



MODELO DE OPTIMIZACIÓN DEL NÚMERO DE MERCADERISTAS EN PUNTO
DE VENTA

AUTOR:

GINA ALEJANDRA GUEVARA GÓMEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO:

RAFAEL CARMONA ACEVEDO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS INTERNACIONES

SANTIAGO DE CALI

2017

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Palabras claves	6
Mercaderista	6
Góndola	6
Volumetría	6
Surtido eficiente	6
Número de Personas Efectivas	6
Keywords.....	7
Merchant work	7
Shelves	7
Volumetry.....	7
Efficient Assortment.....	7
Number of Effective Persons	7
Introducción.....	8
Objetivos	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
Modelo de Volumetría	11
Clasificación de las actividades de los mercaderistas	12
Resultados finales de estudios de seguimiento a mercaderistas.....	13
Actividad operativa	14
Los principales aspectos que influyen en el desempeño del mercaderista	14
Marco conceptual Modelo de Volumetría	16
Modelo de Volumetría.....	16
Conclusión modelo de volumetría.....	17

Costo de servicio.....	18
Sistema de trabajo de mercaderistas y supervisores	18
Sistema de trabajo de mercaderistas	18
Sistema de supervisión (herramientas)	19
Sistema de supervisión (rutas de mercaderistas y supervisores)	19
Sistema de supervisión (coaching)	19
Sistema de supervisión (capacitación a mercaderistas y supervisores)	20
Matriz de integración y control de la información.....	21
Recomendaciones.....	23
Bibliografía	24
Anexos	25
Consolidados por supermercado	26
Consolidado supermercado 1 país.....	26
Consolidado supermercado 2 país.....	27
Consolidado supermercado 3- país	28
Consolidado supermercado 4 – país.....	29
Consolidado supermercado 5 – país.....	30
Formato de encuesta.....	31
Visita típica del mercaderista:	32
Práctica de operación Estándar:.....	33
Plan Semanal de Visitas al Autoservicio.....	34

Resumen

Este proyecto de grado busca realizar un modelo que permita optimizar el número de personas que realizan la labor de mercaderistas en un punto de ventas, teniendo en cuenta unos números de parámetros para que el manejo del tiempo pueda ser eficaz y eficiente. Con este modelo también se pretende poder realizar una serie de cobros respectivamente a cada tipo de negocio que requiera este tipo de servicio logístico.

Además de poder obtener unos ahorros potenciales al implementar este modelo, ya que lo que se busca es tener mercaderista efectivas que suplan las necesidades requeridas por el mercado.

Igualmente se tendrá un sistema de trabajo de mercaderistas y supervisores, logrando tener una guía para la realización de esta labor y así mismo tener un control de la información

Finalmente eeste modelo se podrá utilizar en cualquier punto de venta de un autoservicio, que va a generar una asignación del número de personas efectivas, teniendo en cuenta el número de productos que se mueven en ellos. Asimismo generara un ahorro potencial de los costos asignados a este tipo de servicio.

Abstract

This degree project seeks to create a model that allows to optimize the number of people who perform the work of merchants in a sales point, taking into account some number of parameters so that the management of the time can be effective and efficient. With this model it is also intended to be able to perform a series of collections, respectively, a type of business that require this type of logistics service.

In addition to being able to obtain some potential savings to implement this model, since what is sought is to have effective merchant who meet the needs required by the market.

It also has a work system of merchants and supervisors, managing to have a guide to carry out this work and also have a control of information

Finally, the use of any self-service point of sale, which generates an allocation of the number of effective people, taking into account the number of products that move in them. It will also generate a potential savings of the costs assigned to this type of service.

Palabras claves

Mercaderista

Aquella persona que tiene como labor mantener el producto en las góndolas en óptimas condiciones. Sus funciones van desde tomar el producto de la bodega del cliente hasta su desplazamiento hasta la góndola en espacios del cliente.

Góndola

Expositor, mueble. (RAE, s.f.)

Volumetría

Determinación y medida de los volúmenes. (RAE, s.f.)

Surtido eficiente

Proceso que pasa los productos al momento de la exhibición en la góndola donde su distribución tiene que lograrse efectivamente.

Número de Personas Efectivas

Medida del número de personas en tiempo real cubriendo un punto de venta.

Keywords

Merchant work

That person who has how to maintain the product in the gondolas in optimal conditions. Its functions range from taking the product from the customer's warehouse to its displacement to the gondola in the customer's spaces.

Shelves

Exhibitor (furniture). (RAE, s.f.)

Volumetry

Determination and measurement of volumes. (RAE, s.f.)

Efficient Assortment

Process that passes the products to the moment of the exhibition in the gondola where its distribution has to be effectively achieved.

Number of Effective Persons

Measurement of the number of people in real time covering a point of sale

Introducción

Este proyecto se realizó con una empresa Colombiana del sector industrial farmacéutico, empresa que manufactura y comercializa productos de consumo masivo desarrollados para el bienestar y la salud de las personas.

El servicio de mercaderismo es un servicio que se puede prestar en dos modalidades; la primera es a través de un servicio propio, es decir con personas contratadas directamente por la compañía y en segundo lugar puede ser contratando el servicio directamente con los clientes (generalmente en el canal de Autoservicios en Cadena).

Para este proyecto hacemos referencia a la modalidad de contratación de personal directamente por la compañía fabricante y comercializadora de productos. Esto hace que internamente soportados en el costo basado en actividades sea necesario facturar el servicio a los diferentes negocios dueños de los productos que deben ser movilizados en los Autoservicios de Cadena y donde la tarifa de facturación a cada negocio (cliente interno) deba ser competitiva con el mercado. Con la anterior premisa se hace necesario prestar un servicio de forma eficiente para lo cual surge la necesidad de desarrollar un modelo que genere la cantidad de personas efectivas requeridas para desempeñar las funciones de mercaderismo en un punto de venta. Diseñar y modelar este sistema implica la utilización de diferentes variables, estas variables impactan directamente las actividades que desarrolla un mercaderista; el tiempo administrativo en el autoservicio, el tiempo por demoras en el ingreso al autoservicio, el tiempo de toma de mercancía de la bodega del cliente hasta la

góndola, tiempo de etiquetar el artículo, tamaño de los artículos, averías de los artículos, limpieza de la góndola, surtido de artículos entre otros. Esta suma de tiempos genera costos que son asumidos por el fabricante. Así que un modelo que genere la cantidad de personas eficiente en cada punto de venta es indispensable en este servicio.

Objetivos

Objetivo general

Estimar el número de personas efectivas con labor mercaderista que se requieren en un punto de venta. Cumpliendo con los objetivos de surtido de producto de forma eficaz y cumpliendo con las políticas definidas por el cliente. El modelo debe poder simular la cantidad de personas efectivas necesarias en un autoservicio de cadena bajo diferentes parámetros propios del negocio como los diferentes parámetros condicionales del mercado. Además será la base para facturar el servicio a los diferentes negocios dueños de los artículos que son evacuados en los diferentes puntos de venta.

Objetivos específicos

- Conocer los diferentes tiempos utilizados en el proceso de mercaderismo de acuerdo a los diferentes tipos de productos que se surten en la góndola en los puntos de venta.
- Identificar cuellos de botella en el proceso de mercaderismo.
- Optimizar los tiempos de dedicación en las diferentes actividades que se requieren para la labor de mercaderismo.
- Identificar que artículos requieren mayor y menor tiempo de dedicación en las actividades de mercaderismo.
- Otros tiempos de dedicación requeridos para el modelo de volumetría, que garantice que las operaciones se realicen de forma eficiente

Modelo de Volumetría

El diseño y desarrollo de este modelo debe garantizar a las diferentes unidades de negocios:

- Un cobro razonable por el servicio de mercaderismo
- Minimizar agotados en Punto de Venta
- Mantener como mínimo el espacio asignado
- El cumplimiento de los parámetros de calidad de exhibición definidos.
- El suministro de información precisa y oportuna para tomar acciones correctivas inmediatas y para la toma de decisiones.

Lograr garantizar los anteriores puntos es un trabajo de sincronización de los diferentes equipos de la fuerza de ventas; mercaderistas, supernumerarios, supervisores de los diferentes programas, representantes de ventas y gerentes de campo. Cada uno de estos cargos debe aportar información necesaria como asignación del personal en los puntos de ventas, creación de rutas en búsqueda de desplazamientos eficientes, criterios en la administración del recurso humano, medios de comunicación a todos los equipos, programas de disminución de productos agotados entre otros. Enmarcados en los indicadores de eficiencia y de servicio previamente establecidos considerando las restricciones de los clientes y los cambios en el mercado.

Clasificación de las actividades de los mercaderistas

Para la realización de este proyecto se clasifico las actividades que realizan los mercaderistas.

- 1. Acomodación y surtido:** se refiere exclusivamente al surtido en la góndola del producto que se encuentra disponible en la bodega. No se tienen en cuenta los desplazamientos.
- 2. Servicio al cliente:** es cuando se brinda atención al cliente por alguna duda en general, ya sea por productos propios o de terceros
- 3. Tiempo muerto:** actividades que no están relacionadas con la labor del mercaderista como pausas activas, charlas entre otras
- 4. Desplazamiento:** son los recorridos internos y entre puntos de ventas.
- 5. Administrativo:** reunión de papelería 4 horas al mes, capacitaciones 8 horas al mes.
- 6. Operativo:** son todas aquellas actividades que tengan que ver con la operación neta del mercaderista como:
 - Etiquetar, frentear, acomodar , botar basura, solicitar etiquetas
 - Hacer pedidos, diligenciar formatos
 - Medir espacios, material pop
- 7. Tiempo en bodega:** está relacionado con todas las actividades que se lleven dentro de la bodega, como disponer del producto, mover cajas, buscar el producto entre otras)

8. Tiempo de espera general: es aquella actividad que requiere de esperar ya sea en bodega o no, como una autorización de entrada o salida.

Con estas actividades se realizó el formato para calcular el tiempo que lleva a cabo un mercaderista. (Anexos – ilustración 21)

Resultados finales de estudios de seguimiento a mercaderistas

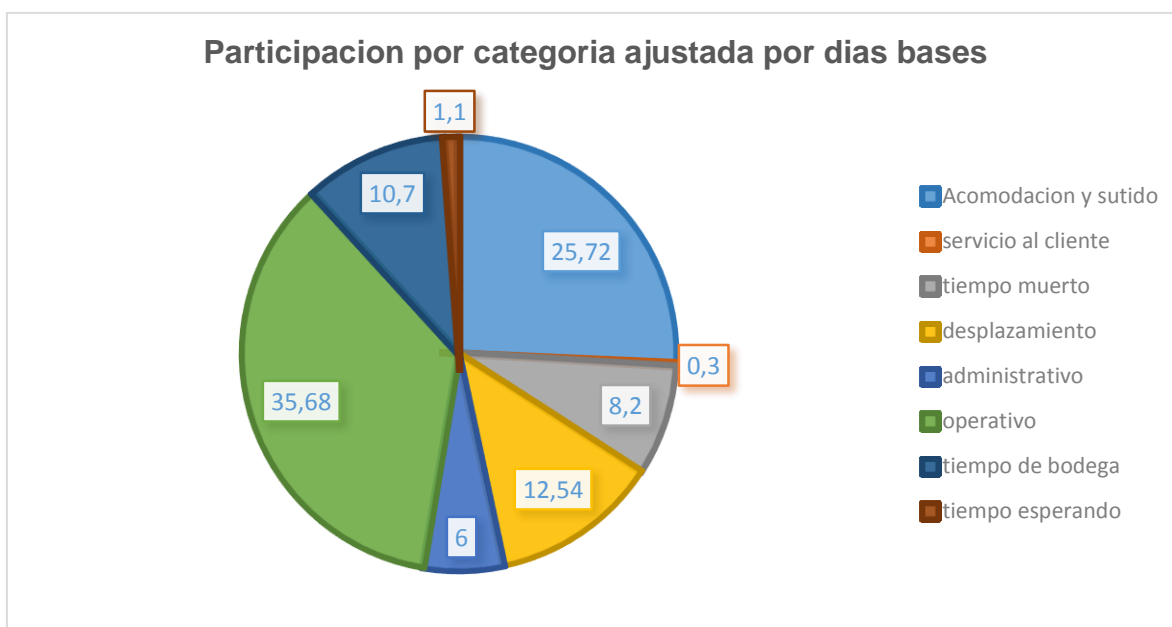


Ilustración 1 fuente propia

Actividad operativa

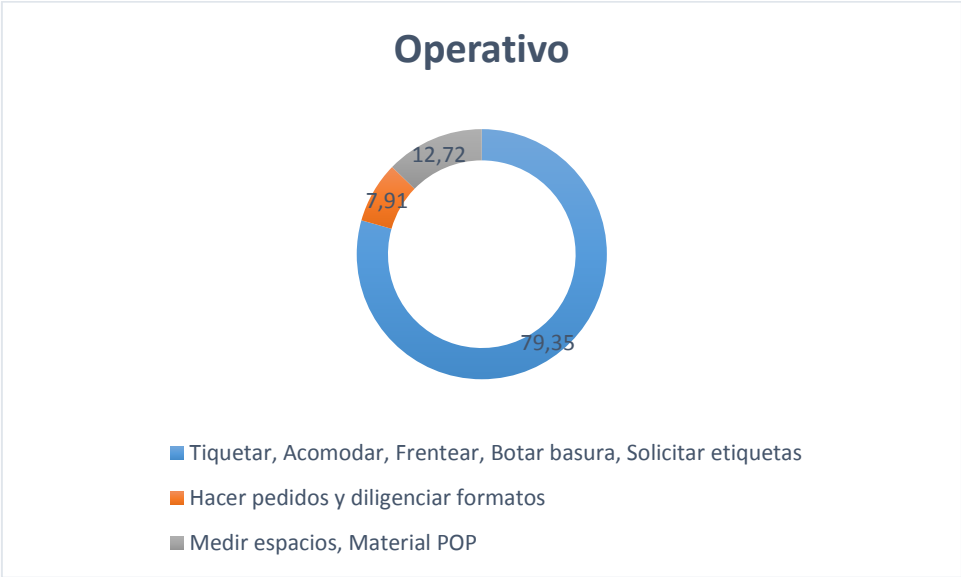


Ilustración 2 fuente propia

Resultado ya ajustando las diferencias en los tiempos por tipo de día. Estudios realizados 2016-2017, en el canal Autoservicios en Cadena de región Centro-Pacífico, donde se presta el servicio de mercaderismo y no hay operador logístico. No influye en los tiempos la presencia o no de impulsadoras en los Puntos de Venta.

Los principales aspectos que influyen en el desempeño del mercaderista

- Velocidad del surtido y dispensado de las unidades (góndola y bodega)

- Cantidad de unidades que se mueven en el Punto de Venta.
- Número de categorías al medir espacios
- Complejidad del Punto de Venta :
 - Tamaño del punto de venta
 - Restricciones para entrar a bodega, de horarios, etc.
 - Dificultad en el desplazamiento
 - Etiquetar el producto
 - Hace pedido o sugerido
- Día de la semana (Día Normal, Quincena, Fin de Semana, etc.)

Tomando estos elementos como base, se construyó un Modelo que define el número de HORAS/HOMBRE requeridas para surtir adecuadamente cada Punto de Venta. Este resultado es, junto con los diseños realizados de los Sistemas de Trabajo, la base para la elaboración de las RUTAS del Mercaderista y del Supervisor.

Marco conceptual Modelo de Volumetría

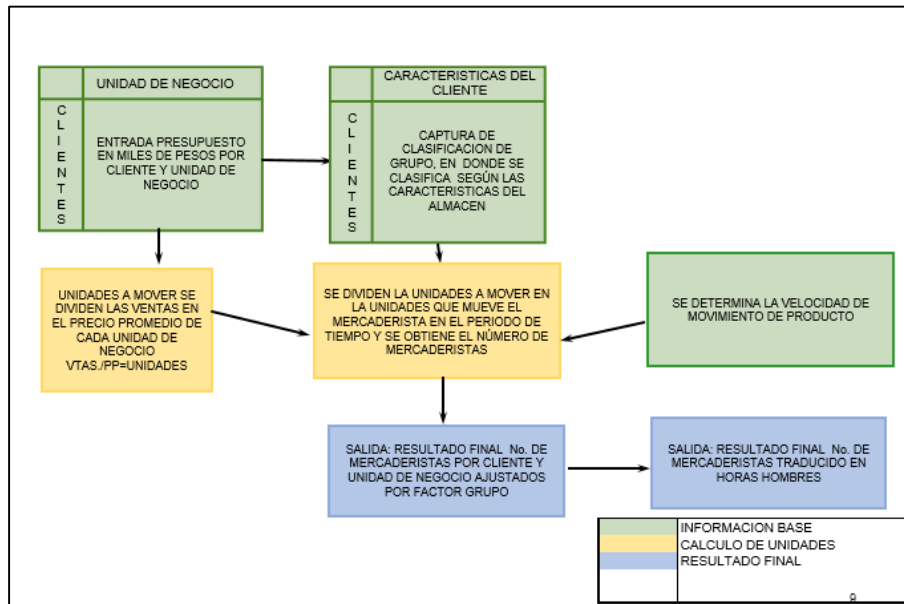


Ilustración 3 fuente propia

Modelo de Volumetría

COMPOSICION DE JORNADA LABORAL DIARIA POR TIPO DE DIA					COMPOSICION DE JORNADA LABORAL DIARIA POR CLASIFICACION DE GRUPO				
ACTIVIDADES	DN	QC	FS	TOTAL	1	2	3	4	
1 ACOMODACION Y SUIRTIDO	27,7%	26,4%	20,9%	25,72%	23,0%	25,5%	28,7%	23,5%	
2 SERVICIO AL CLIENTE	0,2%	0,3%	1,5%	0,3%	0,5%	0,0%	0,6%	0,0%	
3 TIEMPO MUERTO	8,5%	5,9%	15,9%	8,2%	4,1%	9,0%	8,5%	22,3%	
4 DESPLAZAMIENTO	13,0%	20,8%	7,1%	12,5%	10,7%	10,8%	16,3%	7,3%	
5 ADMINISTRATIVO	0,0%	0,0%	0,0%	5,76%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	
6 OPERATIVO	38,6%	29,7%	37,9%	35,68%	43,6%	42,4%	32,5%	41,0%	
7 TIEMPO DE BODEGA	11,0%	15,5%	11,1%	10,7%	14,7%	10,4%	12,3%	5,0%	
8 TIEMPO DE ESPERA	0,9%	1,2%	5,6%	1,1%	3,4%	1,8%	1,0%	0,8%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
ACTIVIDADES	ESTANDAR			TOTAL	ESTANDAR				
1 + 7 MOV. PROD.	38,77%	41,97%	31,96%	36%	38%	36%	41%	29%	
SERVICIO AL CLIENTE	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
INEF. TOLERABLE	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	
DESPLAZAMIENTO NORMA	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	
ADMINISTRATIVO	6%	6%	6%	5,76%	6%	6%	6%	6%	
ESPERA	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	
HACER PEDIDOS, FORMATOS	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	
MEDIR ESPACIOS, MATERIAL POP POP	3%	3%	3%	2,8%	3%	3%	3%	3%	
DEMÁS ACTIVIDADES OPERATIVAS	26,0%	22,8%	32,8%	28,31%	27,0%	28,9%	23,7%	36,2%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
VARIACIONES %					VARIACIONES %				
MOV. PROD.	6,35%	15,14%	-12,31%		3,56%	-1,54%	12,67%	-21,70%	
DEMÁS ACTIVIDADES OPERATIVAS	-8,30%	-19,77%	16,08%		-4,65%	2,02%	-16,55%	28,33%	
FACTORES VARIABLES	1,064	1,151	0,877		1,036	0,985	1,127	0,783	
	0,917	0,802	1,161		0,953	1,020	0,835	1,283	

Ilustración 4 fuente propia

Conclusión modelo de volumetría

	Producto de limpieza	Empresa	total
Actual	56	27	82
Optimizado	45	22	66
Disminución	11	5	16

Ilustración 5 fuente propia

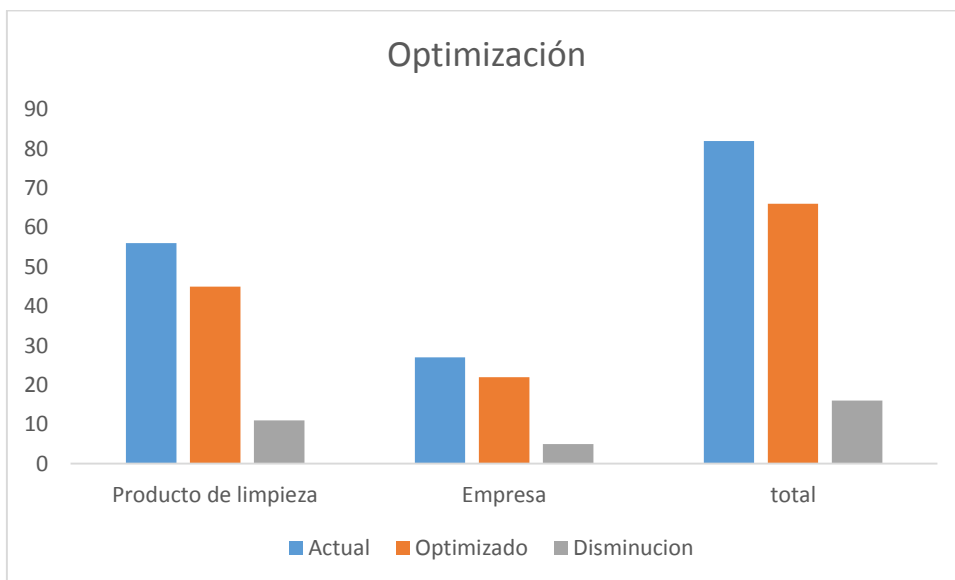


Ilustración 6 fuente propia

Con esto se puede reducir alrededor de un 20% el número de mercaderistas

Costo de servicio

El modelo permite, mediante el registro de los costos fijos y variables de los mercaderistas, tanto fijos como tercerizados, calcular el costo unitario bajo diferentes escenarios (mezclas), permitiendo la optimización de los costos y el mantenimiento de una base fija bajo la nómina de la empresa

Actualmente, el costo promedio es \$2.300.000

Costos de una Mercaderista	\$	2.300.000
Ahorro mensual	\$	36.800.000
Ahorros anualizado	\$	441.600.000

Ilustración 7 fuente propia

Sistema de trabajo de mercaderistas y supervisores

Sistema de trabajo de mercaderistas

El mercaderista selecciona la góndola y reemplaza los artículos agotados con artículos provenientes de la bodega.

- Dentro de la activa de selección de góndola, el mercaderista debe escoger la categoría con mayores artículos agotados, además de tener en cuenta la falta de productos por rotación de la categoría por unidades.
- Al momento de reemplazar los artículos agotados deberá tener en cuenta el artículo con mayor demanda en el punto de venta, al menos que el punto de venta tenga prioridades de exhibición, por otra parte al momento de encontrarse algún producto en agotamiento total en bodega y en góndola

principal, se procederá a abastecer esta góndola con productos de góndola regular.

Las anteriores tareas se realizan con el apoyo de herramientas y procedimientos que garantizan la eficiencia en las operaciones, como es el plan semanal de visita por parte del supervisor a los puntos de ventas, reporte de novedades y Prácticas de Operación Estándar POE's que son las que "detallan funciones y responsabilidades dentro de las actividades de una empresa" (Oiss, s.f.)

Sistema de supervisión (herramientas)

- Visitas típicas de supervisión
- Record de mercaderistas

Se parte de un cronograma de reuniones para poder mantener informada a la gerencia, con detalles relevantes, para así poder facilitar la tomas de decisiones.

Sistema de supervisión (rutas de mercaderistas y supervisores)

Se establecieron procedimientos que toman como fuente la información del modelo de volumetría y soportados en herramientas, para la creación de las rutas óptimas de mercaderistas y supervisores, disminuyendo el tiempo de traslados, balanceo de los recursos y estableciendo la frecuencia de visitas óptimas de supervisión y mercaderismo para cada punto de venta.

Sistema de supervisión (coaching)

Se estableció un procedimiento para que los Gerentes Regionales de Campo puedan verificar la labor del supervisor, contemplando los pasos en los tipos de visita de supervisión, apoyados en una lista de chequeo.

Como parte del procedimiento deben realizar retroalimentación al terminar cada visita y el documento debe ser firmado por el supervisor, recordando que el Gerente Regional debe salir al menos 2 veces al mes con cada supervisor.

El indicador final forma parte del sistema de evaluación del supervisor.

Este sistema de “Coaching” tiene 2 ventajas:

- a) Asegura que el proceso de supervisión sea estándar,
- b) Acerca al Gerente Regional de Campo a la operación de piso.

“El acompañamiento por parte de los gerentes de campo a los supervisores ayuda a afianzar la relación no sólo de tipo laboral sino personal. Permite tener una óptica más grande. Hay retroalimentación y se mejora el flujo de la comunicación” (Cali)

Sistema de supervisión (capacitación a mercaderistas y supervisores)

Se desarrollaron e impartieron capacitaciones teórico-prácticas a gerentes regionales, supervisores y mercaderistas.

Para los mercaderistas se presentó en detalle el nuevo sistema de trabajo.

En el caso de los supervisores, se manejaron además conceptos relacionados con supervisión de personal (gestión, objetivos, liderazgo, problemas operativos y coaching), y el modelo de la generación de rutas.

Matriz de integración y control de la información

DOCUMENTO/ HERRAMIENTA/ REPORTE	GENERADO POR	MEDIO DE GENERACIÓN	PERIODICIDAD DE GENERACIÓN	OBJETIVO/VALOR	USUARIO	PERIODICIDAD DE ANÁLISIS
Plan Semanal de Visitas al Autoservicio	La ruta es generada por el Supervisor y el resto de la información la alimenta el Mercaderista	Manual	Semanal	Establecer la ruta del Mercaderista de acuerdo a las necesidades que se presenten en campo, permitir al Supervisor ejercer control al cumplimiento de las rutas y horarios establecidos.	Supervisor	En cada visita de supervisión al mercaderista y. quincenalmente en la reunión de Retroalimentación.
Reporte de Novedades	Mercaderista	Manual	Eventual	Identificar las actividades en el punto de venta que de alguna u otra forma puedan afectar la estrategia diseñada por TQ.	Supervisor, Representante de Ventas, Gerente de Campo.	A partir de la detección de la novedad en el punto de venta.
Plan Semanal de Visitas de Supervisión	Supervisor	Manual	Semanal	Establecer la planeación de visitas de supervisión. Facilitar el monitoreo de las actividades del Mercaderista en el Punto de Venta. Establecimiento de las visitas con un objetivo claro de medición.	Gerente Regional de Campo	Quincenalmente, en la reunión de Revisión de Indicadores
Record del Mercaderista	Supervisor	Manual	Cada visita de supervisión	Llevar un registro de las visitas de supervisión por Mercaderista. Monitorear las observaciones realizadas en el Punto de Venta. Corregir las debilidades del Mercaderista.	Supervisor	Quincenalmente, en la reunión de Retroalimentación. El Supervisor debe realizar una visita y por ende un record al mercaderista, al

DOCUMENTO/ HERRAMIENTA/ REPORTE	GENERADO POR	MEDIO DE GENERACIÓN	PERIODICIDAD DE GENERACIÓN	OBJETIVO/VALOR	USUARIO	PERIODICIDAD DE ANÁLISIS
Plantilla de Entrega de Información en los Plazos Establecidos (Mercaderistas)	Supervisor	Excel	Quincenal	Contar con la información actual de los puntos de venta y monitorear el correcto diligenciamiento de los formatos establecidos por TQ. Llevar el control de la puntualidad de las entregas de información de los Mercaderistas.	Supervisor	En las fechas programadas para entrega de los formatos
Plantilla de Entrega de Información en los Plazos Establecidos (Supervisores)	Gerente Regional de Campo	Excel	Semanal	Contar con la información del desempeño del área de mercaderistas y de la entrega oportuna del plan de visitas del Supervisor al Gerente de Campo	Gerente Regional de Campo	En las fechas programadas para entrega de los formatos
Modelo de Volumetría	Asociada de Planeación	Excel	Trimestral/Anual	Determinar el número de Horas Hombre requeridas por punto de venta y por unidad de negocio	Asociada de Planeación	Trimestral
Reporte del Supervisor	Supervisor	Excel	Semanal	Monitorear el desempeño del área de mercaderistas con base en los indicadores establecidos	Gerente Regional de Campo	Quincenal
Modelo de Simulación Plan de Visitas del Supervisor	Gerente Regional de Campo	Excel	Anual	Determinar el número de visitas que el Supervisor puede realizar en el mes según la importancia del punto de venta.	Gerente Regional de Campo	Anual
Modelo del Costo de Servicio	Asociada de Planeación	Excel	Mensual	Monitorear el costo del servicio mensual y poder estimar el ahorro, teniendo en cuenta una combinación óptima de mercaderistas de nomina de TQ y contratados por intermedio de Outsourcing.	Asociada de Planeación	Mensual

DOCUMENTO/ HERRAMIENTA/ REPORTE	GENERADO POR	MEDIO DE GENERACIÓN	PERIODICIDAD DE GENERACIÓN	OBJETIVO/VALOR	USUARIO	PERIODICIDAD DE ANÁLISIS
Plan de Acción de las Reuniones	Por el responsable de la reunión	Manual	Al finalizar cada reunión	Definir responsables y fechas de las acciones correspondiente en cada caso con el fin de verificar su realización.	Responsable de la reunión	Cada reunión
Check List de Implementación	Gerente Regional de Campo	Manual	En cada salida con el Supervisor. El Gerente de Campo debe salir 2 veces al mes con cada	Acompañamiento al personal de supervisión para retroalimentación de la gestión. Hacer monitoreo del plan de implementación al nuevo programa de trabajo.	Coordinador de Programas de Piso	Inmediatamente después de cada salida
Modelo de Liquidación de Indicadores	Coordinador de Programas de Piso	Excel	Mensual	Establecer el porcentaje de liquidación de las bonificaciones ó la parte variable del salario acorde al comportamiento de los indicadores	Recursos Humanos	Mensual

Ilustración 8fuente propia

Recomendaciones

Este proyecto será eficaz si se realiza las siguientes recomendaciones

- Verificar el cumplimiento a la Semana Típica, es decir, la entrega de la información al Gerente Regional por parte del Supervisor, los martes y los viernes.
- Generar las rutas de supervisores y mercaderistas, de acuerdo al procedimiento acordado.
- Garantizar que las reuniones de supervisores y gerentes regionales, se realicen formalmente bajo el esquema definido (tiempo, forma y fondo).
- Cumplir el plan de implementación en las regionales, enviar oportunamente la información actualizada, reforzar a los supervisores sobre los nuevos procedimientos y monitorear los indicadores.
- Actualizar el Modelo de Volumetría con los cambios en el presupuesto.
- Implementar el Sistema de Retribución a supervisores y mercaderistas.
- Realizar un esfuerzo permanente de fortalecimiento en habilidades de liderazgo y gestión a los gerentes regionales y supervisores.

Bibliografía

Oiss. (s.f.). Obtenido de <http://www.oiss.org/estrategia/Manual-de-buenas-practicas-de,502.html>

RAE. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=JKjRM5a>

RAE. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=c2YDwu2>

Anexos

MODELO CONCEPTUAL DEL PROCESO DE MERCADERISMO

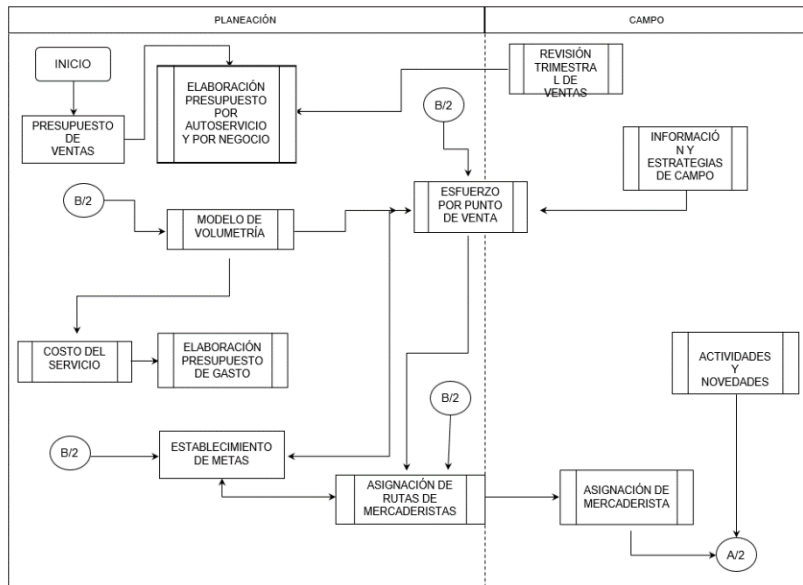


Ilustración 9 fuente propia

MODELO CONCEPTUAL DEL PROCESO DE MERCADERISMO

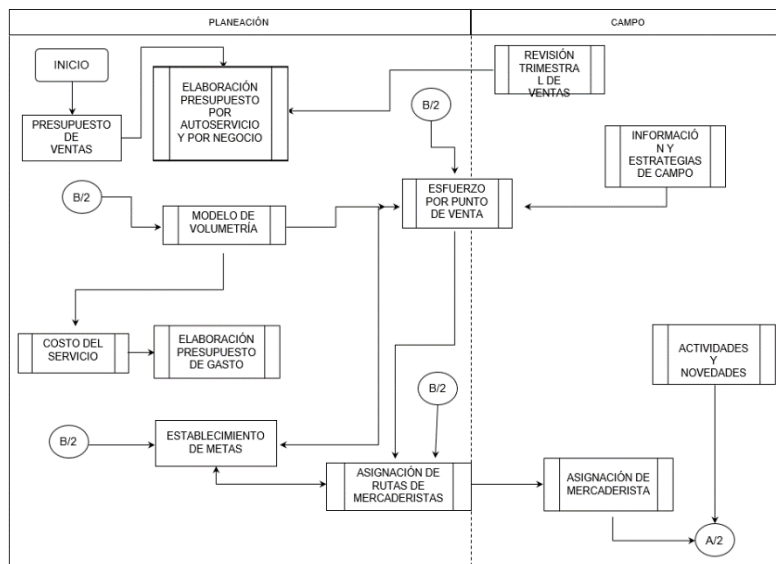


Ilustración 10 fuente propia

Consolidados por supermercado

Consolidado supermercado 1 país

	surtido	pedido	frenteo	cliente atención	reportes	otros	TOTAL
ELEMENTOS DE ASEO	119	0	18	0	0	65	202
PAÑALES	691	258	972	61	293	784	3059
BLANQUEADORES	1300	14	442	19	0	110	1885
BOTIQUIN	306	27	308	2	0	434	1077
FIBRAS Y PAÑOS	697	7	209	71	1	61	1046
LIMPIADORES Y CERAS	295	1	130	0	0	146	572
ASEO PERSONAL	158	15	123	0	0	51	347
ADHESIVOS	3	0	1	0	0	8	12
TOTAL	3569	322	2203	153	294	1659	8200

Ilustración 11 fuente propia

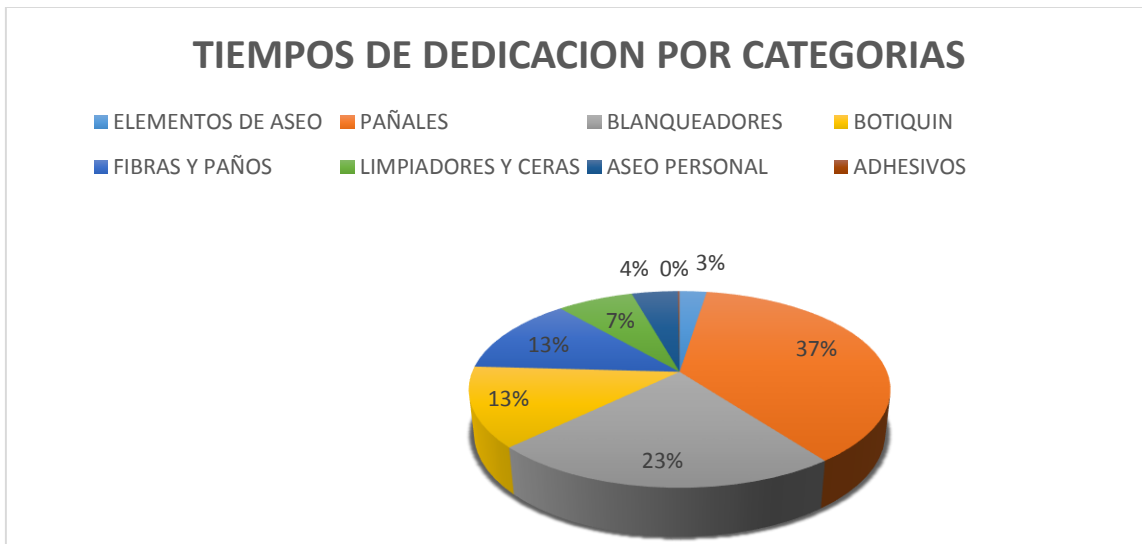


Ilustración 12 fuente propia

Consolidado supermercado 2 país

	surtido	pedido	frenteo	cliente atención	reportes	otros	TOTAL
BLANQUEADORES	7376	175	640	133	238	1491	10053
PAÑALES	7278	48	613	161	98	1847	10045
BOTIQUIN	4723	23	1743	11	72	294	6866
FIBRAS Y PAÑOS	5577	24	607	31	82	440	6761
LIMPIADORES Y CERAS	3332	5	420	32	25	560	4374
ASEO PERSONAL	986	0	255	0	154	14	1409
ADHESIVOS	346	0	118	0	0	0	464
ELEMENTOS DE ASEO	0	0	10	0	0	191	201
Total	29618	275	4406	368	669	4837	40173

Ilustración 13 fuente propia

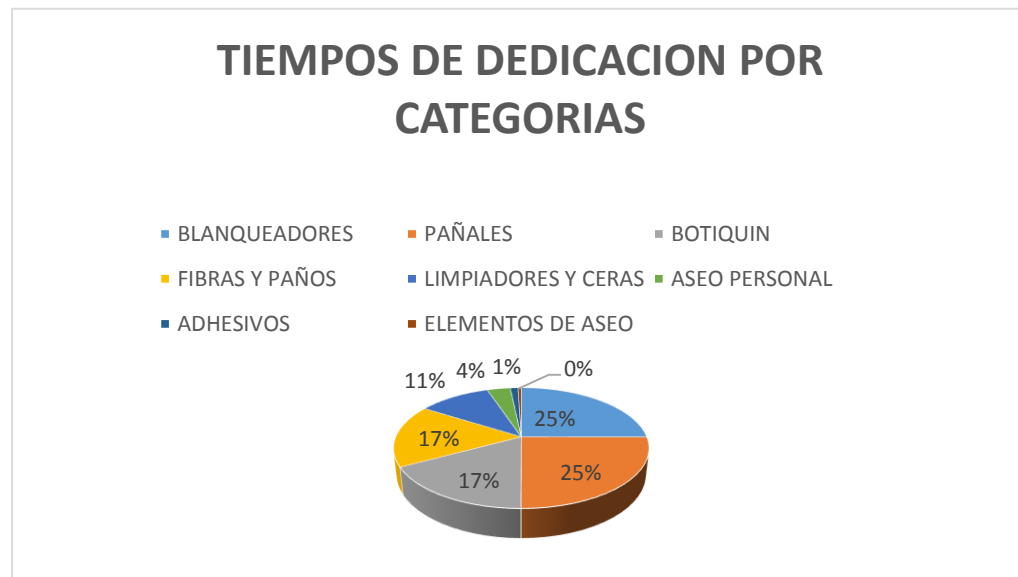


Ilustración 14 fuente propia

Consolidado supermercado 3- país

	surtido	pedido	frenteo	cliente atención	reportes	otros	TOTAL
PAÑALES	1345	557	1253	255	596	2096	6102
BLANQUEADORES	2288	54	707	5	23	627	3704
LIMPIADORES Y CERAS	730	11	298	0	0	359	1398
ELEMENTOS DE ASEO	5	0	28	47	32	208	320
FIBRAS Y PAÑOS	1451	10	523	4	6	259	2253
BOTIQUIN	1478	10	1011	0	11	28	2538
ASEO PERSONAL	608	2	240	0	0	12	862
ADHESIVOS	45	0	99	0	0	80	224
TOTAL	7950	644	4159	311	668	3669	17193

Ilustración 15 fuente propia

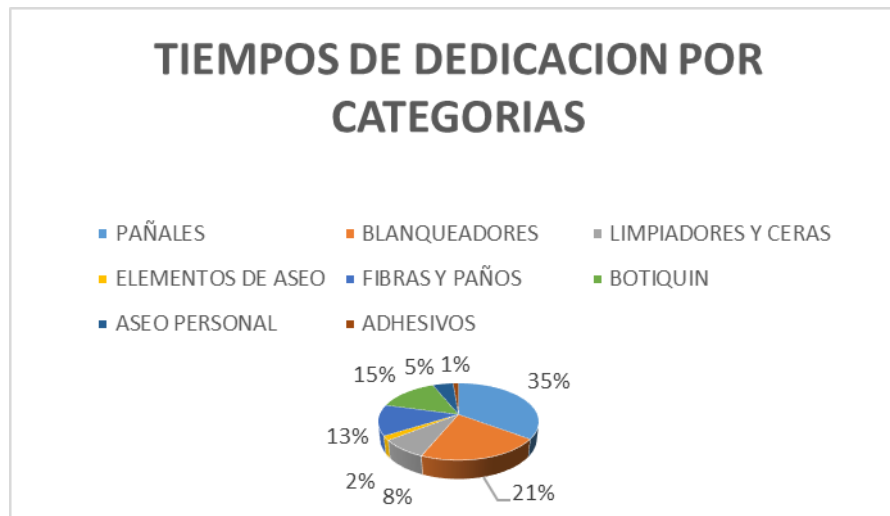


Ilustración 16 fuente propia

Consolidado supermercado 4 – país

	surtido	pedido	frenteo	cliente atención	reportes	otros	TOTAL
PANALES	1292	220	483	117	335	964	3411
BLANQUEADORES	1484	34	595	18	105	453	2689
BOTIQUIN	731	45	557	10	9	506	1858
FIBRAS Y PAÑOS	978	6	571	0	0	126	1681
LIMPIADORES Y CERAS	541	22	316	13	15	325	1232
ASEO PERSONAL	321	5	338	24	22	66	776
ELEMENTOS DE ASEO	170	4	189	24	7	367	761
ADHESIVOS	0	2	68	0	0	19	89
TOTAL	5517	338	3117	206	493	2826	12451

Ilustración 17 fuente propia

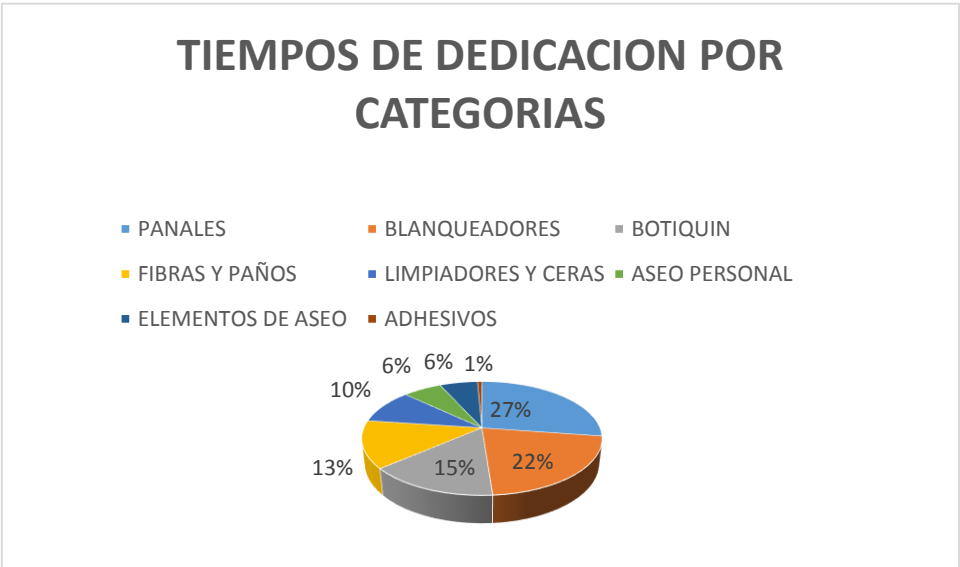


Ilustración 18 fuente propia

Consolidado supermercado 5 – país

	surtido	pedido	frenteo	cliente atención	reportes	otros	TOTAL
BLANQUEADORES	1004	0	483	0	0	0	1487
PAÑALES	396	0	392	0	0	505	1293
BOTIQUIN	550	0	466	0	0	0	1016
FIBRAS Y PANOS	685	0	242	0	0	0	927
ASEO PERSONAL	251	0	147	0	0	65	463
LIMPIADORES Y CERAS	74	0	258	0	0	0	332
ELEMENTOS DE ASEO	0	0	14	0	0	0	14
ADHESIVOS	0	0	16	0	0	0	16
TOTAL	2960	0	2018	0	0	570	5548

Ilustración 19 fuente propia

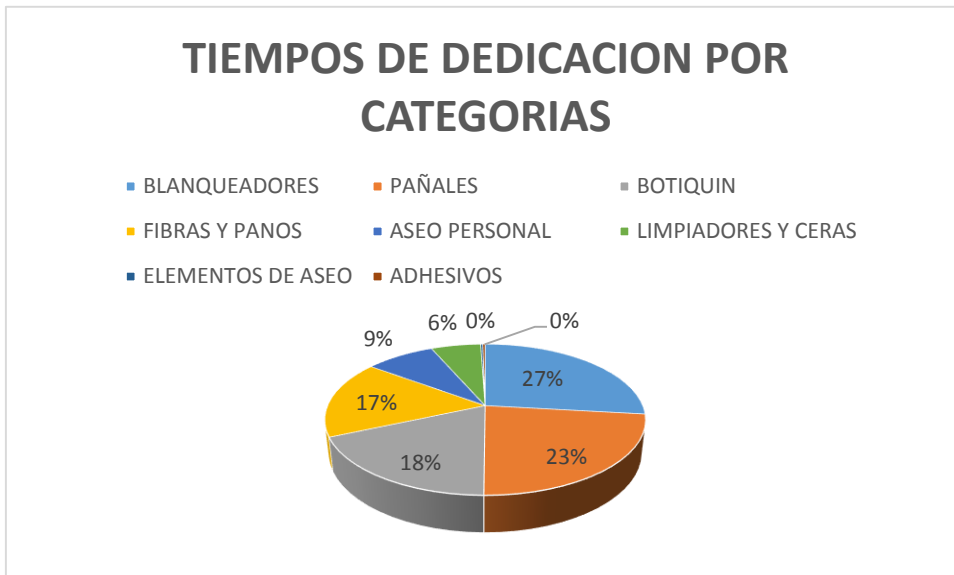


Ilustración 20 fuente propia

Visita típica del mercaderista:

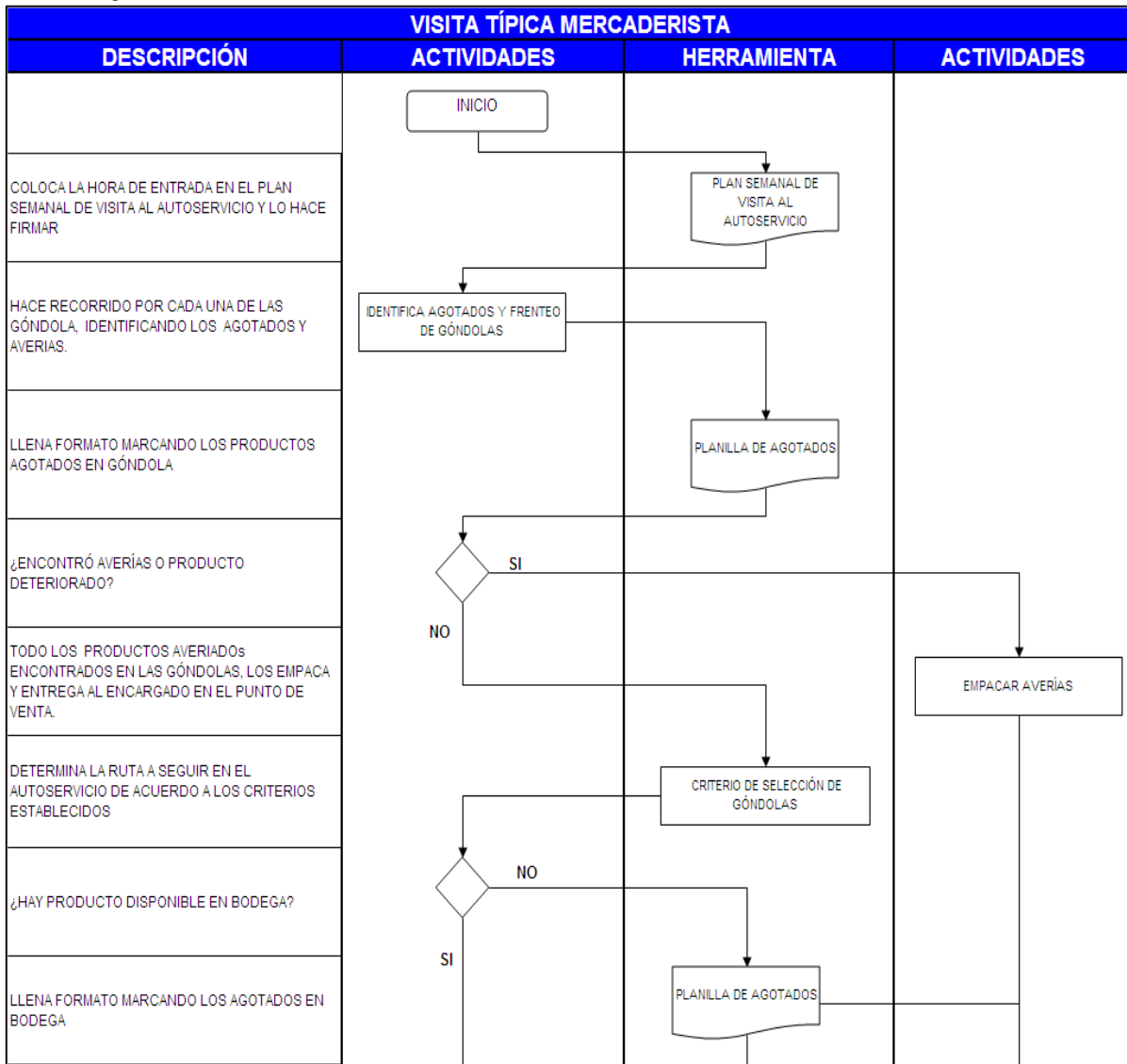


Ilustración 22 fuente propia

Práctica de operación Estándar:

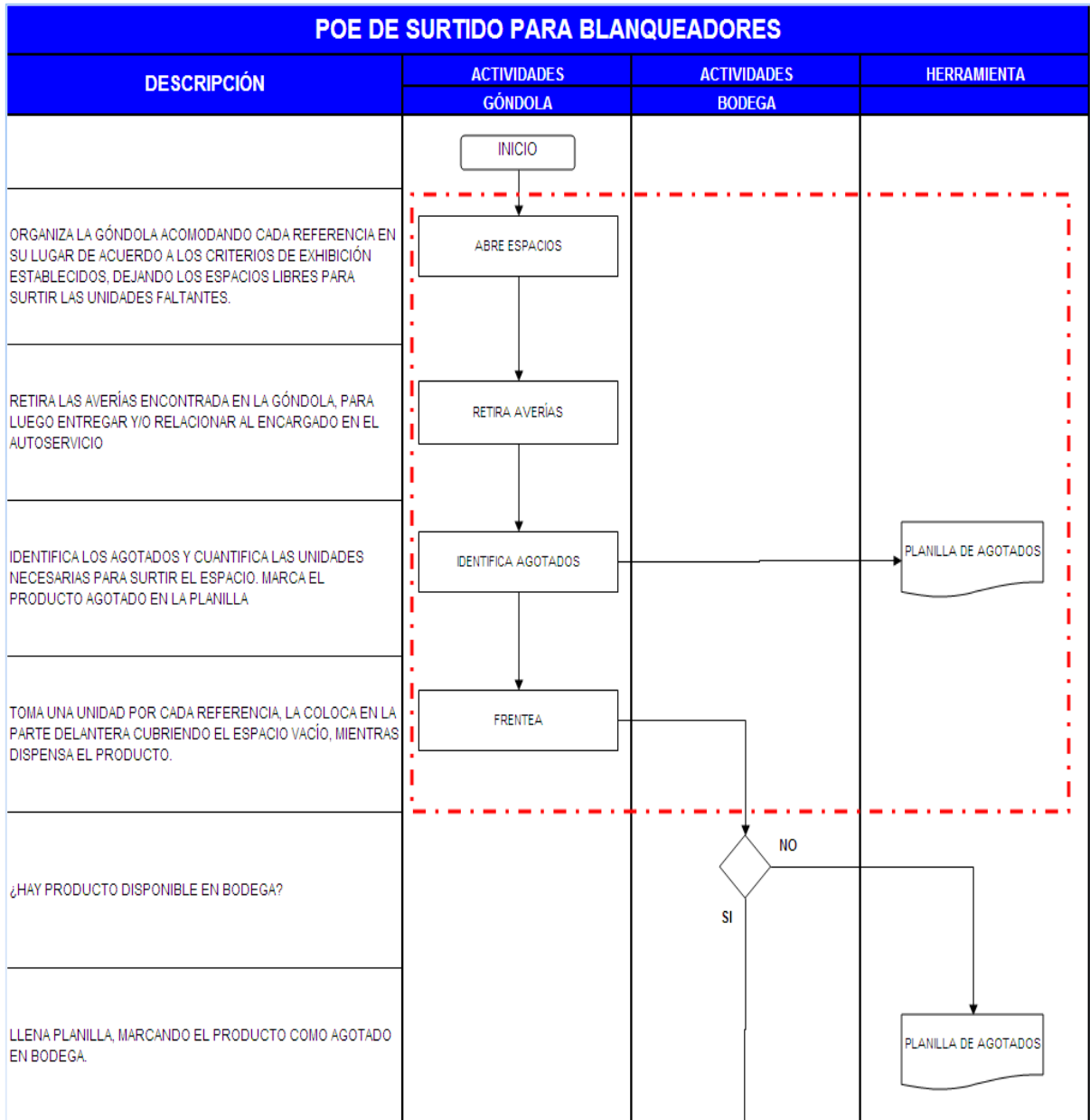


Ilustración 23 fuente propia

Plan Semanal de Visitas al Autoservicio

PLAN SEMANAL DE VISITA AL AUTOSERVICIO								
MERCADERISTA: _____				FECHA DE ENTREGA: _____				
SUPERVISOR: _____		SEMANA DEL: _____		AL: _____				
REGIONAL: _____		CIUDAD: _____		LUNES		DOMINGO		
DIA	PROGRAMADO	AUTOSERVICIO	HORA DE ENTRADA	FIRMA AUTOSERVICIO	REAL	HORA DE SALIDA	FIRMA AUTOSERVICIO	TOTAL HORAS
LUNES								
MARTES								
MIERCOLES								
JUEVES								
VIERNES								
SABADO								
DOMINGO								
AUTOSERVICIO		VISITAS PROGRAMADAS		VISITAS REALIZADAS		CUMPLIMIENTO (%)		
TOTAL								

FIRMA SUPERVISOR: _____ FIRMA MERCADERISTA: _____

Ilustración 24 fuente propia