

Plan de intervención en el área de logística de Ultimate Technology.

Juan Pablo Parra Criollo

Fundación Universitaria del Área Andina

Facultad de ciencias económicas, Administrativas y Financieras

Administración de Negocios Internacionales

Pereira/Risaralda

Plan de intervención en el área de logística de Ultimate Technology.

Juan Pablo Parra Criollo

Asesor: Carlos Alberto Rodríguez Campo

Fundación Universitaria del Área Andina

Facultad de ciencias económicas, Administrativas y Financieras

Administración de Negocios Internacionales

Pereira/Risaralda

Contenido	
1. Introducción.	5
1.1. Planteamiento del problema	6
1.2. Justificación	8
1.3. Objetivos	10
1.3.1. Objetivo General	10
1.3.2. Objetivos específicos	10
1.4. Marco referencial.	11
1.4.1 Marco teórico	11
1.4.2 Marco contextual.	18
1.4.3 Marco conceptual	18
1.4.4 Marco legal.	20
2. Análisis y desarrollo de resultados	23
2.1. Caracterización de la empresa ULTIMATE TECHNOLOGY.	23
2.2. Diagnostico interno y externo para la empresa Ultimate Technology.	28
2.2.1. Matriz PESTEL.	29
2.2.2. Herramienta de análisis interno	37
2.3. Matriz DOFA de Ultimate Technology	45
2.4. Plan de mejora para Ultimate Technology.	47
3. Conclusiones.	50

4. Recomendaciones	51
5. Referencias bibliográficas.	53

1. Introducción.

Ultimate Technology es una empresa de ingeniería colombiana que se dedica al mercado de la industria audiovisual, la automatización y su integración, brindando un acompañamiento a sus clientes en el cual ofrece soluciones adaptadas a cada necesidad, en un principio la empresa se enfocaba en los sistemas capaces de automatizar las viviendas o diversas edificaciones, lo que hoy en día se conoce como domótica, con el paso del tiempo decidieron incursionar en nuevos mercados convirtiéndose en una compañía experta en asesorar y diseñar las mejores soluciones tanto para las áreas de educación como las hospitalarias.

Actualmente la empresa también brinda servicios como diseño y consultoría en el cual proporcionan sus conocimientos y capacidades para resolver problemas o necesidades que requieran soluciones tecnológicas, a la vez cuenta con una gran cantidad de clientes y proyectos lo que genera que la empresa tenga cada vez más puntos a analizar en cada una de sus áreas, en especial en el área de logística pues esta es una de las más cruciales, debido a que en este proceso es donde se gestionan las compras tanto nacionales como internacionales, las entregas de la mercancía y las garantías es importante conocer la eficiencia y eficacia en estas tareas.

Para contribuir con la mejora de la empresa desde el área de logística, en este proyecto se plantea la elaboración de un conjunto de indicadores o KPI's (Key performance indicators) el cual permita realizar un análisis periódico sobre las tareas que se ejecutan en el área anteriormente mencionada con el fin de poder ejecutar constantes controles y mejoras a la vez los resultados que surjan serán fundamentales en las decisiones que se toman en el área de gerencia y administración ya que esta es la encargada de velar por el buen funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de los objetivos corporativos que esta tenga.

1.1. Planteamiento del problema.

El motivo por el cual se llevará a cabo la siguiente investigación es debido a que en el momento de la realización de mis practicas ordinarias como materia se encontraron oportunidades de mejora en el área de logística en donde se llevan a cabo variedad de actividades como lo son la compra de la mercancía, la distribución de la misma cuando se amerite, la gestión de las garantías de los equipos, comunicación constante con aduanas en el momento de realizar una importación formal y programar recolecciones de mercancía ya sea a nivel nacional o internacional.

Después de realizar un análisis tanto externo como interno, y de los puntos fuertes, débiles, las oportunidades y las amenazas de la empresa utilizando las herramientas de estudio de los entornos de la empresa, se llega a la conclusión de que el área necesita mejorar el control en algunas tareas, entre las cuales se encuentran el ciclo de las compras, la gestión de las garantías o el almacenamiento provisional ya que se ha logrado evidenciar que no hay un sistema de seguimiento para la gestión de esta área generando que en algún momento se genere un retraso en alguna tarea, un claro ejemplo es que las órdenes de compra tanto nacionales como internacionales suelen tener un ciclo muy cambiante, generando que no se tenga una forma de medición estandarizada, otro problema que se evidencia es que aunque llegue una solicitud de garantía al área estas suelen tardarse mucho en ser concretadas generando así molestias tanto para los clientes internos como los externos de la empresa.

Estas problemáticas anteriormente mencionadas demuestran que lo más conveniente para la empresa es la formulación y aplicación de una herramienta que permita realizar mediciones, evaluaciones y un análisis de las variables que se presenten en las tareas más comunes del área

con el fin de poder iniciar la toma de acciones correctivas cuando sea necesario y cuando los resultados que se obtengan lo demuestren.

Esta herramienta será clasificada como un sistema de indicadores y serán presentados la empresa con el fin de que con base en ellos se puedan realizar mejoras en el control tanto del cumplimiento como de la eficiencia que posee la compañía en el momento de generar despachos a los clientes, a la vez garantizar el buen uso que se le da a la mercancía al momento de su recepción y antes de ser enviada a una obra o usuario y el tiempo transcurrido a la hora de reponer una garantía o de realizar la recepción de una orden de compra, asimismo se tiene planeado que la aplicación de estos indicadores sea tenga una periodicidad definida la cual será mensual, esto con el fin de poder realizar un seguimiento óptimo a los puntos mencionados anteriormente.

Todo lo mencionado anteriormente se plantea con el fin de estudiar si ¿esta herramienta planteada puede evidenciarse como un sistema de indicadores que permitan un seguimiento, evaluación y aplicación de mejoras en las tareas más importantes que se realizan en el área de logística de la empresa Ultimate Technology?

1.2. Justificación

Esta propuesta de valor la cual es un “plan de indicadores para el área de logística de la empresa Ultimate Technology” que se plantea debido a que en el momento de la realización de mis practicas ordinarias como materia se encontraron ciertos aspectos en los cuales la compañía debe mejorar, en especial el campo laboral en la cual me encuentro realizando mis actividades de practicante, el cual es el área de logística en donde se llevan a cabo la compra de la mercancía y la distribución de la misma cuando se amerite.

Se llega a la conclusión de que el área necesita estos indicadores después de analizar los puntos fuertes y débiles de la empresa en este aspecto y se encuentra que no hay un sistema de seguimiento para la gestión de esta área y que lo más conveniente es realizar una serie de indicadores los cuales permitan realizar una medición, evaluación y toma de acciones correctivas si es necesario en las actividades o tareas más cruciales de logística y en las cuales se observó mayor problemática interna las cuales son:

- Entregas completas de la mercancía: al analizar esta tarea se pudo observar que el área no cuenta con el control total en este punto, pues hay muchos pedidos los cuales se entregan tiempo después de haber sido solicitados o se realizan muchas entregas parciales, más no totales generando así una demora en la respuesta de la empresa hacia los clientes.
- El ciclo de las órdenes de compra: Se elige este punto pues se encuentra que la empresa no tiene un seguimiento adecuado a la hora de comprar mercancía, ya que usualmente las ordenes se envían, pero no se tiene en cuenta el tiempo que toman en llegar a la bodega de la empresa, generando que en algunos momentos este ciclo sea muy largo por ende se pueden llegar a tener retrasos en los pedidos.

- Manejo de la mercancía: El manejo de la mercancía se refiere a que se realice un adecuado almacenamiento, teniendo en cuenta el cuidado que se le dé a esta y su organización en la bodega, a la vez en esta tarea se tiene en cuenta el ingreso de la mercancía al stock virtual en la plataforma, en este último punto es donde la empresa falla, pues hay momentos en los que no se realiza un ingreso puntual por algún u otro motivo, lo que puede llegar a causar problemas como que no se tenga en cuenta el día en el que inicia el tiempo de garantía o que no se pueda despachar rápidamente si se es solicitado de manera urgente.
- Reposición de garantías: Como en toda empresa en la que se distribuyen productos o se ofrecen servicios es importante asegurarle al cliente todo lo que se le brinda cuenta con una calidad excelente o está respaldada por el proveedor, es por esto que cuando un cliente solicita una garantía el área de logística debe de realizar el proceso correspondiente para poder darle una respuesta oportuna, algo que no sucede actualmente, pues las garantías que llegan suelen tener unos tiempos muy largos en ser gestionadas totalmente lo que provoca incomodidad en los clientes y poca credibilidad en la empresa.

Estas tareas serán presentados la empresa en forma de indicadores con el fin de que con base en ellos se puedan realizar mejoras en el control tanto del cumplimiento como de la eficiencia que posee la compañía en el momento de generar despachos a los clientes, a la vez garantizar el buen uso que se le da a la mercancía al momento de su recepción y antes de ser enviada a una obra o usuario y el tiempo transcurrido a la hora de reponer una garantía o de realizar la recepción de una orden de compra, asimismo se tiene planeado que la aplicación de los indicadores sea de manera mensual con el fin de poder realizar un seguimiento óptimo de los

puntos mencionados anteriormente, por otro lado en el ámbito académico la aplicación de estos indicadores permitirá que pueda reforzar mis conocimientos en el campo empresarial, administrativo y gerencial ya que al plantear y analizar estos datos puedo reforzar las competencias que he adquirido en el transcurso de la carrera, en especial en el entorno administrativo.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- Elaborar un sistema de indicadores para poder realizar un análisis de las tareas más cruciales en el área de logística de la empresa Ultimate Technology.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar en el área de logística cuales son las tareas más importantes y que necesiten un constante análisis y control.
- Determinar cuáles son los indicadores que permiten el análisis de las actividades que se realizan.
- Evaluar la capacidad de análisis y oportunidad de mejora que brindan de los indicadores seleccionados.

1.4. Marco referencial.

1.4.1 Marco teórico.

Al momento de hablar de logística se debe de entender que hay una gran cantidad de procesos y funciones que se acoplan a esta actividad, pues según (Thompson, 2007) “La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado” demostrando así la importancia de que en esta área sufra una constante evaluación y análisis, con el fin de evitar los errores que cuestan tanto dinero como tiempo, a la vez es importante que hay que tener claros los procesos ya instaurados los cuales dependen de cada empresa y los nuevos que puedan surgir dependiendo de las circunstancias.

Actualmente “ninguna otra área de las operaciones empresariales conlleva la complejidad o abarca la geografía de la logística. En todo el mundo, las 24 horas del día, los 7 días a la semana, durante las 52 semanas al año, la logística se concentra en obtener productos y servicios donde se requieren en el momento preciso que se necesitan” (Bowerson, Closs, & Cooper, 2005). Es por esto que es importante y necesario priorizar una constante evaluación del área de la logística y el proceso de la cadena de abastecimiento con el fin de generar un control del desempeño en estas actividades, todo con el fin de garantizar un excelente nivel en el servicio que se brinda a los clientes, por otro lado, una excelente gestión de esta área demuestra que los recursos que están siendo dirigidos han sido óptimamente utilizados y que se está trabajando por el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategias corporativas.

Para poder elegir que procesos se deben de estudiar en un área tan importante como la de la logística hay que tener en cuenta gran variedad de factores, entre ellos algunas herramientas que permiten conocer diversas situaciones en las que se encuentra la empresa, por ejemplo, las herramientas de análisis interno las cuales permiten “investigar las características de los recursos, factores, medios, habilidades y capacidades de la empresa para hacer frente al entorno (general y específico). El objetivo del análisis interno es determinar las fortalezas y debilidades de la empresa para poder posicionarse en el mercado.” (Asturias Corporación Universitaria) por otro lado las del ambiente externo funciona como una “evaluación objetiva de los cambios en marcha a nivel mundial que permite comprender mejor el entorno en que actúa la empresa. Los resultados que ofrece esta investigación en profundidad pueden servir como alerta temprana para identificar tanto amenazas potenciales como oportunidades.” (Perez, 2021).

Es por esto que con base a las herramientas mencionadas anteriormente se define que para una excelente gestión de la empresa es importante definir un sistema de evaluación que tenga diversos rasgos por ejemplo que sea observable, adaptable y fácil de interpretar, el cual permita medir, analizar y tomar acciones correctivas en todo momento, todo esto con el fin de generar una constante mejora y facilitar los procesos tanto para la compañía como para los terceros que lleguen a estar involucrados en las actividades que se realicen, es por esto que el método seleccionado es un plan de indicadores pues “en una organización se debe de contar con un mínimo número de posible de indicadores que garanticen contar con información constante, real y precisa sobre aspectos como la eficiencia, productividad, calidad, entre otros aspectos que constituyen el conjunto de signos vitales de la organización” (Mora García) estos indicadores o KPIs (Key Performance Indicators) pueden ser tanto para la empresa en general como para cada área.

Para entender mejor estos indicadores o KPI's (Cisneros, 2020) explica que “los indicadores son magnitudes muy versátiles ya que sus valores pueden ayudarnos a detectar problemas que no se refieren únicamente a la magnitud que tratamos de medir” demostrando que este sistema no solo beneficia al área o la tarea evaluada, sino que su alcance puede llegar favorecer otros aspectos importantes de la compañía de manera indirecta, por otro lado (Salazar López, 2019) define que “los indicadores de desempeño logístico son medidas de rendimiento cuantificables aplicados a la gestión logística que permiten evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y flujos de información entre las partes de la cadena logística.”.

Cabe resalta que para la implantación de indicadores se deben de tener en cuenta ciertas características y atributos que permiten una medición transparente y entendible para los que decidan usarlos o evaluarlos, a continuación, se explicará cada una de estas ideas que plantean (Rodriguez & Gomez Bravo):

- Deben de ser pertinentes, es decir que las mediciones que se tomen han de tenerse en cuenta y deben de tener una importancia en la toma de decisiones en base a los resultados, cabe resaltar que el grado de pertinencia o importancia depende del momento, los recursos, la capacidad o la dirección que se tenga.
- Deben de ser precisos, este término se refiere a que los datos obtenidos se reflejen de manera fiel a los hechos que están sucediendo en la empresa con el fin de obtener información real que permita conocer cómo se pueden mitigar.
- Que sean oportunos, la medición de los indicadores debe de permitir la toma de decisiones más adecuada, bien sea para corregir lo que ya está establecido, prevenir

circunstancias futuras o tomar acciones correctivas antes de cierta circunstancia indeseada.

- Deben de ser confiables, debido a que es fundamental que el hecho de la medición en la empresa no es un acto de solo una vez, sino al contrario, debe de ser algo que sea constante, hasta que sea parte de la cultura organizacional.
- Para finalizar, la economía es una característica sencilla y compleja a la vez, pues cuantificar las tareas que se realizan cuesta tiempo de los colaboradores y este tiempo puede ser visto como un costo de oportunidad si no es utilizado de manera adecuada.

Los puntos mencionados anteriormente no son los únicos que se deben de tener en cuenta a la hora de elegir los indicadores que se van a utilizar en una empresa, sino también que hay que considerar la situación, problemáticas y las estrategias que quiera seguir la compañía por otro lado (Bonilla, 2021) recomienda seguir el método de las 7 preguntas:

- ¿Qué se quiere medir?
- ¿Por qué es importante medirlo?
- ¿Cómo será el indicador?
- ¿Cuál es el resultado deseado?
- ¿Cómo se va a medir el progreso?
- ¿Quién será el responsable del indicador?
- ¿Cada cuanto se va a medir?

La combinación de los análisis tanto internos como externos, las características mencionadas y las preguntas recomendadas ayudan a la elección de los mejores indicadores para el área de logística de Ultimate Technology a la vez al tener en cuenta las recomendaciones del coordinador anterior el cual realizaba un énfasis especial en la importancia de que si se

implantaba este seguimiento se podrían disminuir los errores o tiempos en la gestión de las tareas, se decide que las tareas a evaluar son las que se enfocan principalmente en las entregas de mercancía que se realizan, el abastecimiento del stock y los tiempos de respuesta en los requisitos que se solicitan al equipo.

Al tener identificadas estas tareas que a evaluar se define que los indicadores que van a permitir el seguimiento de estas van a ser los siguientes:

- Entregas de la mercancía completas y a tiempo: Este indicador se selecciona pues tendrá el objetivo de realizar un control sobre la cantidad de pedidos que son entregados de manera completa a los clientes, esto con el fin de manejar de manera más eficiente los despachos que se realicen, también permite generar un análisis del cumplimiento del área y la empresa en los envíos que se realizan a los clientes, según (Mora García) “el objetivo general de este indicador es controlar la cantidad de pedidos que son entregados a tiempo a los clientes, con el fin de controlar el nivel de cumplimiento de las entregas de los pedidos”. La fórmula elegida para este indicador es la siguiente y su resultado es un porcentaje.

$$(Nro\ de\ pedidos\ completos\ en\ el\ mes)/(Pedidos\ totales\ en\ el\ mes)$$

- Ciclo de las órdenes de compra: El ciclo de las ordenes de compras se refiere a un promedio de los días que transcurren desde el momento en el que se realiza una compra hasta que llega al almacén, al hablar de este KPI es importante destacar que su resultado

es un numero el cual expresa una cantidad de días específicos y la formula sugerida según (Mecalux, 2019) es la siguiente:

$$(Nro\ de\ pedidos\ completos\ en\ el\ mes) - (Pedidos\ totales\ en\ el\ mes)$$

- Almacenamiento provisional: Este indicador permite analizar la eficiencia que tiene el equipo a la hora de realizar la recepción y almacenaje de la mercancía, su resultado es un promedio de los días transcurridos desde que llega algún pedido a la empresa hasta que se realiza su ingreso en el stock, este indicador se elige pues en la logística y en especial en la cadena de abastecimiento es importante conocer la eficacia del equipo a la hora de disponer de la mercancía, la formula sugerida por (Zuluaga, reunión de revisión, noviembre de 2020) es la siguiente:

$$\frac{\text{Sumatoria de los días transcurridos antes de almacenar la mercancía en el periodo X}}{\text{Cantidad de compras almacenadas en el periodo X}}$$

- Reposición de garantías: Con este indicador lo que se busca es calcular el tiempo promedio en el que el equipo se tarda en reponer una garantía solicitada, ya que se busca evaluar la capacidad de reacción en el momento de que una avería se presente, se decide tener en cuenta las garantías pues “la garantía es uno de los elementos que hablan del “valor real” de un producto” (ProLocker, 2016), para la evaluación de este indicador se plantea la siguiente formula cuyo resultado es el promedio de días en el periodo:

que permita analizar, evaluar y tomar acciones correctivas de las tareas que se llevan a cabo. Se analizarán aspectos generales de la compañía como sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, se realizará un diagnóstico tanto interno como externo y por último se estipulará un plan de intervención para ser presentado ante la gerencia de la empresa como opción de grado del estudiante.

1.4.3 Marco conceptual.

Logística: La logística son todas las operaciones llevadas a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción.

Compras nacionales: Se consideran compras nacionales cuando el departamento de compras adquiere bienes o servicios de proveedores que se encuentran en el territorio nacional, sin importar que los productos sean importados.

Compras internacionales: Al definir compras internacionales, como su nombre lo indica es decir que el comprador está trabajando con proveedores fuera del territorio nacional, importando la mercancía de diferentes países con el fin de satisfacer la necesidad de los clientes.

Abastecimiento: Se conoce como abastecimiento al proceso mediante el cual los proveedores facilitan medios al resto de grupos económicos o individuos, los cuales consiguen un determinado nivel de satisfacción o utilidad.

Garantías: La garantía es un compromiso temporal de un proveedor con un comprador por el cual se obliga a reparar gratuitamente algo que se haya vendido en caso de que esto se haya averiado dentro de los tiempos que se definen.

Almacenamiento: El almacenamiento se conoce como la acción de depositar, archivar o guardar algo, en la logística este proceso se asocia a depositar los productos que lleguen a la bodega en un determinado espacio, usualmente este abastecimiento está estandarizado en cada empresa con el fin de agilizar cada proceso.

Herramienta de análisis interno: Una herramienta de análisis interno permite “investigar las características de los recursos, factores, medios, habilidades y capacidades de la empresa para hacer frente al entorno (general y específico). El objetivo del análisis interno es determinar las fortalezas y debilidades de la empresa para poder posicionarse en el mercado.” (Asturias Corporación Universitaria).

Herramienta de análisis externo: Esta herramienta funciona como una “evaluación objetiva de los cambios en marcha a nivel mundial que permite comprender mejor el entorno en que actúa la empresa. Los resultados que ofrece esta investigación en profundidad pueden servir como alerta temprana para identificar tanto amenazas potenciales como oportunidades.” (Perez, 2021).

5 fuerzas de Porter: “Con las 5 fuerzas de Porter, las empresas pueden analizar y medir sus recursos a la vez permiten obtener las condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien sus oportunidades o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades.” (Galiana, 2020).

Análisis DOFA: La realización de esta matriz implica realizar un análisis de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que están en los ambientes tanto internos como externos de una empresa, con el fin de poder reconocer los puntos fuertes y débiles de la empresa y así plantear un plan de intervención.

1.4.4 Marco legal.

Normativas generales:

Ley 590 del 10 de julio de 2000	En esta ley se dictan las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mincomercio, 2000)
Ley 905 del 2 de agosto de 2004	Por este medio se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa en Colombia, a la vez se dictan otras disposiciones. (Mincomercio , 2004)
LEY 1314 DE 2009	Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. (Congreso de la república , 2009)
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010	Por medio de esta ley se expide la formalización y generación de empleo. (Congreso de la república, 2010)
Ley 1735 del 21 de octubre de 2014	Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la república, 2014)

Ley 1780 del 2 de mayo de 2016	Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la república, 2016)
Ley 1819 de 2016 Nivel Nacional	Por medio de la cual se adopta una Reforma Tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones (Congreso de la república, 2016)
Ley 7 de 1991	Por la cual se dictan las normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular el comercio exterior del país. (Congreso de la república, 1991)

Fuente: Tabla No 1

Elaborado por: El autor

Normativas específicas:

Circular 015 de 2020	Medidas sanitarias preventivas y de mitigación para los sectores de comercio, industria y turismo, TICS
----------------------	---

	<p>con medidas específicas para empresas proveedoras del servicio de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas.</p> <p>(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)</p>
ISO 28000 Seguridad en la Cadena de Suministro	<p>La norma ISO 28000 establece el Sistema de Gestión de la Seguridad para la Cadena de Suministro.</p> <p>Además, recoge las exigencias y requisitos necesarios para garantizar un Sistema de Gestión de la seguridad en la logística de las organizaciones. Se basa en el control y minimización de los riesgos y amenazas que puedan ocurrir en la cadena logística (IPYC, 2021)</p>
ISO 9001 de 2015: Sistemas de gestión de la calidad	<p>Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente. (ISOtools, 2015)</p>
ISO 9004 de 2018: La calidad de una organización.	<p>La intención de la ISO 9004 es proporcionar una orientación sobre calidad y la gestión de la calidad, para que fuera coherente con la ISO 9001 para efectos de certificación</p>

Fuente: Tabla No 2

Elaborado por: El autor

2. Análisis y desarrollo de resultados

2.1. Caracterización de la empresa ULTIMATE TECHNOLOGY.

Según (Ultimate Technology, s.f.) es una empresa de ingeniería colombiana que se dedica a al mercado de la industria audiovisual, la automatización y su integración, brindando un acompañamiento a sus clientes en el cual ofrece soluciones adaptadas a cada necesidad; la empresa nace en la ciudad de Pereira el 2008 por la visión de unos de los actuales socios cofundadores y por su pasión hacía la tecnología y cómo ésta podía impactar positivamente la vida de las personas.

En un principio la empresa se enfocaba en los sistemas capaces de automatizar las viviendas o diversas edificaciones, lo que hoy en día se conoce como domótica, con el paso del tiempo decidieron incursionar en nuevos mercados por ejemplo las áreas de educación o las hospitalarias convirtiéndose en una compañía experta en asesorar y diseñar las mejores soluciones para cualquier tipo de industria.

Actualmente la empresa brinda servicios como diseño y consultoría en el cual proporcionan sus conocimientos y capacidades para resolver problemas o necesidades los cuales requieran soluciones tecnológicas, ajustadas al cliente, por otro lado, la empresa tiene la capacidad tanto de conectar equipos entre sí para el funcionamiento adecuado según se necesite como de importar los dispositivos que se precisen, por último, cuenta con el servicio de mantenimiento y soporte técnico con el fin de evitar incidencias en los equipos.

Algunos proyectos que ha realizado la empresa son los siguientes:

- **Casa Cerritos/ Cerro Verde**



Gráfica No1

Autor: Ultimate Technology

- Casa San José de las villas



Gráfica No2

Autor: Ultimate Technology

- **Edificio Icono.**



Gráfica No3

Autor: Ultimate Technology

Misión

En nuestra compañía brindamos soluciones al mercado residencial y comercial en cuanto a domótica, inmótica e ingeniería eléctrica; generando valor a partir de la capacitación en las últimas innovaciones, para prestar un excelente servicio que garantice la satisfacción de las necesidades del cliente, velando por mejorar su calidad de vida y experiencia con respecto a los espacios con los que interactúa constantemente. Estamos comprometidos con el cuidado del medioambiente a través del aprovechamiento de nuestros recursos.

Visión.

Ser en el 2022 empresa líder a nivel nacional en el mercado de la industria audiovisual, automatización y su integración, ofreciendo cada día soluciones, servicios y capacitación con altos estándares de calidad, siendo referentes en el sector por la innovación y el talento humano, permitiéndonos crear un impacto positivo en el estilo de vida de las personas y en la productividad de la empresas, incrementando la rentabilidad del negocio y con visión de expansión hacia una fuerte presencia en diferentes ciudades del territorio nacional.

Valores.

Los valores empresariales de la empresa son:

- Honestidad:

Trabajamos con honestidad y calidad al servicio.

- Calidad:

Asesoría y acompañamiento con el mejor personal profesional en las diversas áreas y sectores comerciales.

Búsqueda permanente de los mejores y más adecuados productos para las necesidades de hoy.

- Servicio:

Personal capacitado y dispuesto para ayudarle en todo momento, durante y después de la instalación.

Tenemos vocación de servicio.

Somos efectivos.

- Respeto:

ULTIMATE TECHNOLOGY se ha consolidado, en gran medida, gracias al respeto y reconocimiento de la integridad de las personas que interactúan con la empresa, sean proveedores, clientes y nuestros propios colaboradores. Sabemos que la base de un buen trabajo y búsqueda del mismo objetivo está en el buen trato.

- Compromiso:

Trabajamos en equipo.

Innovamos en lo que hacemos.

2.2. Diagnostico interno y externo para la empresa Ultimate Technology.

En este punto se analizará el entorno empresarial externo en el cual se encuentra Ultimate Technology estudiando todos los factores, variables y terceros que afectan directamente a la compañía ya sea de manera tanto positiva como negativa para así observar la posición de la empresa frente a la competencia.

2.2.1. Matriz PESTEL.

Esta matriz evalúa en macroentorno de la empresa en donde se pueden llegar a generar, oportunidades o amenazas, cabe aclarar que todas las variables se relacionan y actúan como un solo organismo.

DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN
		AMENAZA			OPORTUNIDAD			
		A	M	B	B	M	A	
POLÍTICA	Leyes de protección del medioambiente y a la salud						X	20
	Cambios impositivos pueden esperarse como reacción al superávit/déficit fiscal del gobierno			X				30

	Incentivos que podría otorgar el gobierno para incrementar el crecimiento de economía o de nuestra industria					X		20
	Tratados de libre comercio con otros países						X	30
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		3,10						100
DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN
		AMENAZA			OPORTUNIDAD			
		A	M	B	B	M	A	
ECONÓMICA	Ciclo económico del sector (crecimiento, desarrollo, declive)		X					15

	Estabilidad de la tasa representativa del mercado	X						25
	Disponibilidad y distribución de los recursos		X					30
	Tasa de desempleo del sector					X		10
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,65						100
DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN
		AMENAZA			OPORTUNIDAD			
		A	M	B	B	M	A	
SOCIAL	Distribución de la renta			x				20

	Cultura de la modernización					x		25
	Cambios en el estilo de vida						x	30
	Actitud consumista						x	25
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		5,15						100
DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN
		AMENAZA			OPORTUNIDAD			
		A	M	B	B	M	A	
TECNOLÓGICA	Gasto público en investigación						x	15

	Preocupación gubernamental y de industria por la tecnología						x	30
	Desarrollo de nuevos productos						x	25
	Velocidad de transmisión de datos			X				30
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		5,10						100
DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN
		AMENAZA			OPORTUNIDAD			
		A	M	B	B	M	A	
ECOLÓGICA	Cambios en regulaciones ambientales						x	25
	Exigencias de entidades regulatorias		x					25

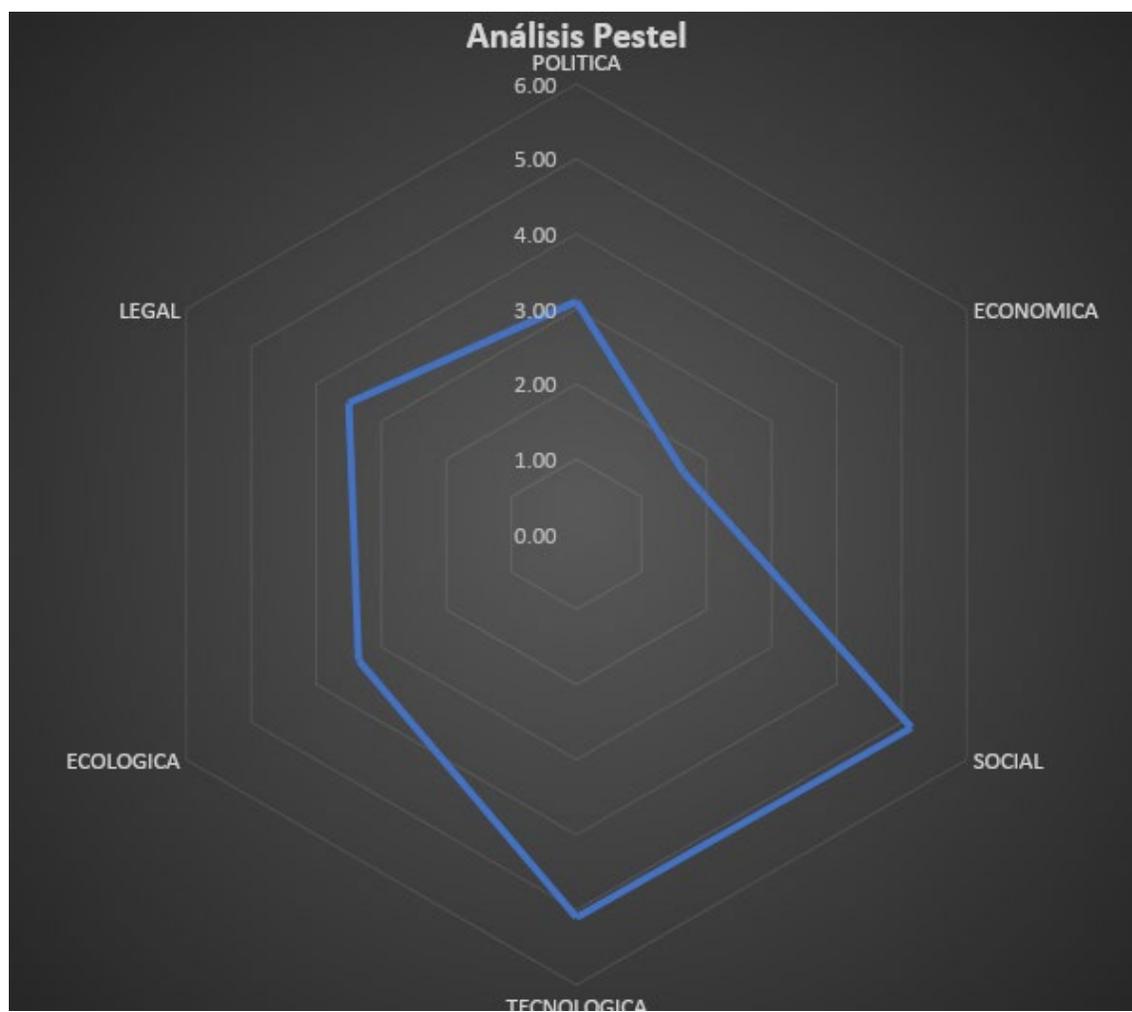
	Tratamiento de residuos					x			20
	Consumo de energía		x						30
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		3,35						100	
DIMENSIÓN	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN	
		AMENAZA			OPORTUNIDAD				
		A	M	B	B	M	A		
LEGAL	Defensa de la competencia		x					50,0	
	Exigencias en la seguridad de los productos					X		50,0	
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		3,50						100,0	

METODOLOGÍA	ASPECTO	PUNTUACIÓN
PESTEL	POLITICA	3,10

	ECONOMICA	1,65
	SOCIAL	5,15
	TECNOLOGICA	5,10
	ECOLOGICA	3,35
	LEGAL	3,50

Fuente: Tabla No 3

Elaborado por: El autor



Teniendo en cuenta la información obtenida a través de la matriz PESTEL y según el gráfico que se obtiene gracias a la herramienta, se puede observar que la empresa no se encuentra totalmente bien en el mercado, pues solamente dos de los seis aspectos evaluados tiene una puntuación por encima de 4 los cuales son el aspecto social con 5.15 y el tecnológico con 5.10, los aspectos que les siguen son el legal con 3.50, el ecológico con 3.35, seguido del político con 3.10 y para finalizar el aspecto económico el cual tiene el puntaje más bajo con 1.65.

Al analizar a fondo el factor político se puede concluir que a pesar de que en este momento hayan incentivos que el gobierno otorga a los empresarios para el crecimiento de la industria interna y que existe gran variedad de tratados de libre comercio los cuales permiten y facilitan la importación de los productos que se utiliza Ultimate, los cambios impositivos como reacción al superávit o déficit fiscal del gobierno generan una gran incertidumbre a las empresas y mucho más a las que están tan relacionadas con el mercado exterior.

Por otro lado cabe resaltar que el factor económico es el que menos puntaje tiene, y se puede observar muy claramente en la gráfica esto se debe principalmente a que tasa representativa del mercado, el peso no cuenta con una estabilidad constante, a la vez se evidencia esto como una amenaza pues ya que muchos productos comprados por la empresa vienen de países en los cuales su moneda es más fuerte que el peso colombiano, también se puede evidenciar que esta calificación se debe a que el crecimiento del mercado y su desarrollo no es tan rápido como en otros países, y que las distribuciones de recursos en el país no es muy equitativa.

El factor social fue el que mayor puntuación obtuvo, pues sus variables como la cultura de la modernización o los cambios en los estilos de vida son beneficiosas las actividades que brinda la empresa, otra causa de esta calificación es la cultura consumista que se vive en la actualidad pues las personas cada vez están más interesadas en adquirir productos con mejor tecnología sin

importar el precio aunque la distribución de la renta en este punto es un poco amenazante ya que la desigualdad no permite a los consumidores obtener los nuevos productos que la empresa puede ofrecer.

Al hablar del factor tecnológico es importante recalcar que es el segundo puesto en la lista, esto debido a que el gobierno y la industria ha invertido en pro de la tecnología haciendo que el país.

2.2.2. Herramienta de análisis interno.

Al hablar del análisis interno se habla de un “ambiente de tarea, el cual implica observar hacia el interior de la organización, con el fin de lograr identificar cuáles son sus recursos, sus áreas y sus capacidades las cuales son representadas como fortalezas y debilidades” (Rodriguez, 2020). este análisis permite tener en cuenta los puntos clave a mejorar en una empresa, con el fin de poder identificar las mejores estrategias a aplicar.

CAMPO ESTRÁTEGICO	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CAL.
PROPUESTA DE VALOR (Producto y/o Servicio)	Se investiga e identifica los factores y/o atributos por los que están dispuestos a pagar los clientes	3
	La propuesta de valor responde a las necesidades o expectativas de los clientes	4
	Se tiene plenamente identificado los factores o atributos por los que realmente los clientes adquieren los productos y/o servicios	3

	Los competidores tienen propuestas de valor similares a precios similares o más competitivos	3
	Los productos y servicios de la organización se diferencian de los existentes en el mercado	4
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		17
SEGMENTO DE CLIENTES	Se conoce en que segmento están los principales clientes	4
	Es claro para la organización las características que tienen cada uno de los segmentos de clientes	4
	Se tiene diversificación de clientes	4
	Se identifica y concretas clientes potenciales para los productos/servicios	3
	Se realiza un proceso de averiguación de nuevos segmentos de mercado que le permitan encontrar nuevos clientes	4
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		19
CANALES DE DISTRIBUCION	Se tiene mecanismos definidos que permiten dar a conocer los productos o servicios de una manera eficiente	2
	Se evalúa la efectividad de los canales de comunicación con el cliente	2
	Se tiene un sistema para recolectar la percepción de los clientes sobre la propuesta de valor	2
	Se hace un seguimiento para determinar cuáles son los canales de distribución que funcionan mejor	1
	Se maneja servicios de atención posventa	3

SUBTOTALES Y PROMEDIOS		10
RELACIONES CON CLIENTES	Se conocen las necesidades y expectativas de los clientes	4
	Se tiene establecido un programa de fidelización y gestión de clientes	2
	Se tienen estrategias de relaciones de acuerdo a cada tipo de segmento de clientes	3
	Se mide el coste de las diferentes estrategias de relaciones con los clientes	1
	Se cuenta con talento humano coherente con los requerimientos y exigencias de los clientes	4
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		14
FLUJOS DE INGRESOS	Se maneja indicadores de rotación y recuperación de cartera	3
	Se controla permanente los niveles de ingreso, rentabilidad y productividad de los productos/servicios de la organización	3
	Se tiene identificado los productos y/o servicios más estratégicos en términos de rentabilidad y generación de flujo de caja	1
	Se maneja un nivel alto de diversificación de clientes y por lo tanto del flujo de ingresos	3
	Se cuenta con un nivel de liquidez o de capacidad de endeudamiento que permite la realización de inversiones	3
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		13

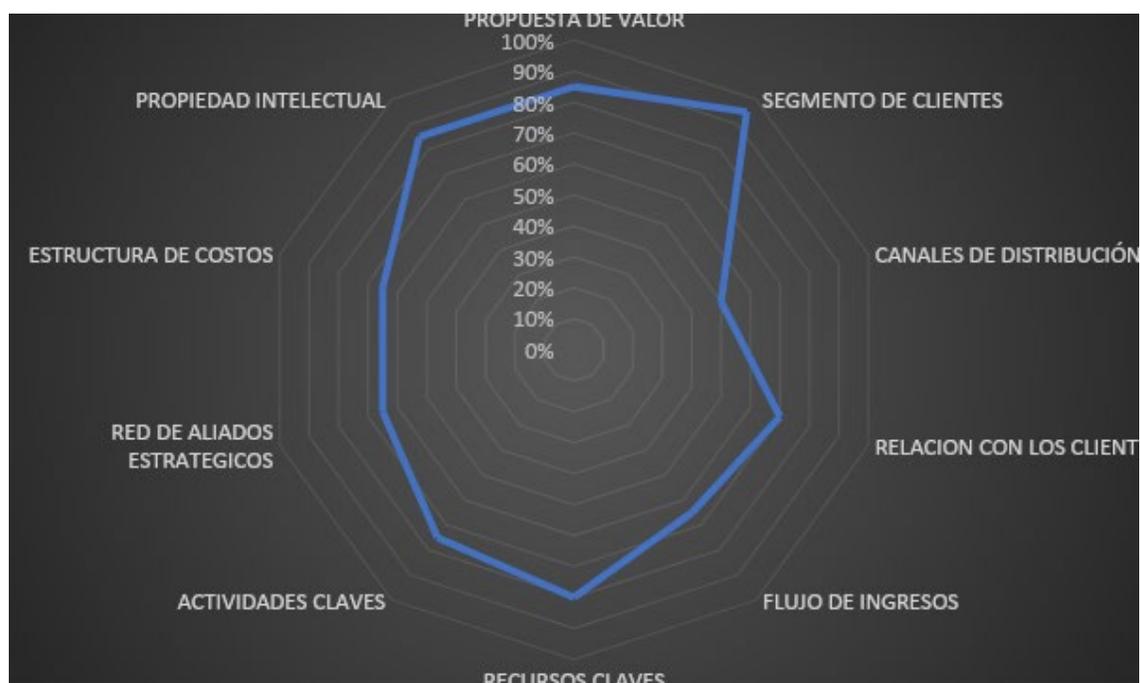
RECURSOS CLAVES (Lo que necesito para mi actividad central)	Se cuenta con talento humano directivo formado, eficiente y coordinado con el resto del equipo	3
	Se cuenta con talento humano operativo formado, eficiente y coordinado con el resto del equipo	4
	El estado tecnológico de las maquinas o equipos que realizan las funciones claves requeridas para el ofrecimiento de los productos/servicios es adecuado	4
	El grado de utilización de la capacidad instalada con la que cuenta la organización es subutilizado/limitado	2
	Se dispone de los recursos adecuados en términos de cantidad y calidad	3
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		16
ACTIVIDADES CLAVES (Los procesos de mi organización)	Se tiene identificado las actividades principales o claves de su modelo de negocios	3
	Se tiene identificado el grado de eficiencia en la ejecución de las actividades	3
	Las actividades clave se desarrollan de acuerdo a parámetros nacionales e internacionales de calidad	4
	Se cuenta con sistemas que permiten la rápida toma de decisiones ante hechos eventuales que se presenten en el desarrollo de las actividades claves	3
	Se evalúa cuales actividades claves se podrían externalizar con mayor calidad y menor costo	2

SUBTOTALES Y PROMEDIOS		15
RED DE ALIADOS ESTRATEGICOS	Se mantiene relaciones colaborativas y de mejora con los proveedores	4
	Se tiene una relación proactiva con instituciones a nivel público y/o privado que permitan aumentar la competitividad	4
	Se tiene algún tipo de dependencia hacia proveedores o socios	2
	Se tiene detectado que actores externos pueden servir como socios estratégicos	3
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		13
ESTRUCTURA DE COSTOS	Se tiene identificados los costos reales en la elaboración y venta de los productos/servicios	2
	Se tiene controles en cuanto a ingresos y egresos de la actividad productiva	2
	Se tiene conocimiento de los costos de los principales competidores	3
	La organización aprovecha las economías de escala para la comercialización de los productos	3
	Se hace control y referencia miento permanente de las actividades o rubros más costosos	3
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		13
PROPIEDAD INTELECTUAL	Respecto a la existencia y valoración del portafolio de activos intangibles en la empresa.	3

	Respecto a considerar que los activos intangibles puedan ser una ventaja competitiva en el sector en que participa la empresa.	4
	Respecto al conocimiento particular y específico de los activos intangibles estratégicos.	3
	Se ha protegido algún producto (documentos, fotos, marcas, secretos industriales, signos distintivos, diseños industriales.)	4
	En el sector donde se encuentra la empresa, es relevante realizar procesos de protección y PI.	3
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		17

Fuente: Tabla No 4

Elaborado por: El autor



Para el análisis de esta matriz se debe de tener en cuenta que la calificación de cada rubro es de 0 a 4 siendo 0 el valor más bajo es decir que en este punto no existe practica alguna y el 4 el más alto, es decir que la empresa genera retroalimentación y acciones de mejoras en esta cuestión, a la vez se debe de entender que esta puntuación se suma con el fin de obtener un subtotal el cual permite decidir si la empresa se encuentra realizando mejoras en este campo o si debe de aplicar estrategias de mejoras.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado el primer campo estratégico, es decir la propuesta de valor cuenta con una puntuación de 17, demostrando que la empresa cuenta con procesos muy bien estandarizados y documentados, en especial en los puntos de satisfacción al cliente y a la diferenciación en el mercado, por otro lado, la segmentación de clientes cuenta con una calificación de 19 evidenciando que la empresa se ha enfocado y se retroalimenta de manera muy positiva en este aspecto.

Al hablar de los canales de distribución de Ultimate Technology se obtiene un preocupante subtotal de 10 puntos, demostrando que la empresa no tiene mecanismos muy definidos, ni cuenta con un sistema para la recolectar la percepción de los clientes de la compañía, la relación con los clientes cuenta con una puntuación de 14 puntos demostrando que se encuentra en un buen lugar pero que hay cosas por mejorar, en especial en la medición de los costes de las estrategias, por otro lado el flujo de ingresos tiene una calificación de 13, esto debido a que la empresa no cuenta con una identificación total de productos estratégicos para la rentabilidad.

Los recursos claves cuentan con un subtotal de 16 puntos demostrando que la empresa cuenta con un personal formado, eficiente y coordinado con el resto del equipo y que el estado tecnológico de los productos que se ofrecen presentan un nivel adecuado para ser competitivas, por otro lado, las actividades clave tienen una puntuación de 15 lo que demuestra que las labores

que se realizan cumplen los parámetros deseados pero no se tiene un registro de que actividades generan un mayor o menor costo.

La red de aliados estratégicos y la estructura de los costos cuentan con una calificación de 13 puntos, demostrando que en estos dos puntos la empresa debe de mejorar, tanto en la dependencia con proveedores, como en la identificación de los costos reales en la elaboración y venta de los productos o servicios, para finalizar la propiedad intelectual cuenta con un subtotal de 17, en base a este resultado se puede analizar que la empresa valora mucho su portafolio y activos y que tiene una protección eficiente de los productos.

2.3. Matriz DOFA de Ultimate Technology.

Análisis Externo	Lista de OPORTUNIDADES	Lista de AMENAZAS
	[Se expresan de afuera hacia adentro]	[Se expresan de afuera hacia adentro]
Análisis Interno	1. Nueva realidad en el mercado debido al Covid19.	1. Competidores ofreciendo productos similares a bajos costos.
	2. Constante modernización de los equipos tecnológicos.	2. Retraso de pagos por parte de los clientes.
	3. Los proveedores brindan mayor diversidad de pagos.	3. Cambios en las regulaciones de diversos productos que utilice la compañía.
	4. La reactivación del mercado ha generado nuevos proyectos y clientes.	4. Dificultad a la hora de gestionar problemas o garantías en los productos con proveedores internacionales.
Lista de FORTALEZAS	ESTRATEGIAS (FO) Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	ESTRATEGIAS (FA) Usar las fortalezas para evitar las amenazas.
[Se expresan desde dentro de la organización]		
1. Equipo altamente capacitado.		F1-A3: Encontrar la forma más óptima para que el equipo de trabajo gestione de manera más eficiente los productos con base a los cambios que estos puedan tener en su regulación.
2. Alianzas con proveedores tanto nacionales e internacionales.	F2-O3: Aprovechar la diversidad de pagos que brindan los proveedores para poder aprovisionar el stock para los pedidos.	F2-A4: Establecer un acuerdo con los proveedores internacionales en el cual se estipule un mejor manejo en la garantía de los productos.
3. Rápida estandarización de procesos.	F3-O2: Aprovechar la alta modernización de equipos con el fin de estandarizar de manera más rápida los procesos que se realizan.	F3-F4-A1: Brindar a los clientes la seguridad de que los productos adquiridos con Ultimate son de excelente calidad.
4. Excelente calidad en los servicios brindados.	F4-O1: Ofrecer las mejores soluciones a los clientes con el fin de que estos se puedan adaptar a la nueva realidad que se vive actualmente.	
Lista de DEBILIDADES	ESTRATEGIAS (DO) Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.	ESTRATEGIAS (DA) Reducir las debilidades y evitar las amenazas.
[Se expresan desde dentro de la organización]		
1. No se aplican estrictamente los procedimientos ya establecidos.	D1-O2: Aprovechar las nuevas tecnologías con el fin de mejorar y estandarizar los procesos que se realicen en la empresa como lo son el seguimiento de los procesos que se llevan a cabo.	D1-A1: Realizar un manejo eficiente tanto de la mercancía como de los procedimientos, con el fin de poder reducir costos e igualarlos a los de la competencia.
2. La empresa no puede mantener precios fijos pues no cuenta con un inventario.	D2-O4: Abastecer el inventario de la empresa con productos que varios clientes tengan en común con el fin de disminuir los costos de transporte.	D2-A1: Resaltar la calidad de los productos que se ofrecen y demostrar que vale la pena el costo extra por mayor beneficio.
3. En ocasiones los procedimientos no se hacen bien desde el primer instante, lo que genera reprocesos.		
4. Bajo flujo de caja, lo que impide realizar ciertas compras.	D4-O1: Ofrecer a los clientes diversas formas de pago con el fin de evitar el contacto y así adaptarse a las medidas de bioseguridad.	D4-A2: Obtener créditos con bancos con bajas tasas de interés, para así alcanzar el apalancamiento que necesitan los proyectos.

Fuente: Tabla No 5

Elaborado por: El autor

PRIORIZACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	
N°	Estrategia Global
1	D1-O2: Aprovechar las nuevas tecnologías con el fin de mejorar y estandarizar los procesos que se realicen en la empresa como lo son el seguimiento de los procesos que se llevan a cabo.
2	F1-A3: Encontrar la mejor forma que permita que el equipo de trabajo gestione de manera más eficiente los productos con base a los cambios que estos puedan tener en su regulación.
3	F3-O2: Aprovechar la alta modernización de equipos con el fin de estandarizar de manera más rápida los procesos que se realizan.
4	D1-A1: Realizar un manejo eficiente tanto de la mercancía como de los procedimientos, con el fin de poder reducir costos e igualarlos a los de la competencia.

2.4. Plan de mejora para Ultimate Technology.

PROYECTO:	Plan de mejora para el área de logística en Ultimate Technology				
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABILIDADES	RECURSOS	FRECUENCIA	INDICADORES
1. Aprovechar las nuevas tecnologías con el fin de mejorar y estandarizar los procesos que se realicen en la empresa como lo son el seguimiento de los procesos que se llevan a cabo.	1. Realizar una identificación de nuevas tecnologías.	1. El ingeniero de la empresa y el equipo de logística deberán de realizar esta identificación.	Equipos informáticos, recursos de tecnología, recurso humano.	1. Semestralmente.	# de herramientas utilizadas / # total de herramientas seleccionadas.
	2. Seleccionar la herramienta más adecuada.	2. El coordinador del área se encargará de esta selección.		2. Semestralmente.	
	3. Analizar la factibilidad de la herramienta seleccionada.	3. El coordinador de logística realizará el análisis de la herramienta.		3. Semestralmente.	
	4. Realizar una selección del proceso que se va a seguir.	4. El equipo de logística se encargará de seleccionar a que proceso se le realizará seguimiento.		4. Semestralmente.	
2. Encontrar la forma más óptima para que el equipo	1. Identificar las tareas más recurrentes en el área.	1. El coordinador de logística se encargará de las tareas más recurrentes.	Equipos informáticos, recursos físicos e	1. Semestralmente	# De tareas evaluadas/ # total de tareas identificadas

de trabajo gestione de manera más eficiente los procesos.	2. Revisar las herramientas que puedan ser utilizadas para la gestión de los procesos seleccionado.	2. El coordinador de logística y su equipo se encargará de esta revisión.	infraestructura, recursos de tecnología, recurso humano.	2. Semestralmente.	
	3. Establecer los puntos a evaluar.	3. El coordinador de logística se encargará de los puntos establecidos para evaluación.		3. Semestralmente.	
	4. Analizar la factibilidad de los puntos evaluados.	4. El área de gerencia y el líder del área se encargarán de este análisis.		4. Mensualmente.	
3. Aprovechar la alta modernización de equipos con el fin de estandarizar de manera más rápida los procesos que se realizan.	1. Hacer una clasificación de los equipos con los que cuenta la empresa.	1. El área de ingeniería y logística deberá de realizar esta clasificación.	Equipos informáticos, recursos humanos, recursos físicos.	1. Semestralmente.	Tiempo (horas) en realizar procesos con el nuevo equipo -
	2. Seleccionar los equipos o herramientas más adecuados para la	2. El área técnica y el coordinador de logística se encargarán de seleccionar la herramienta más		2. Semestralmente.	Tiempo (horas) en realizar procesos sin el equipo

	agilización de procesos.	adecuada para este proceso.			
	3. Iniciar un seguimiento de las tareas después de haber utilizado estas herramientas.	3. El staff del departamento de logística será el encargado de realizar el seguimiento de estas adecuaciones.		3. Mensualmente.	
4. Realizar un manejo eficiente tanto de la mercancía como de los procedimientos, con el fin de poder reducir costos e igualarlos a los de la competencia.	1. Identificar las razones del porqué no se maneja eficientemente la mercancía.	1. El coordinador del área se encargará de identificar estas razones.	Equipos ofimáticos, recursos de tecnología, recurso humano.	1. Mensualmente.	# De días en dar manejo a la mercancía / # total de productos recibidos en el periodo
	2. Realizar una capacitación o concientización de la necesidad de darle un buen manejo a la mercancía	2. La gerencia y recursos humanos deberán de seleccionar las mejores formaciones para esta área.		2. Mensualmente.	
	3. Promover el buen manejo de	3. El coordinador de logística y recursos		3. Semanalmente.	

	la mercancía en el área.	humanos se encargarán impulsar esta campaña.			
	4. Evaluar si las capacitaciones han funcionado para mejorar el proceso	4. El área de gerencia y el coordinador se encargarán de realiza una evaluación con el fin de analizar lo logrado.		4. Mensualmente.	

Fuente: Tabla No 6

Elaborado por: El autor

3. Conclusiones.

En primer lugar, al realizar el análisis interno y externo de la compañía teniendo un mayor enfoque en el área de logística se encontró que la empresa cuenta con ciertas debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas en los entornos mencionados, esto para finalmente concluir que la logística necesita tener una selección de las tareas que presentan mayor problemática y que no cuentan con un seguimiento estandarizado el cual permita poder contrarrestar estas dificultades.

Por otro lado, tras un análisis y estudio de las tareas que en este momento se ejecutan para el buen funcionamiento del área se concluyó que las más importantes y las que se deben evaluar constantemente son las siguientes:

- Entregas de mercancía.

- Ciclo de la orden de compra.
- Almacenamiento provisional.
- Reposición de garantías.

A la vez se define que la mejor manera de realizar el proceso de análisis de estas tareas es por medio de indicadores que evalúen los tiempos de cada tarea con para finalmente brindar propuestas de mejoras en el área.

Finalmente se determinó que un plan de indicadores para la empresa Ultimate Technology enfocado en el estudio de las tareas más importantes del área de logística es factible teniendo en cuenta su capacidad de análisis y oportunidad de corrección que este pueden ofrecerle a la compañía, a la vez con base a este plan se pueden elaborar nuevas estrategias o planes de intervención para mejora de los procesos.

4. Recomendaciones.

1. En primer lugar, al observar que existen problemáticas dentro en las actividades que se desempeñan en la empresa, se recomienda estar constante alerta ante cualquier problemática que exista, a la vez realizar una continua evaluación del ambiente de tarea del área, de tal manera en la que se puedan identificar más rápido las labores que presentan inconvenientes generando cada vez más mejoras para la compañía.
2. Es recomendable que el personal del área una vez ejecutadas las propuestas de mejora les realicen un nuevo seguimiento a las mismas con el fin de poder analizar si estas acciones están siendo útiles para el buen rendimiento de las tareas, así mismo se recomienda no

suspender este ejercicio pues se desarrolló con el fin de ofrecer mejoras al área y a la empresa y detener estas actividades solamente generarían un estancamiento del proceso.

3. Para la empresa y al área logística es recomendable tanto continuar implementando el plan de mejora proporcionado como plantear nuevos proyectos que permitan la elaboración de estrategias de perfección en las tareas que se realicen de tal manera en la que la mayoría puedan ser estandarizadas, al decir nuevas estrategias no solo se refiere a nuevos indicadores, sino a diversos planes que permitan obtener beneficios tales como ahorros en el presupuesto o disminución de tiempo en entregas.

5. Referencias bibliográficas.

- Asturias Corporación Universitaria. (s.f.). *Centro-Virtual*. Obtenido de Centro-Virtual: https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/estrategia_competitiva/unidad1_pdf2.pdf
- Bonilla, P. (20 de Abril de 2021). *Acsendo.blog*. Obtenido de Acsendo.blog: https://blog.acsendo.com/productividad/indicadores-de-gestion-kpi-empresas/#Como_escoger_indicadores_de_gestion_efectivos_para_tu_empresa
- Bowerson, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2005). *Administración y logística en la cadena de suministros*. Michigan : McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de Repositorio Dspace.
- Castillo Lopez, C. (04 de Junio de 2018). *Cesar Castillo Lopez*. Obtenido de Cesar Castillo Lopez: <https://www.cesarcastillolopez.com/2018/06/los-20-indicadores-logisticos-mas.html>
- Cisneros, J. (26 de Febrero de 2020). *Datedec*. Obtenido de Datadec: <https://www.datadec.es/blog/indicadores-logisticos-imprescindibles>
- Congreso de la república . (13 de Julio de 2009). *Secretaría del senado*. Obtenido de Secretaría del senado : http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1314_2009.html
- Congreso de la república. (16 de Enero de 1991). *Red Jurista*. Obtenido de Red Jurista: https://www.redjurista.com/Documents/ley_7_de_1991_congreso_de_la_república.aspx#
/
- Congreso de la república. (29 de Diciembre de 2010). *Mipymes*. Obtenido de Mipymes: <https://www.mipymes.gov.co/mipymes/media/mipymes/Documentos/Ley-1429-de-29-de-diciembre-de-2010.pdf>
- Congreso de la república. (21 de Octubre de 2014). *Mipymes*. Obtenido de Mipymes: <https://www.mipymes.gov.co/mipymes/media/mipymes/Documentos/Ley-1735-del-21-de-octubre-de-2014.pdf>
- Congreso de la república. (19 de Diciembre de 2016). *Alcaldía de Bogota*. Obtenido de Alcaldía de Bogota: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=68189>
- Congreso de la república. (2 de Mayo de 2016). *Mipymes*. Obtenido de Mipymes: <https://www.mipymes.gov.co/mipymes/media/mipymes/Documentos/Ley-1780-del-2-de-mayo-de-2016.pdf>
- Galiana, P. (9 de Noviembre de 2020). *IEBS*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- IPYC. (2021). *IPYC*. Obtenido de IPYC: <https://ipyc.net/normalizacion-certificacion/logistica-y-transporte/iso-28000-seguridad-cadena-suministro.html>

- ISOtools. (2015). *ISOtools*. Obtenido de ISOtools: <https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9001>
- Mecalux. (26 de Diciembre de 2019). *Mecalux*. Obtenido de Mecalux: <https://www.mecalux.com.co/blog/kpi-logistica>
- Mincomercio . (2 de Agosto de 2004). *Mincomercio*. Obtenido de Mincomercio: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html
- Mincomercio. (12 de Julio de 2000). *Mincomercio*. Obtenido de Mincomercio: <https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (9 de Abril de 2020). *Camara de comercio de Bogota*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2020/Abril-2020/Conozca-los-decretos-para-el-sector-de-logistica-y-transporte>
- Mora García , L. A. (s.f.). *Fundación de estudios superiores*. Obtenido de Fundación de estudios superiores: https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf
- Perez, A. (26 de Abril de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>
- ProLocker. (10 de Noviembre de 2016). *ProLocker*. Obtenido de ProLocker: <https://prolocker.mx/importancia-de-la-garantia/>
- Rodriguez, F. J., & Gomez Bravo, L. (s.f.). Indicadores de calidad y productividad en la empresa. En F. Rodriguez, & L. Gomez Bravo , *Indicadores de calidad y productividad en la empresa* (pág. 97). Corporación Andina de fomento.
- Salazar López, B. (2 de Julio de 2019). *Ingenieria industrial*. Obtenido de Ingenieria industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/logistica/indicadores-de-desempeno-logistico/>
- Schmidt, M., Tatjana Maier, J., & Härte, L. (23 de Enero de 2020). *ScienceDirect*. Obtenido de ScienceDirect: <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.01.023>
- Thompson, I. (Enero de 2007). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>
- Ultimate Technology. (s.f.). *Ultimate Technology S.A.S*. Obtenido de Ultimate Technology S.A.S: <http://ultimate.com.co/nosotros/>