALMACEN			0.5	4.55%	0.5	4.55%

Fuente: Elaboración Propia

3.1.1.6 Análisis de costos del subproceso AS-IS

Para este análisis se está considerando a los principales actores del proceso con su respectivo salario mensual. Se llega a la conclusión que para este subproceso se tiene un costo de 21800.00 soles.

Es importante indicar que cada vendedor trabaja de lunes a viernes, no tiene un horario fijo.

El Teleoperador tiene un horario fijo de lunes a viernes desde 8am hasta las 5:30 pm con una hora de almuerzo, y los sábados de 8am a 1pm.

Para el cálculo del Costo por operación está basado en número de ventas que realiza un vendedor aproximadamente de 10 ventas diarias.

10 ventas x 6 días x 4 semanas x 20 vendedores = Total ventas
 Costo por Operación = 21800 / Total Ventas

Tabla 8
Costo del Subproceso AS-IS

CARGO	REMUNERACIÓN	PERSONAL	TOTAL
		MENSUAL	
VENDEDOR	S/ 850.00	20	S/ 17000.00
TELEOPERADOR	S/ 1200.00	4	S/ 4800.00
VENTAS DIARIAS DE UN VENDEDOR(L-S)		10	
TOTAL COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO			S/ 21800.00
COSTO POR CADA OPERACIÓN			S/. 4.54

Fuente: Elaboración Propia

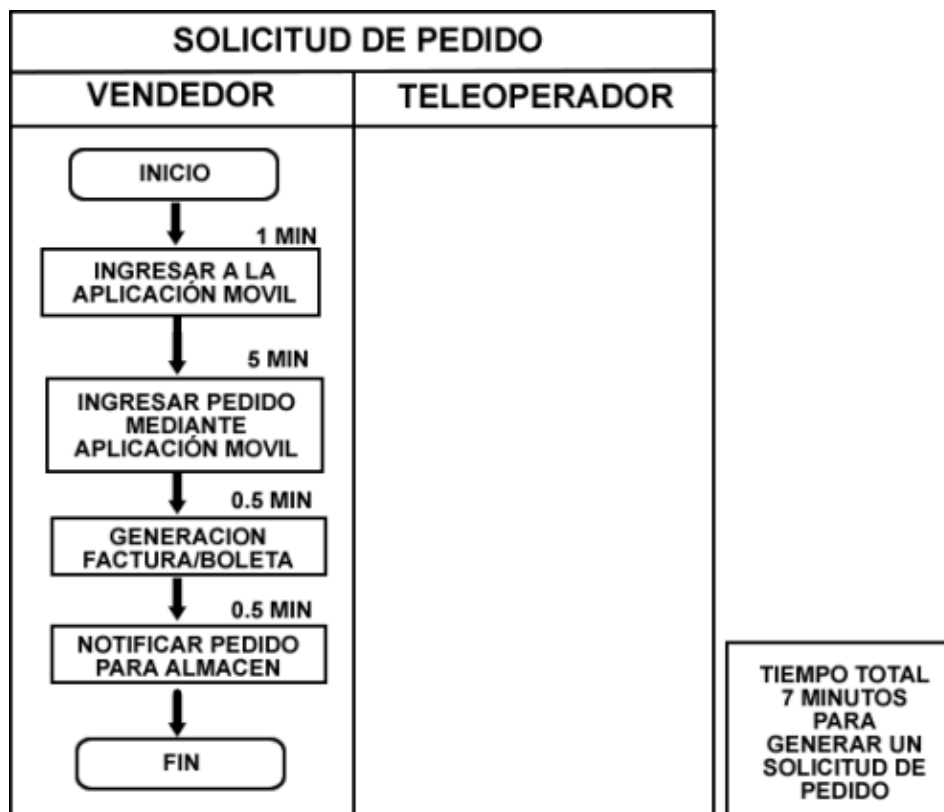
El Valor de ventas Diarias de un vendedor (10) es obtenido de la hoja de ruta generada por el jefe de ventas. Normalmente se programa que un vendedor debe visitar de 10 a 15 clientes diariamente. Para este cálculo se está utilizando el valor pesimista de 10.

3.1.2 Desarrollo del subproceso propuesto TO-BE

3.1.2.1 Flujograma del subproceso TO-BE

Este proceso ha sido mejorado con la utilización de un aplicativo móvil, el cual permite al vendedor generar un pedido paralelamente va negociando con el cliente sobre qué productos desea comprar.

Figura 9
Flujograma del subproceso TO-BE



Fuente: Elaboración Propia

3.1.2.2 **Fortaleza del subproceso TO-BE**

- Vendedor capacitado para utilizar el aplicativo móvil.
- Subproceso está integrado con el resto de subprocesos.
- Reasignación de tareas óptima del personal.

3.1.2.3 **Debilidad del subproceso TO-BE**

- No se encontraron debilidades.

3.1.2.4 **Análisis de puestos de personal involucrado TO-BE**

Se detalla a continuación los principales actores del subproceso solicitud de pedido, después del rediseño. Como se puede apreciar en la tabla 9 el vendedor tiene mayor tiempo para sus principales actividades, el Teleoperador realizaría actividades olvidadas y de carácter impórtate, como la llamar a clientes morosos.

Tabla 9
Análisis de puesto: Vendedor TO-BE

VENDEDOR

- Visitar a clientes de su respectiva zona.
- Buscar nuevos clientes.
- Cobrar ventas realizadas.
- Realizar informes de la zona asignada.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10
Análisis de puesto: Teleoperador TO-BE

TELEOPERADOR

- Atender llamadas de clientes.
- Llamar a clientes ofreciendo productos.
- Llamar a clientes morosos.

Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente cuadro (Tabla 11) se puede observar los tiempos que involucra al personal.

Tabla 11
Resumen de tiempos en subproceso TO-BE

NRO	ACTIVIDAD DEL SUBPROCESO	VENDEDOR		CALL CENTER		TOTAL	
		MIN	%	MIN	%	MIN	%
1	INGRESAR A LA APLICACIÓN MOVIL	1	14.29%			1	14.28%
2	INGRESAR PEDIDO MEDIANTE APLICACIÓN MOVIL	5	71.43%			5	71.43%
3	GENERACIÓN FACTURA/BOLETA	0.5	7.14%			0.5	7.14%
4	NOTIFICAR PEDIDO PARA ALMACEN	0.5	7.14%			0.5	7.14%

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2.5 *Análisis de costos del subproceso TO-BE*

Con la mejora implementada en este subproceso se puede notar que ya no es necesario contar con un área de call center, esta área puede ser reducida y su personal reubicado en nuevos puestos. El costo del subproceso con la mejora implementada es de 17000 soles. El Número de ventas al mes también debería tener un incrementó porque la fuerza de ventas puede visitar más clientes.

Para el cálculo del Costo por operación está basado en número de ventas que realiza un vendedor aproximadamente de 10 ventas diarias.

10 ventas x 6 días x 4 semanas x 20 vendedores = Total ventas

Costo por Operación = 17000 / Total Ventas

Tabla 12
Análisis de Costo Subproceso TO-BE

CARGO	REMUNERACIÓN	PERSONAL MENSUAL	TOTAL
VENDEDOR	S/ 850.00	20	S/ 17000.00
VENTAS DIARIAS DE UN VENDEDOR(L-S)		10 ventas	
	TOTAL COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO		S/ 17000.00
	COSTO POR CADA OPERACIÓN		S/. 3.54

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar el valor de ventas Diarias de un vendedor (10) es obtenido de la hoja de ruta generada por el jefe de ventas. Normalmente se programa que un vendedor debe visitar de 10 a 15 clientes diariamente. Para este cálculo se está utilizando el valor pesimista de 10 ventas.

3.1.3 *Análisis del cambio del AS-IS al TO-BE*

3.1.3.1 *Sustento del subproceso implementado*

Con la mejora implementada se ha podido mejorar los tiempos en un 36.36% en la generación de una solicitud de pedido. A continuación se detalla la reducción en el siguiente cuadro.

Tabla 13
Sustento del subproceso TO-BE

TIEMPO SUBPROCESO ACTUAL	TIEMPO SUBPROCESO PROPUESTO	REDUCCIÓN EN MINUTOS	REDUCCIÓN EN %
11 MIN	7 MIN	4 MIN	36.36%

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3.2 Análisis del cambio

Se puede identificar que se redujo el tiempo en el subproceso de solicitud de pedido en 4 minutos (de 11 minutos a 7 minutos), también se optimizó el personal de 2 a 1. Ahora los vendedores ya no dependerán de un Teleoperador (tabla 12).

Para Representaciones Castillo este ahora es muy valioso. Y el tiempo reducido también.

Tabla 14
Análisis del cambio

	AS-IS	TOBE
NRO DE PASOS	5	4
PERSONAL INVOLUCRADO	2	1
TIEMPO	11 MIN	7 MIN
COSTO	4.54	3.54

Fuente: Elaboración Propia

3.2 Conclusiones

- Con la implantación del aplicativo móvil se pudo reducir el tiempo de 11 minutos a 7 minutos que es igual a 36.36% menos tiempo.
- Se redujo el costo del subproceso por Operación de S/ 4.54 a S/ 3.54 = 22.03%
- Se redujo las actividades en el subproceso de 5 a 4 = 20%

3.3 Recomendaciones

- La gerencia de Representaciones Castillo debe estar comprometida y seguir apoyando la mejora del subproceso mejorado.
- La gerencia debe mantener el plan de capacitación del aplicativo para su nuevo personal.
- Se recomienda que el personal afectado por la reducción de personal en el área de call center sea removido al área fuerza de venta.
- Se recomienda revisar y analizar los demás subprocesos, para mejorarlos.

CAPÍTULO IV

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- GOLDRATT, Eliyahu M. La Meta: Un proceso de Mejora continua. Ediciones Castillo, 2004, 328 pp.
- Representaciones Castillo SAC: Planeamiento Estratégico Institucional 2016. Arequipa – Perú, 2016.

FUENTES DIGITALES

- (IEDEP), E. I. (2017). <https://www.camaralima.org.pe/principal>. Retrieved from <https://www.camaralima.org.pe/principal>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Retrieved from www.inei.gob.pe: <https://www.inei.gob.pe/>
- MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. (2017). Retrieved from <https://www.mef.gob.pe>: <https://www.mef.gob.pe/es/portal-de-transparencia-economica>

CAPÍTULO V

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **ANDROID:** Sistema operativo para teléfonos móviles. Es gratuito.
- **AS-IS:** Análisis de proceso de negocio “Tal como esta”
- **CALL CENTER:** Grupo de personas, asesores especialmente entrenados para recibir y realizar llamadas telefónicas.
- **Diagrama de Causa-Efecto:** Muestra la relación entre una característica de la calidad y sus factores causales.
- **DIAGRAMA DE FLUJO:** Es un diagrama que utiliza símbolos gráficos para representar el flujo y las fases de un proceso. Está especialmente indicado al inicio de un plan de mejora de procesos, al ayudar a comprender cómo éstos se desenvuelven. Es básico en la gestión de los procesos.
- **MISIÓN:** La definición específica de lo que la empresa es, de lo que la empresa hace (a qué se dedica) y a quién sirve con su funcionamiento. Representa la razón de ser de la empresa.
- **TELEOPERADOR:** Responsable de enviar y recibir llamadas telefónicas
- **TO-BE:** Análisis de proceso de negocio “Como debería ser”
- **VISIÓN:** Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

CAPÍTULO VI

ANEXOS

ANEXO 1

CARACTERÍSTICAS DEL TOMA PEDIDO MOVIL

Representaciones castillo en su mejora continua solicita el siguiente desarrollo móvil “Aplicación móvil para generar pedidos”. El cual deberá cumplir los siguientes requisitos.

Gestión de clientes

- Ver datos principales del cliente.
- Generar un pedido.
- Ver facturas pendientes de pago.

Gestión de Pedido.

- Seleccionar un cliente.
- Ingresar Productos al pedido.
- Calcular el precio de venta, incluir flete de transporte.

Otras características

- El aplicativo deberá almacenar los pedidos en un memoria interna si no hubiese señal de paquete de datos, para que cuando encuentre señal el pedido sea enviado a los servidores de la empresa.
- El aplicativo deberá funcionar en la plataforma Android 4.0 o superior.
- Deberá presentar un entorno Amigable.
- El aplicativo móvil deberá mantener una conexión con los servidores de la empresa.

Área de Sistemas

ANEXO 2

PLAN DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Para la óptima implantación del aplicativo móvil es necesario realizar unas capacitaciones a todo el personal involucrado en el subproceso. Para lo cual se desarrolló el siguiente plan de capacitaciones.

ITEM	ACTIVIDAD	HORAS	DIRIDO A	FINALIDAD
1	INDUCCIÓN AL MEJORA DEL SUBPROCESO	2	PERSONAL DE VENTAS	CREAR UN CLIMA DE CONFIANZA ENTRE EL PERSONAL QUE FACILITE LA MEJORA DEL SUBPROCESO
2	CAPACITACIÓN DEL APLICATIVO MOVIL	2	PERSONAL DE VENTAS	APRENDER A MANEJAR EL APLICATIVO MOVIL Y SUS BENEFICIOS.
3	PRUEBAS CON PERSONAL	2	PERSONAL DE VENTAS	MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL CON EL APLICATIVO MOVIL
4	EXAMEN DE CONOCIMIENTOS	1	PERSONAL DE VENTAS	CALIFICAR EL USO DE LA APLICACIÓN

Gerencia General

ANEXO 3

CRONOGRAMA MEJORA DE SUBPROCESO SOLICITUD DE PEDIDO

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Duración
☐ • MEJORÁ SUBPROCESO - SOLICITUD DE PEDIDO	26/07/17	05/09/17	30
☐ • ANÁLISIS DEL REDISEÑO	26/07/17	27/07/17	2
• REUNIÓN AREA COMERCIAL	26/07/17	26/07/17	1
• REUNIÓN GERENCIA GENERAL	27/07/17	27/07/17	1
• ANÁLISIS TÉCNICO DEL APLICATIVO	28/07/17	28/07/17	1
• CONVOCATORIA EMPRESA SOFTWARE	31/07/17	04/08/17	5
☐ • IMPLANTACIÓN DE APLICATIVO	07/08/17	28/08/17	16
• DESARROLLO DEL APLICATIVO	07/08/17	25/08/17	15
• INTEGRAR CON ERP	28/08/17	28/08/17	1
• PRUEBAS DE COVERTURA	29/08/17	29/08/17	1
• PRUEBA DE APP	30/08/17	01/09/17	3
☐ • CAPACITACIÓN DE PERSONAL	04/09/17	05/09/17	2
• CAPACITACIÓN VENDEDORES	04/09/17	04/09/17	1
• CAPACITACIÓN PERSONAL DE TI	05/09/17	05/09/17	1

ANEXO 4
DIAPPOSITIVAS DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“MEJORA DEL SUBPROCESO DE SOLICITUD DE PEDIDO DE LA
DISTRIBUIDORA REPRESENTACIONES CASTILLO - AREQUIPA”

PRESENTADO POR EL BACHILLER:
TEXI LLERENA, CHRISTIAN ALBERT

**PARA OPTAR POR EL TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE SISTEMAS
E INFORMATICA**

AREQUIPA - 2017

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

- **LA EMPRESA INICIA SUS OPERACIONES EL AÑO 1999, EN LA CIUDAD DE AREQUIPA. FUE FUNDADA POR EL SEÑOR ANGEL CASTILLO. ACTUALMENTE ES UNA DE LAS DISTRIBUIDORAS MÁS ESTABLES DE LA CIUDAD.**



EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

ACTIVIDADES:

- VENTA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS
- VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO
- VENTA DE MATERIAL MÉDICO



EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

MISIÓN:

- **SOMOS UNA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, MATERIAL MÉDICO Y DE CONSUMO MASIVO QUE BUSCA SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES Y LIDERAR EL MERCADO, OFRECIENDO PRODUCTOS Y SERVICIOS DE EXCELENTE CALIDAD POR NUESTROS PROFESIONALES ALTAMENTE COMPROMETIDOS Y CAPACITADOS, EFICIENTES Y EFICACES EN SU TRABAJO, CON EXCELENCIA OPERATIVA EN SUS PROCESOS, GENERANDO ASÍ EL MÁXIMO VALOR PARA NUESTROS CLIENTES Y ACCIONISTAS, SIENDO PERCIBIDA COMO UNA EMPRESA QUE CONTRIBUYE AL DESARROLLO PROFESIONAL Y LABORAL DEL PERSONAL QUE FORMA LA GRAN FAMILIA REPCAS Y DE LA SOCIEDAD**

EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

VISIÓN:

- **SER LA DISTRIBUIDORA LÍDER A NIVEL NACIONAL, EN CALIDAD, EFICIENCIA, VENTAS, VOCACIÓN DE SERVICIO Y SOLVENCIA, LOGRANDO ASÍ EL RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO FARMACÉUTICO, DE MATERIAL MÉDICO Y DE CONSUMO PERUANO.**



EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

OBJETIVOS:

- ❑ **SER LÍDERES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y DE CONSUMO EN EL SUR DEL PERÚ.**
- ❑ **GENERAR Y MANTENER UNA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE CON ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD.**
- ❑ **ASUMIR UNA ALTA RESPONSABILIDAD SOCIAL, CONTRIBUYENDO Y PARTICIPANDO EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD.**
- ❑ **BRINDAR PRODUCTOS DE CALIDAD A LOS CLIENTES.**

EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

ANALISIS DE PORTER



EMPRESA REPRESENTACIONES CASTILLO SAC

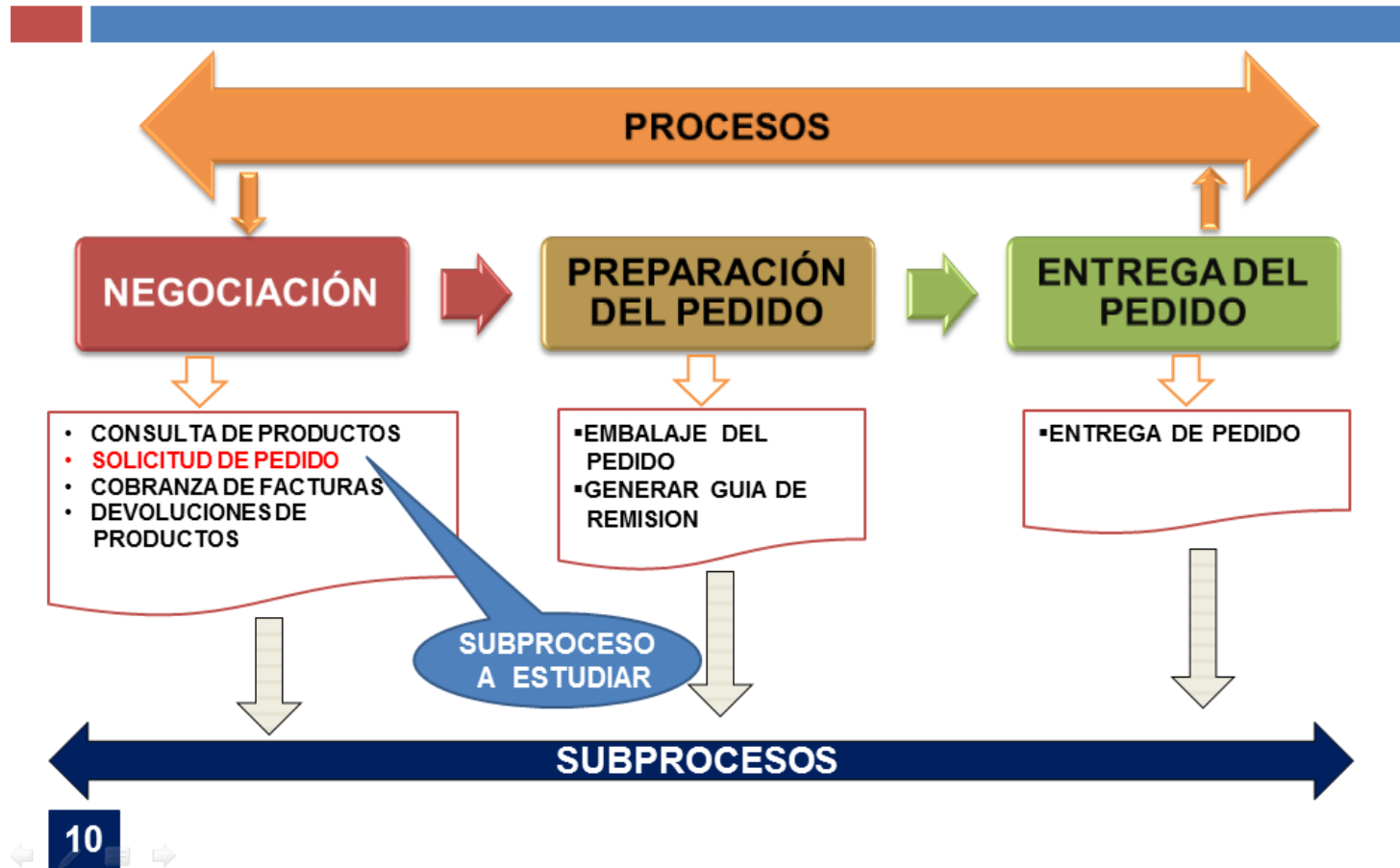
ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1.	Solvencia y poder Económico.	1.	Poca inversión en tecnologías.
2.	Convenios con Entidades Financieras.	2.	Publicidad Limitada.
3.	Locales y Vehículos Propios	3.	Alta rotación de Personal.
4.	Posicionamiento en el mercado(18 años en el rubro)	4.	Falta de Promociones y ofertas a los clientes.
5.	Respaldo de los principales laboratorios médicos.		
6.	Trabajadores con experiencia en el rubro salud y consumo.		
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1.	Mercado en crecimiento.	1.	Mercado en crecimiento.
2.	Alianzas con proveedores.	2.	Alianzas con proveedores.
3.	Nuevas tecnologías para mejorar la atención.	3.	Nuevas tecnologías para mejorar la atención.
4.	Nueva segmentación de clientes.		

MACROPROCESO VENTAS



MACROPROCESO: VENTAS



SUBPROCESO A ESTUDIAR



MACROPROCESO:
VENTAS.



PROCESO:
NEGOCIACIÓN



SUBPROCESO:
SOLICITUD DEL PEDIDO

ÁREA: COMERCIAL

SUBPROCESO A ESTUDIAR

**NOMBRE DEL SUBPROCESO ACTUAL:
“SOLICITUD DE PEDIDO”**



INFORMACIÓN GENERAL PARA HACER EL REDISEÑO



AS - IS



DESARROLLO FUNCIONAL

DIAGRAMA FUNCIONAL DEL SUBPROCESO AS-SI

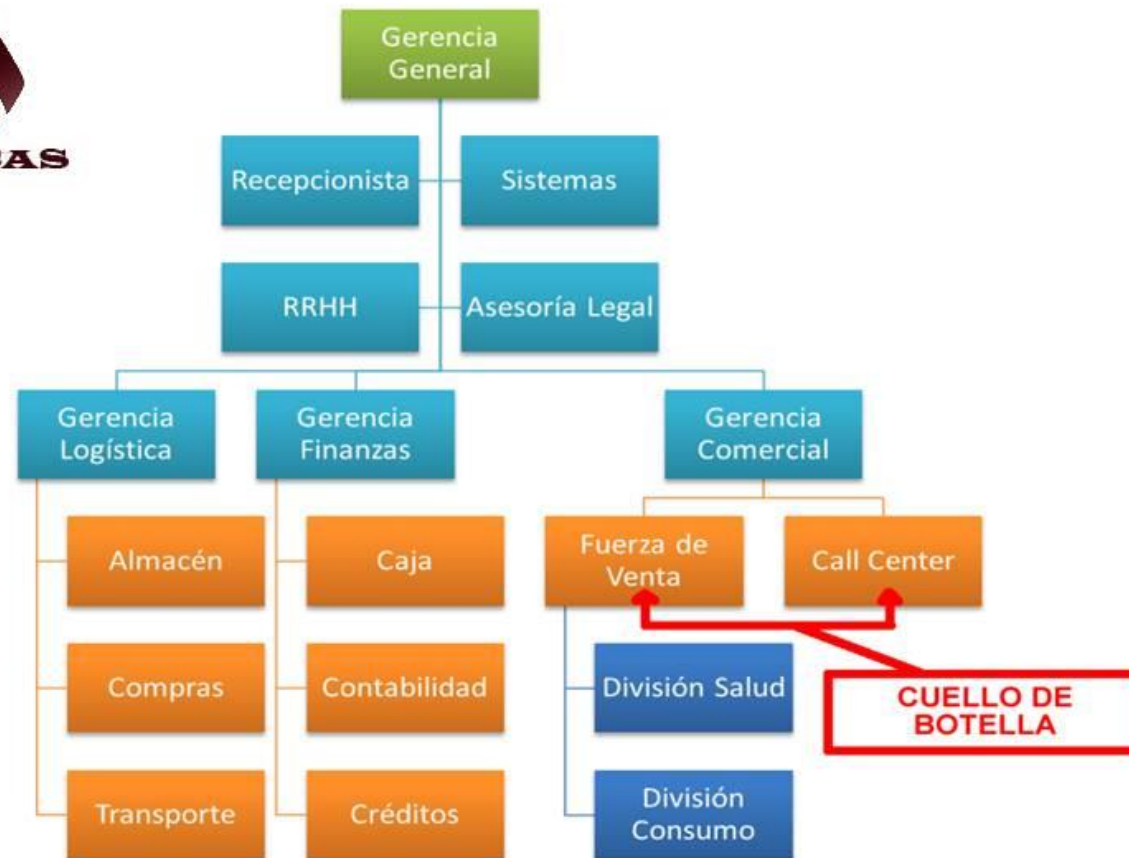
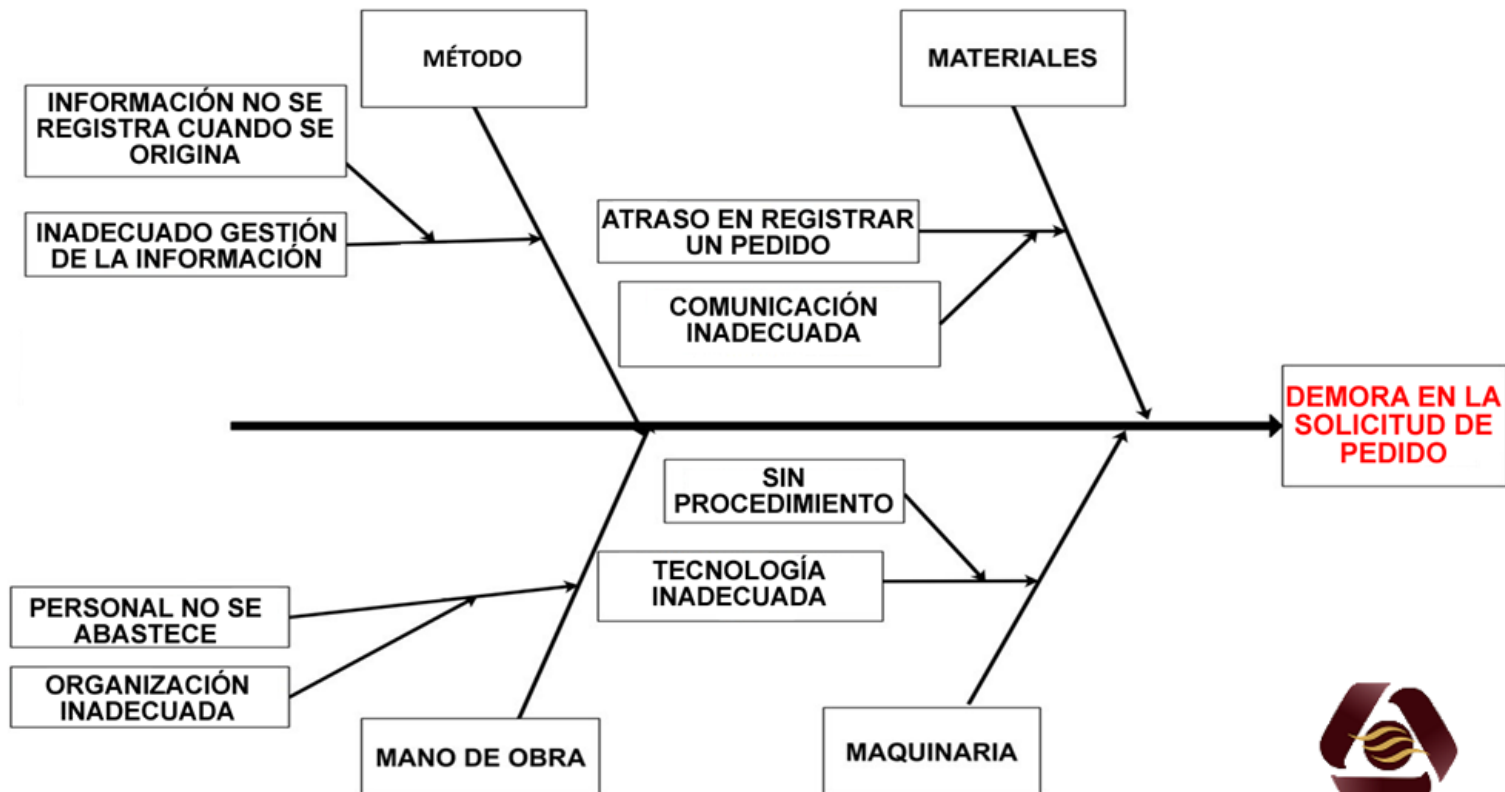
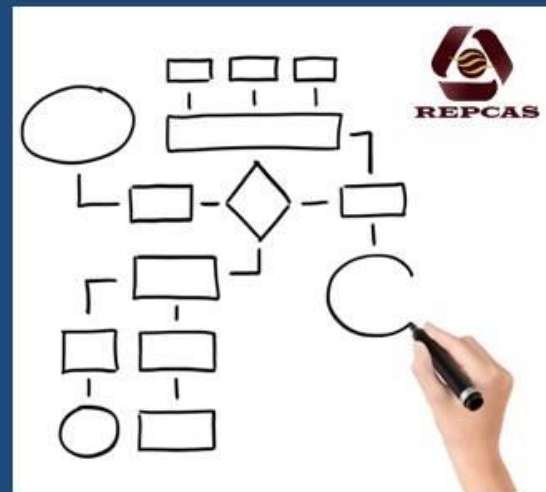


DIAGRAMA DE CAUSA EFECTO

AS - IS

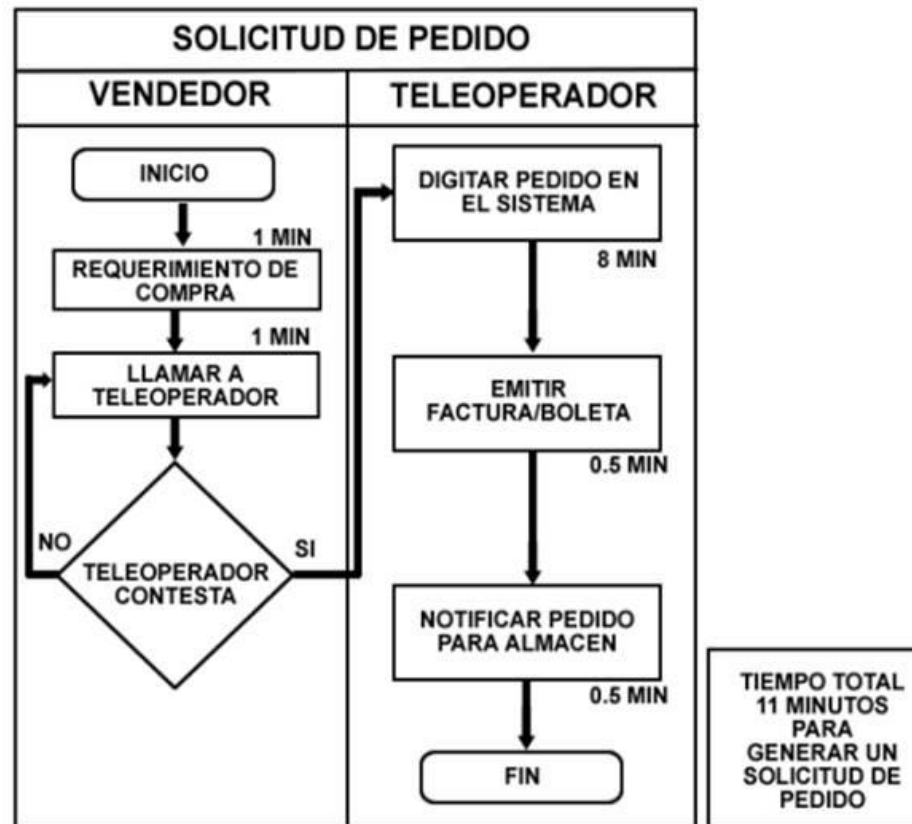


AS - IS

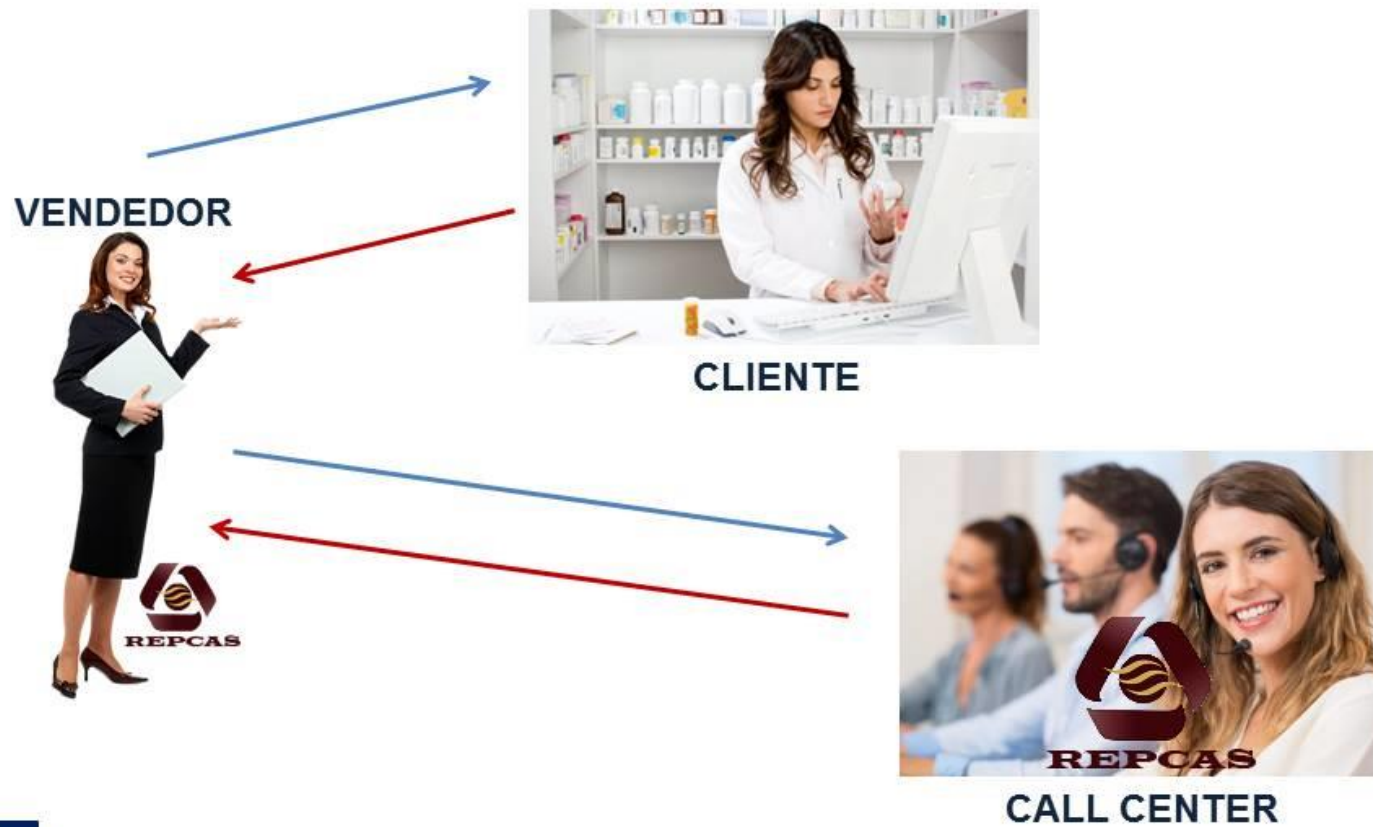


DESARROLLO DE FLUJOGRAMAS

FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO AS - IS



EXPLICACIÓN DEL SUBPROCESO AS - IS



AS - IS



PROBLEMAS

DEBILIDADES

FORTALEZAS

AS - IS

PROBLEMAS DEL SUBPROCESO:

- ❑ **TIEMPO EXCESIVO EN LA GENERACIÓN DE UNA SOLICITUD DEL PEDIDO**
- ❑ **DEMASIADO PROCESO MANUAL.**

AS - IS

FORTALEZAS DEL SUBPROCESO:

- ❑ **DISPONIBILIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO**
- ❑ **EL ÁREA DE COMERCIAL DESEA TENER UNA MEJORA CONTINUA EN SUS SUBPROCESOS.**
- ❑ **COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA**

AS - IS

DEBILIDADES DEL SUBPROCESO:

- **SUBPROCESO SE REALIZA DE FORMA MANUAL.**
- **DEPENDENCIA DE LA SEÑAL TELEFÓNICA QUE EN ALGUNAS ZONAS NO ES BUENA.**

COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO

AS - IS

CARGO	REMUNERACIÓN	PERSONAL MENSUAL	TOTAL
VENDEDOR	S/ 850.00	20	S/ 17000.00
TELEOPERADOR	S/ 1200.00	4	S/ 4800.00
VENTAS DIARIAS DE UN VENDEDOR(L-S)		10	
TOTAL COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO			S/ 21800.00
COSTO POR CADA OPERACIÓN			S/. 4.54

AS - IS



ANÁLISIS DE PUESTOS, PERSONAL INVOLUCRADO EN EL SUBPROCESO

ANÁLISIS DE PUESTOS

AS - IS

VENDEDOR

- Visitar a clientes de su respectiva zona.
- Buscar nuevos clientes.
- Cobrar ventas realizadas.
- Llamar al Teleoperador para generar pedidos.
- Llamar al Teleoperador para actualizar datos de clientes.
- Realizar informes de la zona asignada.



ANÁLISIS DE PUESTOS

AS - IS



TELEOPERADOR

- Atender a los vendedores para generar ventas.
- Atender llamadas de clientes.
- Llamar a clientes ofreciendo productos.
- Llamar a clientes morosos.
- Hacer informes de actividades cuando se solicite.

ANÁLISIS DE PUESTOS

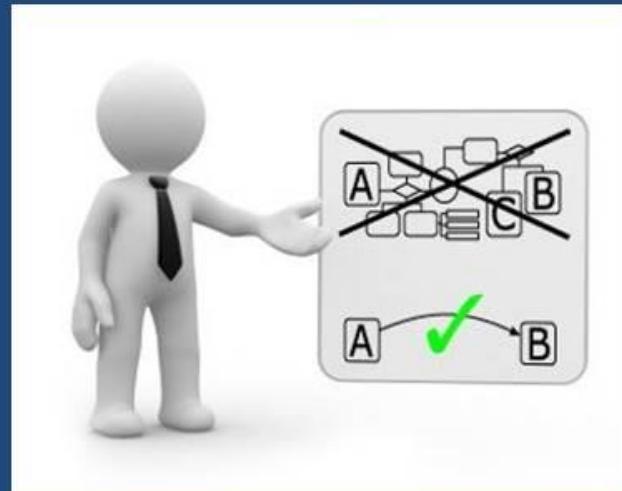
AS - IS

RESUMEN DE TIEMPOS EN LA SOLICITUD DE PEDIDO

NRO	ACTIVIDAD DEL SUBPROCESO	VENDEDOR		CALL CENTER		TOTAL	
		MIN	%	MIN	%	MIN	%
1	REQUERIMIENTO DE COMPRA	1	9.09%			1	9.09%
2	LLAMAR A OPERADOR	1	9.09%			1	9.09%
3	DIGITAR PEDIDO EN EL SISTEMA			8	72.23%	8	72.23%
4	EMITIR FACTURA/BOLETA			0.5	4.55%	0.5	4.55%
5	NOTIFICAR PEDIDO PARA ALMACEN			0.5	4.55%	0.5	4.55%

11 MINUTOS (100%)

TO - BE

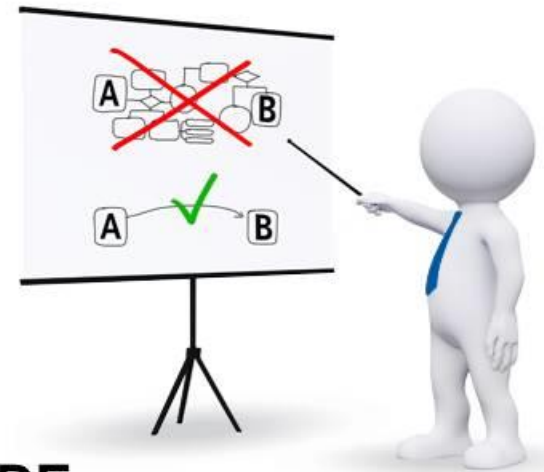


SUBPROCESO MEJORADO

SUBPROCESO PROPUESTO

TO - BE

- **NOMBRE:**
SOLICITUD DE PEDIDO.
- **OBJETIVO:**
REDUCIR LA DEMORA DEL
SUBPROCESO DE SOLICITUD DE
PEDIDOS

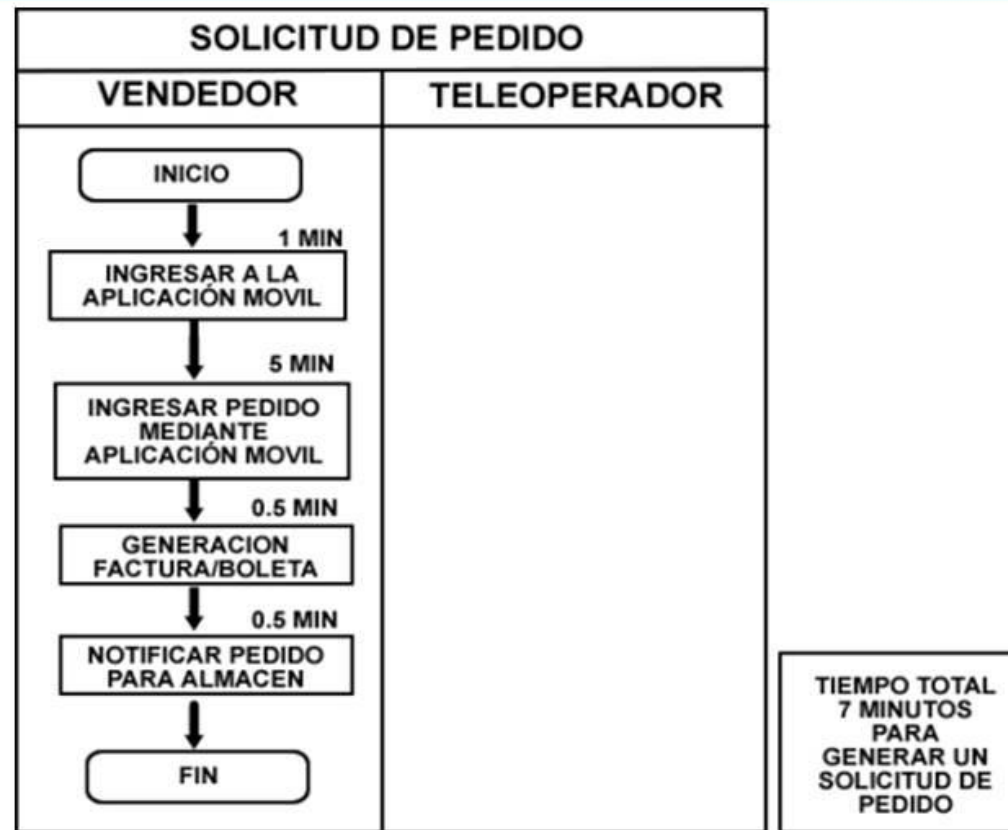


TO - BE



**DESARROLLO DEL FLUJO Y
EXPLICACIÓN DEL SUBPROCESO**

FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO TO - BE



EXPLICACIÓN DEL SUBPROCESO TO - BE

VENDEDOR



CLIENTE

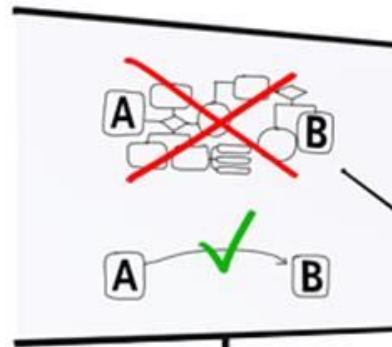
SUSTENTO DEL SUBPROCESO

TO - BE

SUBPROCESO PROPUESTO.

□ SOLICITUD DE PEDIDO

TIEMPO SUBPROCESO ACTUAL	TIEMPO SUBPROCESO PROPUESTO	REDUCCIÓN EN MINUTOS	REDUCCIÓN EN PORCENTAJE %
11 MINUTOS	7 MINUTOS	4 MINUTOS	36.36%





TO - BE



FORTALEZAS

DEBILIDADES

TO - BE

SUBPROCESO PROPUESTO.

- **SOLICITUD DE PEDIDO.**

FORTALEZAS:

- **VENDEDOR CAPACITADO PARA UTILIZAR EL APLICATIVO MÓVIL.**
- **SUBPROCESO ESTÁ INTEGRADO CON EL RESTO DE SUBPROCESOS.**
- **REASIGNACIÓN DE TAREAS ÓPTIMA DEL PERSONAL.**

TO - BE

SUBPROCESO PROPUESTO.

- **SOLICITUD DE PEDIDO.**

DEBILIDADES:

- **NO SE HA ENCONTRADO DEBILIDADES.**



COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO PROPUESTO

TO - BE

□ SOLICITUD DE PEDIDO

CARGO	REMUNERACIÓN	PERSONAL MENSUAL	TOTAL
VENDEDOR	S/ 850.00	20	S/ 17000.00
VENTAS DIARIAS DE UN VENDEDOR(L-S)		10	
TOTAL COSTO MENSUAL DEL SUBPROCESO			S/ 17000.00
COSTO POR CADA OPERACIÓN			S/. 3.54

TO - BE



ANÁLISIS DE PUESTOS DEL PERSONAL INVOLUCRADO EN EL SUBPROCESO

ANÁLISIS DE PUESTOS

TO - BE

VENDEDOR

- **Visitar a clientes de su respectiva zona.**
- **Buscar nuevos clientes.**
- **Cobrar ventas realizadas.**
- **Realizar informes de la zona asignada.**

ANÁLISIS DE PUESTOS

TO - BE

TELEOPERADOR

- Atender llamadas de clientes.
- Llamar a clientes ofreciendo productos.
- Llamar a clientes morosos.

ANÁLISIS DE PUESTOS

TO - BE

RESUMEN DE TIEMPOS EN LA SOLICITUD DE PEDIDO

NRO	ACTIVIDAD DEL SUBPROCESO	VENDEDOR		CALL CENTER		TOTAL	
		MIN	%	MIN	%	MIN	%
1	INGRESAR A LA APLICACIÓN MOVIL	1	14.29%			1	14.28%
2	INGRESAR PEDIDO MEDIANTE APLICACIÓN MOVIL	5	71.43%			5	71.43%
3	GENERACIÓN FACTURA/BOLETA	0.5	7.14%			0.5	7.14%
4	NOTIFICAR PEDIDO PARA ALMACEN	0.5	7.14%			0.5	7.14%

7 MINUTOS(100%)

MANEJO DEL CAMBIO



AS – IS AL TO - BE



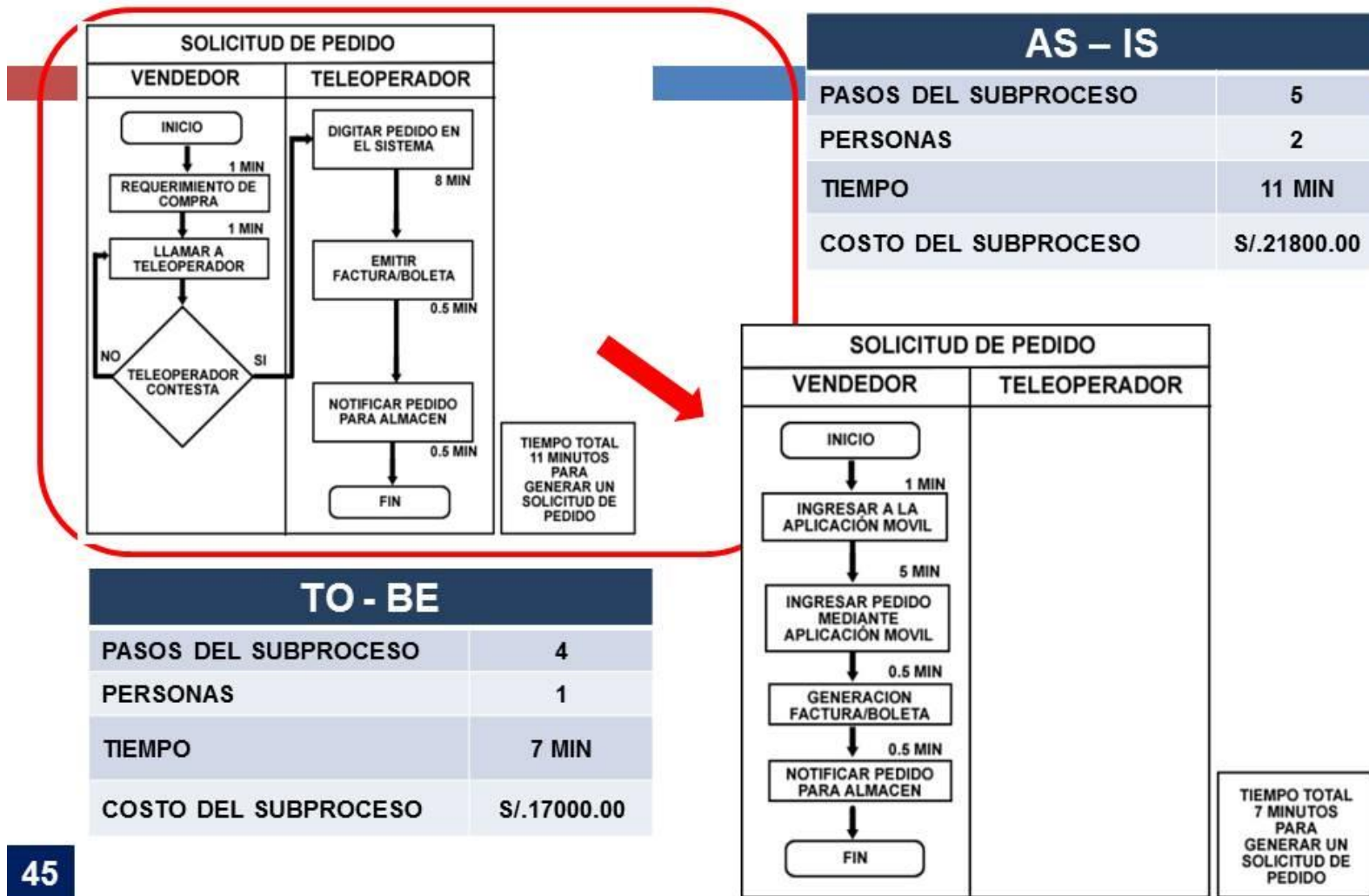
ANÁLISIS DEL CAMBIO DEL **AS - IS** AL **TO - BE**:

TO - BE

TIEMPO SUBPROCESO ACTUAL	TIEMPO SUBPROCESO PROPUESTO	REDUCCIÓN EN MINUTOS	REDUCCIÓN EN %
11 MIN	7 MIN	4 MIN	36.36%



ANÁLISIS DEL CAMBIO DEL SUBPROCESO





CONCLUSIONES



CONCLUSIONES



□ OBJETIVO GENERAL

- **REDUCIR LA DEMORA DEL SUBPROCESO DE SOLICITUD DE PEDIDOS, MEDIANTE EL USO DE UN APLICATIVO MÓVIL.**

CON LA IMPLANTACIÓN DEL APLICATIVO MÓVIL SE PUDO REDUCIR EL TIEMPO DE 11 MINUTOS A 7 MINUTOS QUE ES IGUAL A 36.36% MENOS TIEMPO.

□ OBJETIVO ESPECIFICO

- **MINIMIZAR LOS COSTOS ASOCIADOS AL SUBPROCESO DE SOLICITUD DE PEDIDO**

SE REDUJO EL COSTO DEL SUBPROCESO POR OPERACIÓN DE S/ 4.54 A S/ 3.54 = 22.03%

- **REDUCIR NÚMERO DE PASOS EN EL SUBPROCESO DE SOLICITUD DE PEDIDO.**

SE REDUJO LAS ACTIVIDADES EN EL SUBPROCESO DE 5 A 4 = 20%

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

- LA GERENCIA DE REPRESENTACIONES CASTILLO DEBE ESTAR COMPROMETIDA Y SEGUIR APOYANDO LA MEJORA DEL SUBPROCESO MEJORADO.
- LA GERENCIA DEBE MANTENER EL PLAN DE CAPACITACIÓN DEL APLICATIVO PARA SU NUEVO PERSONAL.
- SE RECOMIENDA QUE EL PERSONAL AFECTADO POR LA REDUCCIÓN DE PERSONAL EN EL ÁREA DE CALL CENTER SEA REMOVIDO AL ÁREA FUERZA DE VENTA.
- SE RECOMIENDA REVISAR Y ANALIZAR LOS DEMÁS SUBPROCESOS, PARA MEJORARLOS.



FIN



ANEXO – Características de la aplicación Móvil

Gestión de clientes

- Ver datos principales del cliente.
- Generar un pedido.
- Ver facturas pendientes de pago.

Gestión de Pedido.

- Seleccionar un cliente.
- Ingresar Productos al pedido.
- Calcular el precio de venta, incluir flete de transporte.

Otras características

- El aplicativo deberá almacenar los pedidos en un memoria interna si no hubiese señal de paquete de datos, para que cuando encuentre señal el pedido sea enviado a los servidores de la empresa.
- El aplicativo deberá funcionar en la plataforma Android 4.0 o superior.
- Deberá presentar un entorno Amigable.

ANEXO – PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL

ITEM	ACTIVIDAD	HORAS	DIRIDO A	FINALIDAD
1	INDUCCIÓN AL REDISEÑO DEL SUBPROCESO	2	PERSONAL DE VENTAS	CREAR UN CLIMA DE CONFIANZA ENTRE EL PERSONAL QUE FACILITE LA MEJORA DEL SUBPROCESO
2	CAPACITACIÓN DEL APLICATIVO MOVIL	2	PERSONAL DE VENTAS	APRENDER A MANEJAR EL APLICATIVO MOVIL Y SUS BENEFICIOS.
3	PRUEBAS CON PERSONAL	2	PERSONAL DE VENTAS	MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL CON EL APLICATIVO MOVIL

GRACIAS

