



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA APLICACIÓN WEB PARA
LA TOMA Y ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS –**

EXTRANET CSL

PRESENTADA POR

DANIEL ALONSO HURTADO ESPINOZA

INFORME POR EXPERIENCIA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL

LIMA – PERÚ

2015



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

**IMPLEMENTACION DE UNA APLICACIÓN WEB PARA LA
TOMA Y ADMINISTRACION DE PEDIDOS – EXTRANET CSL**

INFORME POR EXPERIENCIA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL

PRESENTADO POR

HURTADO ESPINOZA DANIEL ALONSO

LIMA – PERÚ

2015

DEDICATORIA

A las personas que confían en mí y que están a mi lado viendo y viviendo el crecimiento que uno tiene día a día, sin dejar de mencionar el sacrificio y esfuerzo de muchos años de mis padres para brindarnos educación tanto a mí como a mi hermano y a cada una de las estrellas que desde el cielo me cuidan que son las personas que ya no están físicamente conmigo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
INTRODUCCION.....	8
<i>Antecedentes</i>	9
<i>Planteamiento del Problema</i>	10
<i>Objetivo General</i>	12
<i>Objetivos Específicos</i>	12
<i>Alcance</i>	13
<i>Justificación</i>	15
<i>Limitaciones</i>	16
CAPÍTULO 1. TRAYECTORIA PROFESIONAL.....	17
1.1. Cerámica San Lorenzo S.A.C.....	17
1.2. Transportes y Servicios DyR E.I.R.L.....	20
1.3. ALP Soluciones E.I.R.L.....	22
CAPÍTULO 2. CONTEXTO EN EL QUE SE DESARROLLO LA EXPERIENCIA.....	23
2.1. ETEX GROUP.....	23
2.2. Cerámica San Lorenzo - Perú	23
Misión	24
Visión	24
Organigrama	25
Proyecto.....	25
Desarrollo.....	25
CAPÍTULO 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	25
3.1. Situación Inicial.....	26
3.2. Problema	26
3.3. Plan del Proyecto	28
3.4. Cronograma de Actividades.....	30
3.5. Descripción de la Solución.....	31
3.6. Alcance del Proyecto	32

3.7.	Objetivos del Proyecto	32
3.8.	Resultados	34
3.9.	Justificación y Realización del Proyecto	37
3.10.	Metodología	38
3.11.	Funcionalidad.....	40
3.12.	EXTRANET CSL.....	43
	Generalidades	43
	Requisitos.....	43
	Roles de la Aplicación	44
	Uso de la Aplicación	45
	Módulo Cliente.....	46
	Módulo Orden de Compra	47
	Módulo de Consulta de Stock de Productos	48
	Módulo de Seguimiento de Ordenes de Pedidos	48
	Módulo de Consulta de Estado de Cuenta.....	49
	Módulo de Consulta de Cartas Fianza.....	49
	CAPÍTULO 4. REFLEXION CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA.....	50
4.1.	Responsabilidad del Proyecto	50
4.2.	Tiempo de Ejecución.....	50
4.3.	Requisitos para Ejecutar el proyecto	50
4.4.	Puesta en marcha del Proyecto.....	51
4.5.	Impacto del Proyecto.....	51
	CONCLUSIONES.....	55
	RECOMENDACIONES.....	56
	FUENTES DE INFORMACION.....	57
	ANEXOS.....	58
	Clientes CSL - Zona Lima	58
	Clientes CSL - Zona Norte	61
	Clientes CSL - Zona Oriente.....	63
	Clientes CSL - Zona Sur	67
	Procedimiento de Venta	69
	Manual Ex CSL	72

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Organigrama Cerámica San Lorenzo – Perú	25
Ilustración 2. Proyección 2011	26
Ilustración 3. Diagrama de Flujo del Proceso de Ventas CSL (Inicial)	27
Ilustración 4. Diagrama Causa - Efecto.....	28
Ilustración 5. Árbol de Problemas	28
Ilustración 6. EDT para la planificación del proyecto.....	29
Ilustración 7. Cronograma de Actividades	30
Ilustración 8. Diagrama de Flujo del Proceso de Ventas CSL (Inicial).....	31
Ilustración 9. Asignación de Colaboradores	33
Ilustración 10. Capacitación Clientes Zona Norte	35
Ilustración 11. Capacitación Clientes Zona Sur.....	36
Ilustración 12. Capacitación Clientes Zona Centro - Oriente.....	36
Ilustración 13. Funcionalidades Extranet CSL.....	40
Ilustración 14. Roles de la Aplicación Web	44
Ilustración 15. Ingreso Extranet CSL.....	45
Ilustración 16. Página Principal –Cliente	45
Ilustración 17. Cambio de Contraseña	46
Ilustración 18. Actualización de Datos	47
Ilustración 19. Orden de Compra	47
Ilustración 20. Consulta Stock.....	48
Ilustración 21. Seguimiento de Órdenes de Pedido	49
Ilustración 22. Impacto del Proyecto	53
Ilustración 23. Impacto del Proyecto/Objetivos	54

RESUMEN

El presente proyecto consiste en la implementación de un sistema de Información que registra los pedidos generados por ventas usando una aplicación web, aplicable a la administración de pedidos y existencias físicas de productos en el almacén de Cerámicas San Lorenzo (Perú), esta implementación permite registrar los pedidos en línea, obteniendo información proporcionada por los clientes como usuarios definidos (principal y secundarios), así como la solicitud de pedidos de manera rápida y permite la exportación de reportes de compras históricas, pendientes de pagos, actualización de documentación para gestión de créditos y como ayuda en la toma de decisiones, como por ejemplo el reporte consolidado de pedidos por solicitante, el reporte de productos con mayor rotación. Un punto muy importante del presente proyecto es la posibilidad del trabajo en línea para la solicitud de pedidos y la disponibilidad real de productos en almacén.

SUMMARY

The present project consists in the implementation of an information system that registers the orders generated by sales using a web application, applicable to the administration of orders and physical stock of products in the store of Ceramica San Lorenzo (Perú), this implementation allows registering online orders, obtaining information provided by customers as defined users (primary and secondary), as well as the request of orders quickly and allows the export of reports of historical purchases, pending payments, updating documentation for credit management and as an aid in making decisions, such as the consolidated report of orders per applicant, the report of products with the highest turnover. A very important point of the present project is the possibility of online work for the request of orders and the actual availability of products in storage.

INTRODUCCION

Hoy en día, las telecomunicaciones han logrado penetrar absolutamente en todas las áreas de la sociedad, tanto en el diario vivir de una familia como en la manera de realizar negocios de una empresa. Desde hace algunas décadas, las telecomunicaciones han sido utilizadas para apoyar y colaborar en la gestión de los negocios; el fax y el teléfono fijo fueron, herramientas que ayudaron a disminuir increíblemente los tiempos de todos los procesos relacionados con la comunicación entre diferentes entidades comerciales, luego con la aparición del teléfono celular, muchas empresas se vieron inmensamente beneficiadas al poder contactarse con sus trabajadores y clientes que estaban fuera de las oficinas; hasta que llegó el internet que se encargó de unir de manera más eficiente la información que se desea mostrar hacia el mundo, intercambiando información de importancia.

Se ha visto como las tecnologías creadas en el área de las telecomunicaciones han tenido una directa repercusión en las empresas comerciales, ya sea en sus modelos de negocios, logística, producción, etc.

Es por ello que para aprovechar a la tecnología como actor principal en los negocios, se desarrolló e implementó una herramienta que une el área comercial con la logística de la empresa Cerámica San Lorenzo (Perú).

Antecedentes

La gerencia de ventas de Cerámica San Lorenzo recibe quejas y reclamos por parte de los clientes debido a que sus pedidos no son ingresados al sistema¹.

A la gerencia de ventas le reporta el jefe de administración de ventas y despacho, quien es responsable del ingreso de los pedidos, la recepción de la producción en almacén y la correcta distribución de los pedidos a nivel nacional e internacional, el ingreso de los pedidos manuales, está a cargo de un sectorista² asignado para cada vendedor.

Al realizar el ingreso manual, se presume que los pedidos podrían tener preferencias del sectorista y a su vez acumulación de pedidos y por ello el incremento de horas extras y asignación de personal extra para los cierres de mes.

Los stocks ofrecidos a los clientes al tenerlos solo como reportes informativos crean diferencias entre lo real contra los pedidos que se tienen en cola por ingresar al sistema.

¹ JD Edwards (ERP)

² Colaboradores del área de Administración de Ventas y Despacho que ingresan los pedidos de forma manual al Sistema de Cerámica San Lorenzo

Planteamiento del Problema

La actualidad nos dice que hoy en día las empresas para mantenerse y sobre todo para seguir creciendo en el mercado requieren utilizar distintas estrategias para captar a nuevos clientes, una de ellas es realizar ferias en las distintas provincias y departamentos del Perú para promocionar los productos que la empresa ofrece y los nuevos lanzamientos al mercado, en donde los representantes de ventas asesoran, exponen y ofrecen productos a sus clientes frecuentes y a los posibles clientes. Una vez que alguna persona se interese por cierto producto y decida hacer un pedidos, los representantes de ventas proceden anotar el pedido en un formulario impreso o solicitan se envíe por medio de un fax la lista de pedidos a la central telefónica, esta información (lista o fax) se solicita a los sectoristas se ingrese en el sistema para realizar la toma del pedido y luego su atención.

Este proceso podría funcionar a la perfección, sin embargo se registran ineficientes al momento de la toma y atención de los pedidos puesto que actualmente los clientes requieren sus pedidos en el menor tiempo posible.

En caso no tengamos en físico los formularios utilizados para el ingreso de pedidos, no se podrá ingresar el pedido y como consecuencia no se atenderá al cliente. Por otro lado, si se pierden dichos formularios los clientes nunca recibirán sus pedidos. En ambos casos el cliente podría pensar en decidir por otros productos ofrecidos por otras empresas ocasionando la disminución en las ventas de la empresa y esta falta de ventas también trae como consecuencia el incremento del inventario debido a que la planta de producción no disminuye en capacidad.

La solución que se plantea para la problemática descrita anteriormente busca reformar y apoyar a la fuerza de ventas (FFVV), agilizando el proceso de la toma de pedidos con un sistema que permita el registro de pedidos en línea, obteniendo información de clientes y productos de manera más rápida y que provea reportes de control (por ejemplo reporte de productos más vendidos por zona) que ayuden en la toma de decisiones.

Objetivo General

Realizar la implementación de un sistema que registre pedidos para ventas usando una aplicación web, Extranet Cerámica San Lorenzo, aplicación que permite dar alternativas de solución para la problemática del proceso en la toma de pedidos.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que se buscan cumplir con la solución planeada son:

- a. Potenciar la FFVV, brindándoles la facilidad de realizar consultas y registro de pedidos en línea y a través de la web de Cerámica San Lorenzo.
- b. Tener un mecanismo de respaldo de manera que se puedan seguir registrando pedido así se tenga problemas de conexión a red o en caso ocurra algún inconveniente o se realice un mantenimiento a la base de datos central.
- c. Proveer un mecanismo que permita al gerente de ventas realizar un mejor control sobre sus vendedores.
- d. Permitir sincronizar la información local con la base de datos central en caso sea necesario.
- e. Explotar la información registrada en el sistema de manera que se puedan obtener reportes que apoyen a la toma de decisiones en la empresa como por ejemplo: zona donde se realizan las mayores ventas, productos más y menos vendidos.

Alcance

Para definir el alcance del proyecto se tomó en cuenta la dificultad de cada una de las funcionalidades que se implementaran, la aplicación está orientada a potenciar la FFVV y la búsqueda de extensión del mercado.

Se implementara las funcionalidades del sistema que se describen a continuación:

- a. Permitir a los representantes de ventas conocer los precios y las descripciones de los productos a partir de una búsqueda o ingresando el código de los mismos desde la web.
- b. Permitir a los clientes registrar sus pedidos en línea y conocer los montos que representa cada pedido a medida que se muestran los costos por pedido y las cantidades disponibles de stock.
- c. Permite actualizar en línea la información de productos en la base de datos principal.
- d. Permitir un mecanismo de sincronización en caso no se tenga acceso directamente a la base de datos central.
- e. Permite el envío en copia digital del pedido a los clientes en automático.
- f. Permitir exportar al excel la lista de precios de los productos.
- g. Permitir manejar usuario y perfiles con distintos permisos.
- h. Permitir generar reportes como: productos con mas venta que permita conocer a los vendedores con mejor rendimiento y reforzar a los que lo necesiten, informes de los pedidos realizados por la FFVV, productos más y menos vendidos en un periodo seleccionado, consolidado mensual con la cantidad y monto total de productos vendidos por cada uno de los vendedores y reporte de productos bajo el mismo stock mínimo.

Así mismo se diseñara e implementara una base de datos que simule pedidos actuales que servirán para realizar las pruebas necesarias de sincronización de datos.

Con el equipo y base de datos detallados anteriormente se busca cumplir los objetivos planteados y de la misma manera automatizar y hacer mucho más eficiente el proceso de toma y modificación del pedidos, ayudar la labor de los representantes de ventas y contribuir a la empresa brindando un mejor servicio y una mayor satisfacción a sus clientes.

Justificación

Lo que se busca en el proyecto es darle un orden y la seguridad del ingreso total de las órdenes de pedido del proceso de ventas, utilizando una herramienta web, que permita a los clientes poder acceder a los datos de los productos y tomar los pedidos los productos que requieran.

Las razones por las cuales se justifica la realización de este proyecto son las siguientes:

- a. Bajo costo que para las empresas peruanas es de mucha importancia, pues no cuentan con los recursos como para adquirir alguna de las aplicaciones existentes en el mercado debido a su elevado costo. La solución planteada tiene un costo que aproximadamente equivale a la cuarta parte del precio de otras soluciones en el mercado por lo que podría decirse que se encuentra al alcance de más empresas en el Perú.
- b. Desarrollo sobre un sistema windows que resultará muy familiar para los usuarios y facilitará aún más la adaptación de los mismos al uso del sistema.
- c. Facilidad para instalar actualizaciones remotamente.
- d. No se considera consumo de memoria de la aplicación para el cliente, se trabaja sobre una base de datos de Cerámica San Lorenzo.

Limitaciones

Las siguientes limitaciones extienden la puesta en marcha del proyecto:

- a. Disponibilidad de tiempo para reuniones diarias de la jefatura de sistemas, la jefatura de administración de ventas y el proveedor.
- b. Actualización de la base de datos de los clientes y la creación de los perfiles asignados.
- c. Capacitación para los clientes a nivel nacional.
- d. Sincronización con los stocks de las bodegas, se requiere de inventarios que muestren exactitud de cantidades para correcta atención de pedidos.

CAPÍTULO 1. TRAYECTORIA PROFESIONAL

1.1. Cerámica San Lorenzo S.A.C. Pertenece al grupo ETEX GROUP, importante grupo industrial internacional que ocupa una posición de liderazgo en el campo de materiales y acabados para la construcción, CERÁMICA SAN LORENZO S.A.C. Cuenta con una planta de producción situada en el distrito de Lurín al sur de la ciudad de Lima con una extensión total de 135,000 m², desarrolla una gran variedad de cerámicos combinando la más alta calidad con novedosos diseños.

Asistente de Producción

Noviembre 2005 – Noviembre 2006

Producción

- Responsable de presentar informes diarios al jefe de planta y los diferentes supervisores de producción.
- En cargado de preparar las presentaciones sobre los sistemas de 5s, así como los de mejoramiento en las labores de los operadores.
- Análisis y designación de tareas operativas a los auxiliares de las líneas de producción.
- Elaboración de manual de procedimientos.
- Manejo de personal (10 personas).

Calidad

- Control del porcentaje de defectos encontrados en el producto terminado y mejora de la calidad mediante el uso y

preparación de informes para el análisis en mejorar indicadores.

Supervisor de Distribución

Diciembre 2006 – Julio 2008

Almacén

- Optimización de los movimientos dentro del almacén debido a una nueva ubicación del producto terminado, reduciendo el consumo de gas por monta carga de 400 horas (mínimo) a 280-300 horas/mes.
- Reducción de gastos operativos y planilla cerca de S/.10 000 soles mensuales

Distribución

- Se rediseñaron y establecieron rutas de envío optimas que dieron como resultado la reducción de tiempos de entrega de mercadería a los clientes y el cumplimiento del 90% de las órdenes de compra.
- Aumento de las atenciones diarias con lo que se descargó el almacén en un 8% mensual.

Jefe de Administración de Ventas, Almacén y Distribución

Julio 2006 – Julio 2014

Almacén

- Coordinación directa con la Gerencia de Ventas para impulsar al cumplimiento de los objetivos mensuales, con la rotación de inventarios y elaboración de ofertas a los distribuidores a nivel nacional.
- Organizar, dirigir y controlar las actividades diarias del Operador Logístico (Ransa) encargado de manejar los inventarios e impulsar el cumplimiento de las proyecciones mensuales de los despachos a nivel nacional.
- Revisar los inventarios para mantener un stock mínimo en almacén de los productos de alta rotación e incluirlos en los programas de producción.

- Supervisar que el stock ofrecido a los retails mantengan las cantidades solicitadas y proyectadas para sus cuotas mensuales.
- Controlar la buena administración del inventario.
- Se mantiene un nivel de atención de las órdenes de compra diarias en un 85%.
- Controlar los ingresos y salidas de producto terminado a los almacenes realizando comparaciones con el kardex.

Distribución

- Gestionar el transporte para los despachos a nivel nacional (tradicional y retail), negociación directa con los proveedores actuales y los ofrecidos para iniciar operaciones.
- Soporte administrativo a la gerencia de ventas para el establecimiento y negociación de los costos por movilizar las cargas a los diferentes puntos de distribución.
- Responsable del cumplimiento de los lead time hacia los clientes de los productos solicitados, así como el cumplimiento del fill rate³ con los grandes consumidores de la compañía (retail).
- Evaluación de la eficiencia de los sectoristas encargados de cada uno de los distribuidores.

Ventas

- Elaborar los planes de producción de las tres plantas, revisando las proyecciones de cada producto con las necesidades de los clientes del mercado local (tradicional⁴ y retail⁵) e internacional.
- Responsable de la generación de pedidos por parte de los sectoristas de cada zona a nivel nacional (tradicional y retail) cumpliendo con los proyectados para cada mes (1 100 000 m2 vendidos y despachados)

³ Indicador que mide el nivel de cumplimiento de entrega de pedidos completos al cliente (Referencias, Unidades de Productos y Pedidos).

⁴ Casas & Cerámicos, Consorcio Comercial Universal, Grupo Romero, Representaciones Jems, Inversiones Heydi, entre otros clientes.

⁵ Maestro Home Center, Sodimac, Promart y Casinelli.

- Revisión con los clientes principales nacionales de la compañía los logros de sus cuotas mensuales con respecto a sus ventas.
- Negociación con los diferentes retails del sector en la planificación de productos para cada mes, revisando sus stocks, proyección de ventas y proyección de productos a fabricar y despachar cubriendo cada una de sus necesidades.
- Responsable del incremento de ventas anuales con respecto al año anterior en un 8% como mínimo por zona.
- Implementación exitosa de Sistema de ingreso de pedidos mediante aplicación web, se capacito al 100% de los clientes a nivel nacional y cada apertura de tienda se visitó a los nuevos clientes para realizar una capacitación personalizada del sistema.
- Calculo de la demanda de los productos con mayor rotación y el ofrecimiento de descuentos y ofertas de productos con mayor presencia en almacén.

Producción

- Planeamiento y control de la producción.
- Elaboración del plan de producción para las tres plantas situadas en Perú, cubriendo necesidades del mercado tradicional, retail y exportaciones.

12 Transportes y Servicios D&R E.I.R.L. Operador logístico dedicado al Transporte, almacenamiento y distribución de productos principalmente desde la ciudad de Lima hacia el sur del país.

Jefe de Operaciones Logísticas

Julio 2014 - Actualidad

Ventas

- Líder del proyecto de atención y distribución a pedidos por internet Saga Falabella

- Responsable de licitaciones de transportes, almacenamiento y distribución de productos a nivel nacional.
- Responsable de la búsqueda de nuevos clientes del mercado tradicional.

Operaciones

- Consolidación de la mercadería a trasladar de los diferentes puntos de recojo o la oficina de Lima.
- Planificación de las unidades a enviar a los diferentes clientes según los tipos de carga y los tipos de unidades.
- Responsable del cumplimiento de los horarios de carga para hacer eficiente las entregas en clientes del mercado Tradicional⁶ y Retail⁷.
- Responsable de la salida de la mercadería en almacenes Lima y Arequipa.
- Coordinación con mantenimiento para el cumplimiento de las atenciones de los camiones en mantenimientos preventivos o correctivos.

Logística

- Responsable de la negociación de precios para compras de combustible, lubricantes, repuestos y otros para el cumplimiento operativo de las unidades de carga.
- Validación de las facturas por concepto de compras y/o servicios.

Servicio

- Atención del total de las solicitudes de los clientes.
- Cumplimiento de las fechas y horas de recepción de la mercadería despachada a los clientes del mercado tradicional y retail.

⁶ Saga Falabella, Maestro Home Center, Sodimac, Promart, Casinelli, Makro, Plaza Vea y Tottus

⁷ Tay Loy, Tay Heng, Pepsico, Protisa, Kimberly & Clark, entre otros.

13. ALP Soluciones E.I.R.L. Empresa dedicada a la búsqueda de clientes para servicios logísticos (asesorías, capacitaciones, transporte y servicios en general).

Gerente General

Febrero 2015 – Actualidad

Ventas

- Búsqueda de clientes que necesiten soluciones logísticas de cualquier nivel.

Operaciones

- Control de operaciones contratadas (transporte).
- Capacitaciones, asesorías y seminarios.

Dentro de la trayectoria profesional se comprueban 10 años de experiencia, una combinación de producción y todo tipo de operaciones logísticas, lo más significativo es la obtención de cargos de Jefatura, el manejo de personas y responsabilidades como presupuestos económicos, proyecciones de ventas y rotación de inventarios.

Actualmente las experiencias laborales se complementan con capacitaciones y asesorías a clientes que confían diferentes tipos de productos asociados a la buena gestión de la cadena de suministros.

CAPÍTULO 2. CONTEXTO EN EL QUE SE DESARROLLO LA EXPERIENCIA

2.1. ETEX GROUP, importante grupo industrial internacional que ocupa una posición de liderazgo en el campo de materiales y acabados para la construcción, tiene como actividades principales:

- Fabricación de materiales para techos y cubiertas.
- Fabricación de paneles y construcción liviana.
- Fabricación de revestimientos para pisos y paredes.
- Fabricación de materiales para protección contra incendios y aislamiento de alto rendimiento

Su sede principal está en Bruselas – Bélgica y cuenta con más de 116 filiales establecidas en 44 países en los cinco continentes y emplea a más de 17.000 personas.

2.2. Cerámica San Lorenzo - Perú forma parte de las empresas pertenecientes a ETEX GROUP, cuya especialidad es la fabricación de revestimientos y pisos cerámicos, gres porcelánico y porcelanatos.

Cerámica San Lorenzo - Perú inicia sus operaciones comerciales el 27 de Junio del año 1996 importando productos de Cerámica San Lorenzo - Argentina y ocasionalmente de Cerámica Cordillera – Chile, habiendo desarrollado una red de distribución a nivel nacional e incrementándose la demanda del mercado, inicia la construcción de su planta en mayo de 1999 al sur de Lima en el

distrito de Lurín con los más altos estándares de seguridad ambiental y tecnología italiana de vanguardia.

Año y medio después amplía su capacidad productiva, innovando en la producción del Revestimiento Cerámico de Pared, permitiendo así abastecer parte de la demanda insatisfecha de los revestimientos, en la actualidad, la extensión de Cerámica San Lorenzo - Perú tiene un total de 130,000 m², cuyas maquinarias para la fabricación son de la más alta tecnología disponible hoy en el mundo, desarrollando una gran variedad de productos combinando la más alta calidad y belleza.

Misión

“Generar experiencias memorables en nuestros clientes a través del conocimiento, agilidad y flexibilidad en el servicio, y diseño de productos, sosteniendo relaciones a largo plazo con la comunidad, trabajadores y clientes”.

Visión

“Garantizar que la organización sea rentable y competitiva en el tiempo, cumpliendo con las expectativas financieras y de mercado de nuestros accionistas”.

Organigrama

Cerámica San Lorenzo Perú (2011)

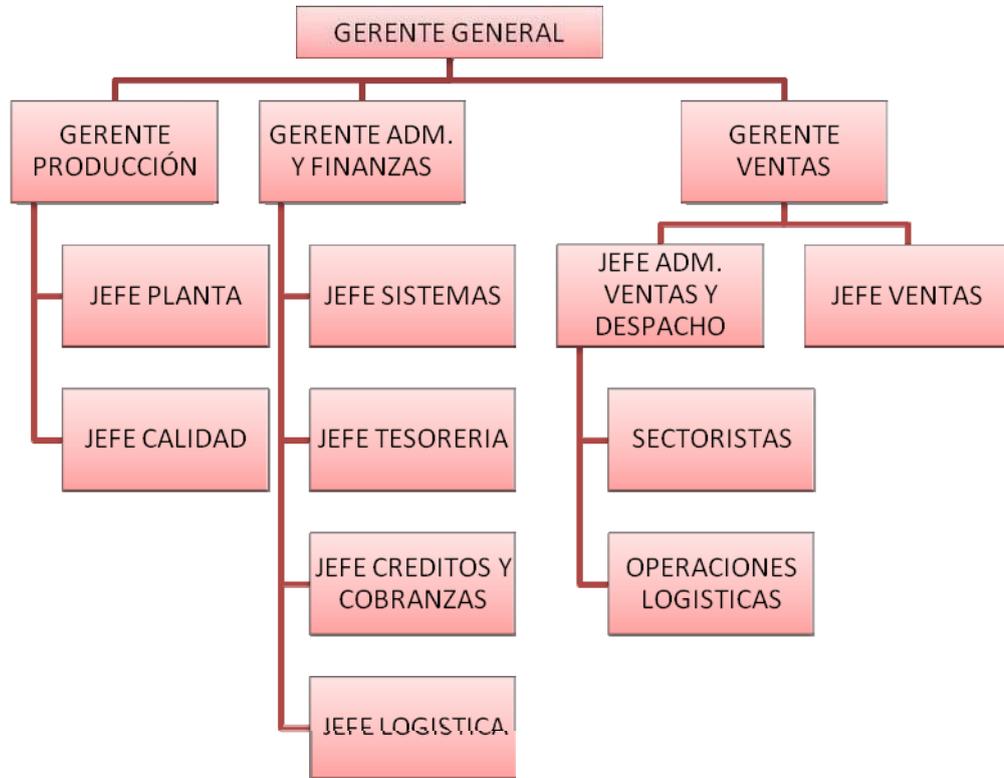


Ilustración 1. Organigrama Cerámica San Lorenzo - Perú

Proyecto

Implementación de una aplicación web para la toma y administración de pedidos – Extranet CSL.

Desarrollo

Para llevar a cabo el proyecto extranet CSL se designó como jefaturas responsables a sistemas y administración de ventas y despacho; para ello se contrató los servicios de Team Soft⁸

⁸ Fabricación de Software (www.teamsoft.com.pe)

CAPÍTULO 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- 3.1. Situación Inicial** Se iniciaba el año 2011 y con ello Cerámica San Lorenzo – Perú inaugura una nueva planta de producción y la expectativa al cierre era incrementar en 40% su capacidad productiva (Ilustración 2), esto implicaría aumentar también los niveles de ventas, para ello se potencio al equipo de ventas aumentando las visitas a los clientes, motivando a los clientes con aumento de cuotas mensuales, mejor llegada de productos nuevos y promociones.

Producción	2010		2011	
Planta 1	600,000	m2	650,000	m2
Planta 2	400,000	m2	450,000	m2
Planta 3	-	m2	300,000	m2
Total	1,000,000	m2	1,400,000	m2

Ilustración 2: Proyección 2011.

- 3.2. Problema** Al cierre del año 2010, los pedidos se ingresaban de forma manual al sistema, generando el mayor cuello de botella en el proceso de atención de órdenes y flujo de los inventarios, los sectoristas generaban horas extras y la asistencia a planta en fechas no laborables para cumplir con el ingreso de pedidos, los precios no concordaban con los ofrecidos por la Gerencia de Ventas y los inventarios aumentaban en cantidades quedando menos ubicaciones dentro

de almacén, a continuación se muestra el flujo de las órdenes de compra.

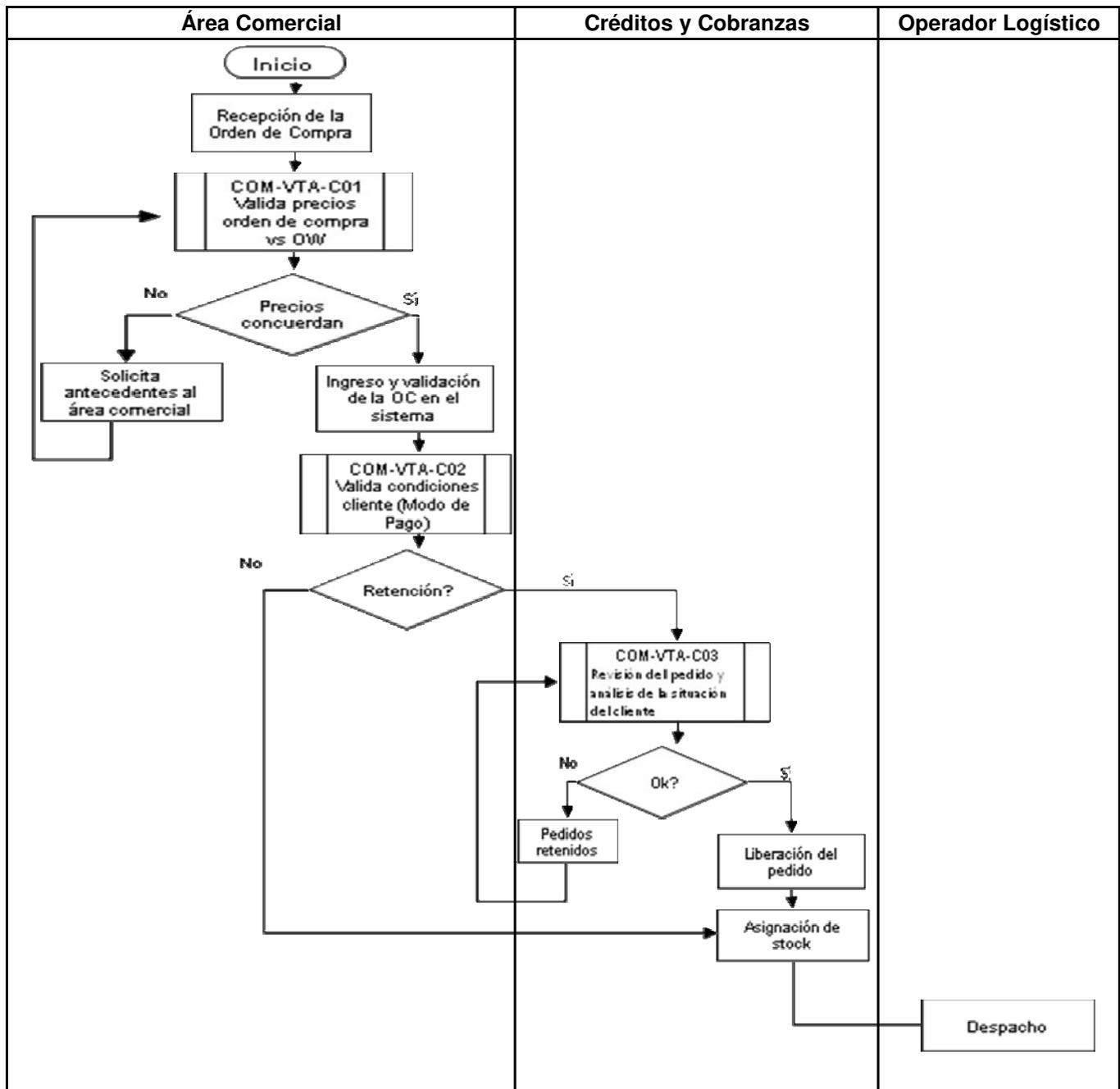


Ilustración 3: Diagrama de Flujo del Proceso de Ventas CSL (Inicial).

3.3. Plan del Proyecto

3.3.1. Método 6M.

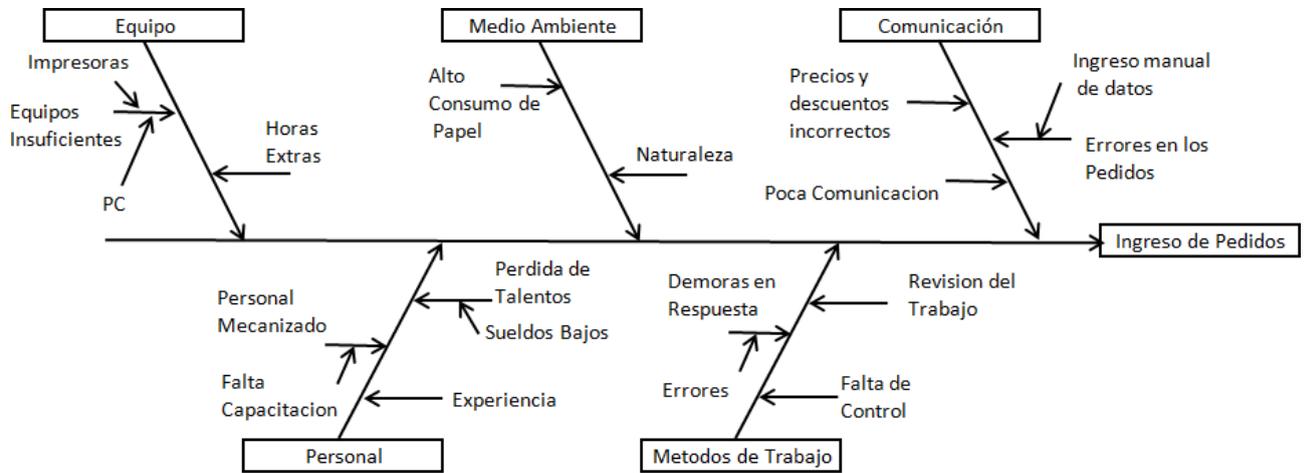


Ilustración 4: Diagrama Causa – Efecto

3.3.2. Árbol de Problemas.

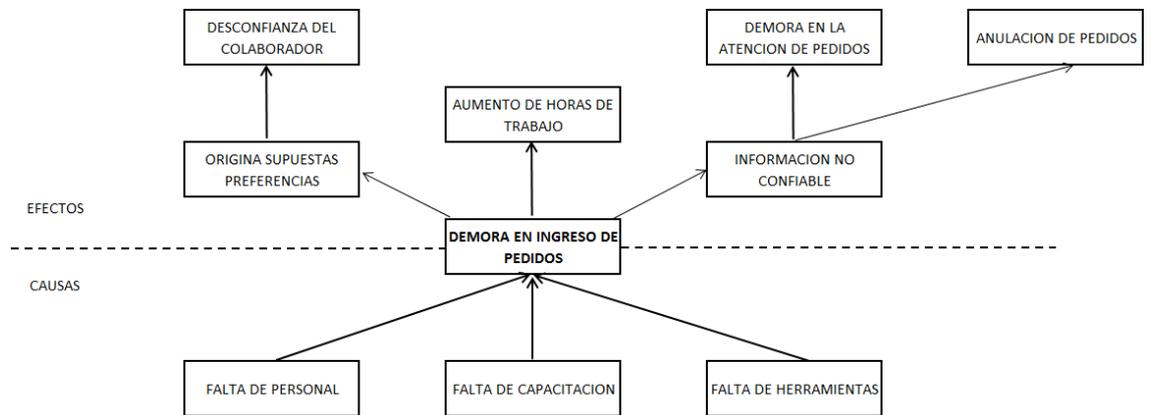


Ilustración 5: Árbol de Problemas

3.3.3. Planificación. Se establecieron las tareas a desarrollar en el proyecto. Para desarrollar el plan de proyecto se utilizaron alguna de las buenas prácticas para la gestión del proyecto PMBOK, principalmente los procesos:

- Desarrollar el acta de construcción del proyecto.
- Desarrollar el plan para la dirección del proyecto.
- Crear la EDT⁹ y definir su alcance

Ilustración 6 muestra la estructura de descomposición del trabajo definida y los principales entregables:

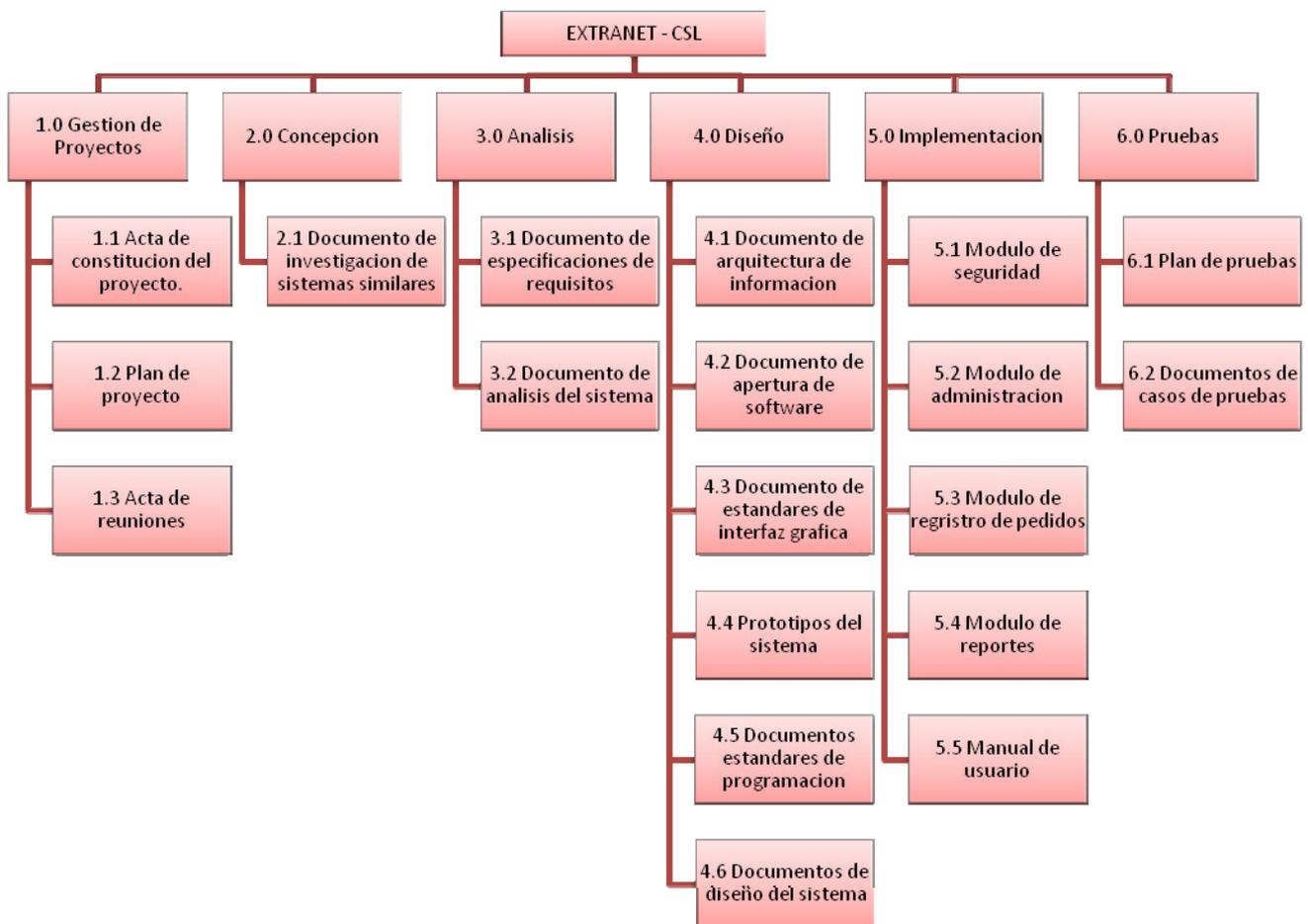


Ilustración 6. Estructura de descomposición del trabajo para la planificación del proyecto.

⁹ Estructura de Desglose del Trabajo

34. Cronograma de Actividades

EXTRANET	CSL	211 Días
	1 Gestión de Proyectos	22 Días
	1.1 Acta de constitución de proyectos	5 Días
	1.2 Plan de proyecto	14 Días
	1.3 Acta de reuniones	3 Días
	2 Concepción	14 Días
	2.1 Documento de investigación de sistemas similares	14 Días
	3 Análisis	24 Días
	3.1 Documento de especificaciones de requisitos	10 Días
	3.2 Documento de análisis del sistema	14 Días
	4 Diseño	63 Días
	4.1 Documento de arquitectura de información	7 Días
	4.2 Documento de apertura de software	12 Días
	4.3 Documento de estándares de interfaz grafica	5 Días
	4.4 Prototipos del sistema	25 Días
	4.5 Documentos estándares de programación	7 Días
	4.6 Documentos de diseño del sistema	7 Días
	5 Implementación	53 Días
	5.1 Modulo de seguridad	7 Días
	5.2 Modulo de administración	7 Días
	5.3 Modulo de registro de pedidos	14 Días
	5.4 Modulo de reportes	21 Días
	5.5 Manual de usuario	4 Días
	6 Pruebas	35 Días
	6.1 Plan de pruebas	30 Días
	6.2 Documentos de casos de pruebas	5 Días

Ilustración 7. Cronograma de Actividades

35. Descripción de la Solución La solución que se plantea, será llamada Extranet CSL, consiste en desarrollar e implementar una aplicación que registre los pedidos de venta utilizando la web.

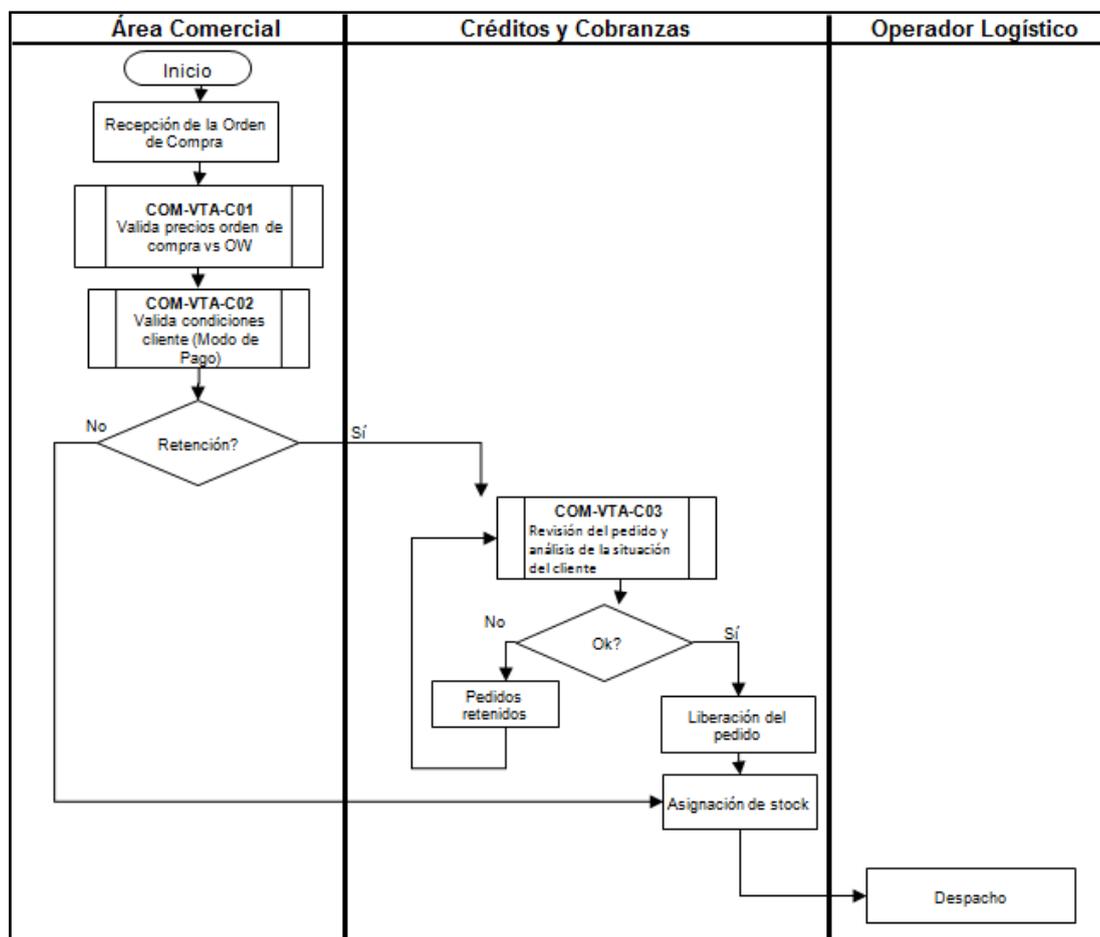


Ilustración 8. Diagrama de Flujo del Proceso de Ventas CSL (Final).

La implementación del proyecto, como muestra la Ilustración 7 nos permite:

- Optimizar los puestos de trabajo.
- Reducir la acumulación de hojas de papel.
- Asignar nuevos perfiles y responsabilidades a los sectoristas.
- Reducir posiciones administrativas y reducir gastos en el presupuesto del área.
- Atención personalizada a los clientes.

3.6. Alcance del Proyecto Este documento se aplica al informe por Experiencia Profesional que tiene como objetivo realizar la implementación de una aplicación web que registre los pedidos de Ventas para Cerámica San Lorenzo – Perú.

Para definir el alcance del proyecto se tomó en cuenta la dificultad de cada una de la funcionalidades que se piensan implementar, adicionalmente se decide que el sistema se oriente a empresas comercializadores que requieran automatizar sus procesos de ventas acercándose a sus clientes.

Se implementará las funcionalidades del sistema descritas anteriormente buscando cumplir con los objetivos generales y específicos, los cuales son los siguientes:

- a) Permitir a los representantes de ventas y clientes, conocer el precio y descripción de los productos con sólo ingresar a consultar el código del producto desde web.
- b) Permitir a los representantes de ventas y clientes visualizar los subtotales de los pedidos solicitados.
- c) Permitir actualizar inmediatamente la información en la Base de Datos de la empresa.
- d) Permitir enviar una copia digital del pedido a los usuarios en general.
- e) Generar un reporte de ventas realizadas dentro de cierto periodo de tiempo.

La aplicación web, cubre la totalidad de los clientes a nivel nacional sin importar la importancia del cliente en la organización.

3.7. Objetivos del Proyecto El desarrollo de la aplicación web tiene como finalidad liberar el cuello de botella al momento del ingreso de pedidos en el proceso de ventas, considerando lo siguiente:

- a) Agilizar el ingreso del 100% de los pedidos recibidos a diario: El 25% de órdenes de compra enviada por los clientes, se ingresaban fuera del horario de oficina o al día siguiente de recepcionada.
- b) Reducción de horas de trabajo y ausentismo del personal: A diario se programa una móvil para el retorno de los colaboradores hacia Lima que se quedaban fuera del horario de oficina, además conseguir gente comprometida con el horario aumentaba la rotación en recursos humanos.
- c) Asignación correcta de colaboradores: El crecimiento de los pedidos mecanizaba a los colaboradores y no generaban apoyo en la toma de decisiones del área comercial.

SECTORISTAS			
ANTES DEL PROYECTO		DESPUES DEL PROYECTO	
PUESTO	CLIENTE	PUESTO	CLIENTE
RETAIL 01	CASSINELLI	RETAIL 01	CASSINELLI/MAESTRO
RETAIL 02	MAESTRO	RETAIL 02	SODIMAC
RETAIL 03	SODIMAC		
LOCAL 01	ZONA LIMA	LOCAL 01	ZONA LIMA
LOCAL 02	ZONA NORTE	LOCAL 02	ZONA NORTE/SUR
LOCAL 03	ZONA SUR	LOCAL 03	ZONA CENTRO/ORIENTE
LOCAL 04	ZONA CENTRO		
LOCAL 05	ZONA ORIENTE	SUPERVISOR	SEGUIMIENTO DESPACHOS

Ilustración 9. Asignación de Colaboradores

- d) Asegura llegar a nivel nacional con pedidos y ofertas a la mayoría de clientes sin concentrarlos en prioridades: Alto índice de reclamos a la Gerencia Comercial debido al retraso en ingreso de pedidos y la variación de precios con respecto a la des configuración por sistema de las listas.

- e) Confiabilidad del inventario: Los inventarios tenían un desfase de 15-20% entre el físico y lo que reflejaba el sistema antes del proyecto.
- f) Capacitación a los usuarios internos como a los clientes.

38. Resultados Los resultados que se esperan son los siguientes:

- a) Se manejará un mecanismo de registro de pedidos en línea así como un registro de pedidos en lotes, estos pedidos son recepcionados al 100%

Pedidos Recepcionados = Pedidos Ingresados

- b) No se registran horas extras por ingreso de pedidos.
- c) Se redujo el equipo de sectoristas en 44% y se asignó al de mayor experiencia a realizar seguimiento de los despachos.
- d) Mediante una capacitación a nivel nacional se llegó atender a la totalidad de distribuidores, para el caso de retail la aplicación funciona mediante interfaces con el sistema del cliente. Detalle de las capacitaciones:

NORTE	
TRUJILLO	
CIUDAD	CLIENTE
CHEPEN	ROMERO TRADING S.A.
PACASMAYO	ROMERO TRADING S.A.
CHIMBOTE	ROMERO TRADING S.A.
	ALTA CERAMICA
	TRINIT
TRUJILLO	ROMERO TRADING S.A.
	DAVISA - MERCADO FERRETERO
	ARENERA JAEN
CHICLAYO	ROMERO TRADING S.A.
	FERROCENTRO
	FERRONOR

PIURA	
CIUDAD	CLIENTE
CAJAMARCA	ROMERO TRADING S.A.
JAEN	ACABADOS ALTAMIRANO S.R.L
TUMBES	SOC. COMERCIAL SAN JOSE S.A.
	COPECO
	FERRETERIA Y ACABADOS DE CONSTRUCCION IDROGO S.A.C.
PIURA	ROMERO TRADING S.A.
	ELEODORO QUIROGA
	COMERCIAL BORRERO
	DECORCERAMICOS A & C E.I.R.L
	RONALD MARTIN CORDOVA SEMINARIO

Ilustración 10. Capacitación Clientes Zona Norte

SUR	
AREQUIPA	
CIUDAD	CLIENTE
AREQUIPA	CARFER
	CASAS & CERAMICOS
	COMERCIAL FERRETERIA GRIMS
	FERRETERIA Y ACABADOS ROJAS
	B&C MULTIMAS
ILO	SERVICIOS Y REPRESENTACIONES MECON
	CERAMICO LOPEZ
MOQUEGUA	BEIKERT
TACNA	JL DISTRIBUCIONES SRL
	COFEASUR S.A.C.
CUSCO	
CIUDAD	CLIENTE
ABANCAY	DISTRIBUCIONES ANGELA
CUZCO	MULTICENTRO SANTA CATALINA
	HERMOZA MUÑIZ FRANK RONAL
	GONZALES CALVO FABIOLA
	INDUSTRIAS REMOSA
	DISTRIBUIDORA DE MAYOLICAS
JULIACA	SANICERAMICA FRANZ
	DIREPSUR HOME CENTER S.A.C.
PUNO	FERRETERIA CERAMICA EL SOL E.IR.L.
	MARIELLA BUTRON
PUERTO MALDONADO	DISTRIBUCIONES COMERCIALES DEL SUR
	DISMA SELVA

Ilustración 11. Capacitación Clientes Zona Sur

CENTRO ORIENTE	
CIUDAD	CLIENTE
AMAZONAS	COMERCIAL ZEGARRA E.I.R.L
APURIMAC	GONZALES RAMOS EDGAR
AYACUCHO	FERRETERIA SAN LORENZO E.I.R.L.
	INVERSIONES CESAR K.V. EIRL
	REPRESENTACIONES PACIFIC E.I.R.L.
HUANUCO	FERROCON S.R.L.
	LEIVA Y ECHEVARRIA AUGUSTO
	PICON S.A.C.
JUNIN	A & H FERRETERA SAN CARLOS SAC
	CERAMICAS LEON S.A.C.
	DISTRIB MAYOLICAS CERAM SANITARIOS EIRL.
	PISOS CENTRO DEL PERU ANGELA SCRL
	DISESTRAR SCRLtda
LORETO	D'KASA & DECORACIONES E.I.R.L.
	COMERCIAL IQUITOS S.A.
	COMERCIAL POSEIDON E.I.R.L.
	CORPORACION COMERCIAL DEL AMAZONAS S.A.
	GABY S.A.
	STRONG LORETO S.A.C.
	VELA DE PALACIOS NORA LUZ
PASCO	PORRAS SAMANIEGO NORMA INES
SAN MARTIN	LUZ CENTER MATERIALES DE CONSTRUC. EIRL
	ZEGARRA MEDINA MARITZA REBECA
	COMERCIAL SELVA NOR PERUANA S.A.
	CORPORACION COMERCIAL DEL AMAZONAS S.A.
	PROMOTORA ORIENTAL S.A.C.
UCAYALI	DISTRIBUIDORA SANTA MARIA EIRL
	PRO NEGOCIOS S.A.C.

Ilustración 12. Capacitación Clientes Zona Centro - Oriente

- e) El inventario ingresante almacén y el almacenado refleja un nivel de confianza del 98%

Cantidad Producida = Ingreso Almacén

Stock Físico = Stock Virtual (sistema)

Productos Despachados = Descarga Diaria

*Las diferencias se generan por archivos de interface que no fueron registrados como nuevos, ejemplo: nuevos productos, tamaños entre otras clasificaciones no informadas.

- f) La labor de los representantes podrá ser más eficiente ya que se podrán concentrar en otras actividades relacionadas a promoción y ventas, así como apertura de nuevos puntos de venta.
- g) Los pedidos podrán ser preparados con mayor anticipación, podrán ser entregados a tiempo con lo cual se espera que se tengan clientes fidelizados con el servicio.
- h) Los clientes obtendrán una copia en digital del pedido y de tal manera también se podrán realizar modificaciones dentro del pedido.
- i) Se contará con reportes que permitan visualizar el consolidado de las ventas de manera rápida que ayude tanto a los vendedores a saber cómo va su desempeño, como al gerente de ventas al momento de evaluar su FFVV.
- j) Se contará con un sistema de seguridad a nivel de usuarios, perfiles y opciones por perfil.
- k) Se forzara a contar con los inventarios actualizados con la finalidad que los productos solicitados tengan existencia en almacén.

39. Justificación y Realización del Proyecto

Lo que se busca en el proyecto es abarcar una parte del proceso de ventas, de esta manera proporcionar a los clientes una herramienta que sirva de ayuda y soporte para las consultas diarias de stock, avance de ventas, consulta de precios, estados de cuenta y cualquier consulta que estén acostumbrados sea proporcionada por el representante de ventas o su respectivo sectorista, además de ello, se justifica la realización de este proyecto por lo siguiente:

- a) Para los clientes de Cerámica San Lorenzo – Perú, el sistema no tendrá un costo por implementación, la fábrica asume el costo total.
- b) Desarrollo sobre un sistema Windows que resultará familiar para los usuarios y facilitará su adaptación al uso del sistema.
- c) Facilidad de actualizaciones remotamente.
- d) El consumo de memoria de la aplicación sobre la plataforma .Net es menor a una realizada en Java, lo cual es muy importante debido a las limitaciones de los dispositivos móviles en cuanto a memoria y espacio de almacenamiento.
- e) Cerámica San Lorenzo – Perú, se hace responsable de capacitar al 100% de sus clientes a nivel nacional, se agendan capacitaciones por zona y a los nuevos clientes se les asesora desde el primer día con la aplicación Extranet CSL.

3.10. Metodología El desarrollo de la aplicación estará basado en la metodología Rational Unified Process (RUP), la cual provee de buenas prácticas para el desarrollo de software a través de plantillas y herramientas que servirán como guía para las actividades de desarrollo, será de carácter orientado a objetos y ayudará en la implementación de la siguiente manera:

- Elaboración de Casos de Uso.
- Elaboración del Proceso Centrado en la Arquitectura.
- Fases del Proyecto:

Concepción, fase donde se establece la oportunidad y alcance del proyecto. Se identifican las entidades externas con las que se trata (actores) y se define la interacción en un alto nivel de abstracción. Se identifica además todos los casos de uso y riesgos, se define los criterios de éxito, los recursos necesarios y se presenta el plan de fases.

- Definición de objetivo general y específicos.
- Definición del alcance del proyecto.
- Estado del arte de los sistemas de ventas, que se pueden utilizar desde dispositivos, móviles existentes en el mercado.
- Levantamiento de información, necesidades, requerimientos del negocio en empresas medianas y pequeñas del país.
- Identificar los actores internos y externos, interesados en fortalecer la FFVV de la empresa.
- Definición de la interacción de alto nivel.
- Organización de los requerimientos en funcionales y no funcionales.
- Documentación de los requerimientos y establecer las restricciones necesarias.

Elaboración, esta fase corresponde a ingeniería, define la arquitectura, redefine algunos aspectos de la visión del producto, tomando como referencia la fases iniciales. Etapa más crítica, pues a partir de ella se empieza la implementación y ello implica tener una base sólida de análisis y diseño. Las principales actividades involucradas en esta fase son:

- Comprensión exhaustiva de los casos de uso.
- Analizar el dominio del problema.
- Descripción de las clases y sus atributos.
- Descripción de los campos, relaciones.
- Elaborar el Modelo de Datos que utilizará el sistema.
- Documentación de los casos de uso en su totalidad con descripciones detalladas.
- Considerar algunos cambios significativos para seguir adelante con el proyecto.
- Documentación del diagrama de clases de análisis.
- Documentación del diagrama de clases de diseño.

- Preparar el diccionario de datos.
- Elaborar el prototipo de pantallas.

Construcción, en esta fase se gestiona los recursos, se optimiza y controla los procesos de construcción del producto.

3.11. Funcionalidad

FUNCIONALIDADES EXTRANET - CSL	
Prioridades de tareas.	Seguimiento de pedidos.
Gestión del proyecto y tareas.	Control de actividades administrativas.
Resolución de tareas.	Informes de ventas.
Control de versiones.	Informes de producción.
Gestión de tareas.	Informes de seguimiento de pedidos.
Mantenimiento de datos de productos.	Plan de producción.
Mantenimiento de datos de clientes.	Control de stock.
Mantenimiento de zonas de ventas.	Control de existencias.

Ilustración 13. Funcionalidades Extranet - CSL

Prioridades de tareas. Funcionalidad que permite dar de alta distintos tipos de prioridad, como pendientes de atención más urgentes o con retrasos.

Gestión del proyecto y tareas. Permite dar de alta los distintos estados que pueden adoptar tanto las tareas como los proyectos, ejemplo: inicial, en progreso, asignado, pendiente, etc.

Resolución de tareas. Ayuda a visualizar en estado del status de los pedidos, ejemplo: atendido, despacho o pendiente.

Control de versiones. La aplicación dispone la posibilidad de crear distintas versiones que pueden ser aplicadas a nuevas y futuras tareas que quisiéramos adicionar a las que se manejan desde iniciado el proyecto.

Gestión de tareas. La aplicación permite la creación de distintos tipos de tareas que permiten clasificarlas, es una base estadística donde se resumen los errores, mejoras encontradas que perfeccionan la funcionalidad de la aplicación con forme se utiliza.

Mantenimiento de datos de productos. Los productos conforme se comporten en el mercado, van cambiando de precios, los cambios pueden ser también por tipo de clientes, cada cliente según el segmento tiene una cabecera de descuentos distinta.

Mantenimiento de datos de clientes. Permite adicionar o dar de baja a direcciones donde los clientes recepcionan sus pedidos, este mantenimiento permite también en control de los usuarios.

Mantenimiento de zonas de ventas. Los nuevos puntos de ventas conforme van expandiéndose se tienen que registrar debido al control en los fletes de transporte que se tienen asignados por zonas.

Seguimiento de pedidos. Una vez despachados los pedidos, se puede saber si mantienen pendientes de saldos o en todo caso permiten informar que los productos ya fueron atendidos y que es labor del sectorista complementar con el transporte la ubicación de los pedidos.

Control de actividades administrativas. La aplicación directamente en su puesta en marcha, rediseña las actividades anteriores de los sectoristas de ventas, con la implementación, cada sectorista tiene una mejor control de sus pedidos y mejor respuesta a los clientes.

Informes de ventas. La mayor ventaja de esta aplicación por ser web, es que desde cualquier punto uno puede observar los indicadores de venta, por producto, zona, vendedores, tipo de producto, calidad, etc., los gerentes y vendedores que con mayor frecuencia están fuera de Lima tienen una mejor visión de los avances del día a día sin esperar información de la planta principal.

Informes de producción. Las cantidades solicitadas a producción se visualizan en cantidades, calidad y tipos de presentación.

Informes de seguimiento de pedidos. Los pedidos desde ingresados al sistema activan estados, el cliente desde su locación puede visualizar en línea como se encuentran.

Plan de producción. Según los inventarios físicos en almacén, el sistema alerta que productos se tienen que considerar según la importancia asignada en el plan de producción.

Control de stock. Se asignan cantidades estimadas de venta mensual, la aplicación va mostrando los avances.

Control de existencias. La trazabilidad con las existencias del almacén, se reflejan en la aplicación en línea, cada carga o descuento del stock se muestra de inmediato.

3.12 EXTRANET CSL

Generalidades

La aplicación web Extranet Cerámica San Lorenzo es un sistema web integrado compuesto por un conjunto de módulos funcionales. Los módulos que integran la aplicación web son:

Módulo de Clientes:

- Actualización de Datos del Cliente.
- Actualización de Datos de Tiendas.
- Cambio de Contraseña.
- Registro y Eliminación de Usuarios de Tiendas.

Módulo de Orden de Compra:

- Consulta de Órdenes de Compra registradas en la Extranet.
- Registro de Orden de Compra.

Módulo de Consulta de Stock de Productos.

Módulo de Seguimiento de Ordenes de Pedidos.

- Consulta de Pedidos asociados a Órdenes de Compra.
- Consulta de Detalle y Estado de Productos de un Pedido.

Módulo de Consulta de Estado de Cuenta.

Módulo de Consulta de Cartas Fianzas.

Requisitos

- Microsoft Internet Explorer 7.0 o superior.
- Google Chrome

- Mozilla Firefox 3.5 0 superior
- Servicio internet

Roles de la Aplicación

Para interactuar con la aplicación web Extranet Cerámica San Lorenzo se tienen los siguientes roles, cada uno de ellos tiene sus propios permisos de acceso a cada módulo de la aplicación web Extranet Cerámica San Lorenzo:

ROLES	MODULO	FUNCIONES
Rol Cliente Propietario	Módulo de Cliente	Actualización de Datos de Cliente.
		Actualización de Datos de Tienda.
		Registro y Eliminación de Usuarios de Tienda.
	Módulo de Orden de Compra	Consulta de Órdenes de Compra.
		Registro de Orden de Compra.
	Módulo de Consulta de Stock de Productos	Consulta de Stock de Productos
	Módulo de Seguimientos de Pedidos	Consulta de Pedidos de Venta asociados a Órdenes de Compra.
		Consulta de Detalle y Estado de Productos de Pedidos de Venta.
Módulo de Consulta de Estado de Cuenta.	Consulta de Estado de Cuenta de las Tiendas	
Módulo de Consulta de Cartas Fianzas.	Consulta de Cartas Fianzas.	
Rol Usuario de Tienda	Módulo de Orden de Compra	Consulta de Órdenes de Compra.
		Registro de Orden de Compra.
	Módulo de Consulta de Stock de Productos	Consulta de Stock de Productos
	Módulo de Seguimientos de Pedidos	Consulta de Pedidos de Venta asociados a Órdenes de Compra.
Consulta de Detalle y Estado de Productos de Pedidos de Venta.		

Ilustración 14: Roles de la Aplicación web.

Uso de la Aplicación

Ingreso. El acceso a la aplicación web Extranet Cerámica San Lorenzo se realiza a través de un navegador de internet. La ruta o url de acceso es:

<http://www.sanlorenzo.com.pe/extranet>

El sistema mostrará una página conteniendo dos campos:

- Código de Usuario.
- Contraseña.

Este extranet ha sido diseñada para que nuestros clientes puedan consultar en línea el estado de sus cuentas y el stock disponible de nuestros productos. Si es nuestro cliente y no cuenta con un usuario y password, por favor solicítela a través de nuestra página de contáctenos o al teléfono 417-3800.

Ilustración 15. Ingreso Extranet CSL.

Página principal de la aplicación, muestra: Clientes, Órdenes de Compra, Seguimiento, Stock de Productos, Estado de Cuenta y Carta Fianza

Código Cliente	Razón Social	Dirección	Tipo Cliente	Registro	Propietario	Email	Acciones
45275	DISTRIBUIDORA DE	CAL. MIGUEL	DISTRIBUIDOR	25/10/2011		idistrib@gnel.com	[Iconos]

Ilustración 16. Página Principal -Cliente

Módulo Cliente

Mediante este módulo se podrá actualizar los datos del cliente, actualizar los datos de las tiendas, registrar nuevos usuarios de tienda o eliminar usuarios ya existentes. Asimismo, el cliente podrá cambiar su contraseña de acceso, se muestra una pantalla donde se muestra un registro indicando la información básica del cliente.

- Código interno del cliente.
- Razón Social.
- Dirección.
- Tipo de Cliente.
- Fecha de Registro.
- Correo electrónico.
- Botones de Comando (Cambio de Contraseña y Edición de Datos del cliente).

Cambio de Contraseña. En registro de cliente, se puede solicitar el cambio de contraseña.



El formulario tiene un encabezado rojo con el título "CAMBIAR CONTRASEÑA" y un botón de cerrar "X". Contiene dos campos de texto para ingresar la nueva contraseña y reingresarla. Debajo de los campos hay un mensaje de advertencia en un recuadro amarillo: "La Contraseña debe tener de 6 a más caracteres, por lo menos un dígito y un alfanumérico, y no puede contener caracteres especiales". En la parte inferior derecha hay dos botones: "Guardar" y "Cancelar".

Ilustración 17. Cambio de Contraseña

Actualización de Datos del Cliente.

The screenshot shows a web application window titled 'Clientes' with a sub-header 'ACTUALIZAR'. It features three tabs: 'DATOS DE CLIENTE', 'DATOS DE TIENDA', and 'DATOS DE USUARIO'. The 'DATOS DE CLIENTE' tab is active, displaying a form with the following fields:

- Código de Cliente: 45279456
- Razón Social: DISTRIBUIDORA DE CERAMICA Y ACABADOS SAC
- RUC: 20452794561
- Tipo de Cliente: DISTRIBUIDOR (dropdown menu)
- Teléfonos: Three empty input fields
- Propietario: Empty input field
- Email(s) con [:]: d2dble@gmail.com
- Dirección: CAL. MIGUEL GRAU 288, ICA - CHINCHA - CHINCHA ALTA

Below the form are 'Grabar' and 'Salir' buttons. A 'Lista de Tiendas' table is visible at the bottom, showing one record for the client's address.

Tienda	Dirección	Acciones
45279456	CAL. MIGUEL GRAU 288 ICA - CHINCHA - CHINCHA ALTA	[Icon]

Page 1 of 1, Número de Registros : 1

Ilustración 18. Actualización de Datos

Módulo Orden de Compra

Se consultan las órdenes de compras registradas en la aplicación web extranet, se registran nuevas órdenes de compra.

The screenshot shows the 'Ordenes de Compra' module in the 'Sistema Web Extranet'. The header includes the 'SAN LORENZO' logo and navigation tabs: 'Clientes', 'Ordenes de Compra', 'Seguimiento', 'Stock de Productos', 'Estado de Cuenta', and 'Cartas Finiza'. The 'Ordenes de Compra' tab is active, displaying a search and list interface.

Search filters include:

- Tipo de Orden: ...TODOS...
- Desde: 04/11/2011
- Hasta: 04/11/2011
- Tipo de Pago: ...TODOS...
- Estado de la Orden: PENDIENTE

The 'Lista de Ordenes de Compra' table is currently empty, displaying the message: 'No se encontró registros con los criterios de búsqueda seleccionados'. The table headers are: Tienda, NumeroOCExtranet, NumeroOCCliente, Fecha, Peso (Kg), Tipo Orden, Dirección de Entrega, Localidad, Estado, Creado Por, Actualizado Por, and Acciones. Page 1 of 1, Número de Registros : 0.

Ilustración 19. Orden de Compra

Módulo de Consulta de Stock de Productos

El usuario consulta la información de disponibilidad de stock actualizada de los productos de Cerámica San Lorenzo.

Almacén	Código Producto	Descripción Producto	Stock Venta	Unidad Venta	Stock Primario	Unidad Primaria
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1342DENL0007	CENEFA AMANDA BEGE 13X42	17	CAJA	107.10	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1345DENL0011	CENEFA BRESIDA AVORIO 13X45	34	CAJA	229.00	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1333DENL0012	CENEFA MAJESTIC PLATA 10X33	144	CAJA	2376.00	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1342DENL0002	CENEFA MARIANA BEGE 12X42	2	CAJA	12.60	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1345DENL0009	CENEFA MARIANA BEGE 12X45	49	CAJA	339.75	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1344DENL0003	CENEFA NINA 13X45	113	CAJA	763.75	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1345DENL0009	CENEFA PAULA BEGE 13X45	6	CAJA	54.00	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1342DENL0003	CENEFA PAULA BRD 12X42	41	CAJA	255.00	ML
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0009	ESQUINERO MAJESTIC PLATA 13X13	6	CAJA	972.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313DENL0007	ESQUINERO AMANDA BEGE 12X12	22	CAJA	1056.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0000	ESQUINERO BRESIDA AVORIO 13X13	70	CAJA	3090.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0002	ESQUINERO MARIANA BEGE 13X13	15	CAJA	733.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0001	ESQUINERO PAULA BEGE 13X13	73	CAJA	3594.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0005	ESQUINERO SILVA AZUL 13X13	16	CAJA	684.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0008	ESQUINERO SILVA NATURAL 13X13	11	CAJA	558.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0001	ESQUINERO PAULA BEGE 12X12	73	CAJA	3534.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0005	ESQUINERO SILVA AZUL 13X13	16	CAJA	684.00	UN
PIEZAS ESPECIALES (DER FUEGO)	L1313ESNL0008	ESQUINERO SILVA NATURAL 13X13	11	CAJA	538.00	UN

Ilustración 20. Consulta Stock

Módulo de Seguimiento de Ordenes de Pedidos

Una vez que la orden de compra ha sido finalizada, es procesada automáticamente por el sistema de Cerámica San Lorenzo, generando uno o más pedidos de venta, según el tipo de productos solicitados. Cada pedido de venta contiene un conjunto de líneas de la orden de compra y son atendidos separadamente. El módulo de Seguimiento de Pedidos permite consultar el estado de cada uno de los pedidos generados a partir de una cada orden de compra, asimismo consultar el estado específico de atención de cada producto que conforma el pedido.

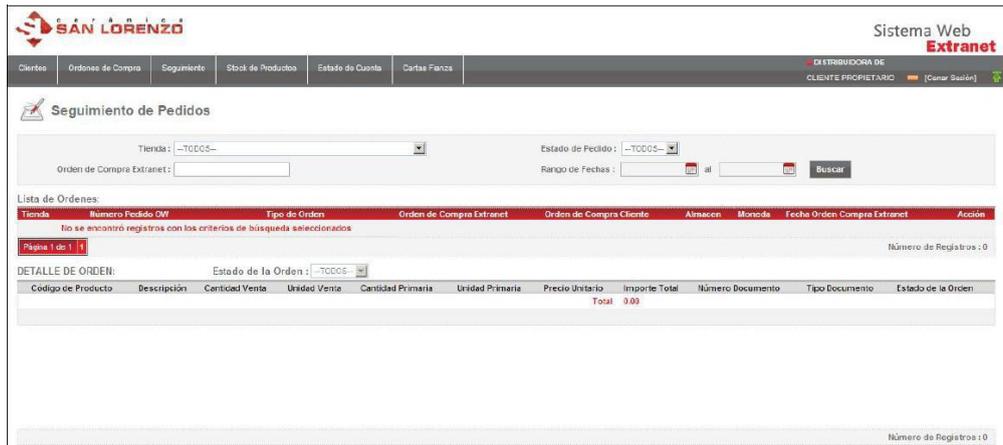


Ilustración 21. Seguimiento de Ordenes de Pedido

Módulo de Consulta de Estado de Cuenta

Se consulta el estado de cuenta de las tiendas que posea el cliente propietario.

Módulo de Consulta de Cartas Fianza

El usuario consulta la relación de cartas fianzas registradas por el área de Créditos y Cobranzas de Cerámica San Lorenzo y visualiza las fechas de vencimiento.

CAPÍTULO 4. REFLEXION CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA

4.1. Responsabilidad del Proyecto

La Gerencia General de CSL – Perú, buscando eliminar los cuellos de botella en el ingreso de pedidos de venta, convoca a la Gerencia de Ventas y a la Gerencia de Administración para ver una solución al tema.

Las jefaturas involucradas en realizar el análisis del problema son los Jefes de Administración de Ventas y Despacho y el Jefe de Sistemas, por la experiencia de estas jefaturas en la migración de interfaces al operador logístico, se llega a dar una estructura básica que se complementa con la participación del equipo de Team Soft, proveedor de servicios de integración y especialistas en manejo de base de datos.

4.2. Tiempo de Ejecución

Se realizan reuniones previas para realizar un estimado del tiempo para la ejecución del proyecto, el proveedor indica que serían 05 meses para tener operativa la aplicación.

4.3. Requisitos para Ejecutar el proyecto

El proveedor solicito:

- Definir una estructura de precios.
- Definir un catálogo de productos alineados por categorías y usos.
- Actualización de base de datos de los clientes.
- Actualización del maestro de productos.
- Descontinuar productos con bajo stock.
- Toma de inventarios.

4.4. Puesta en marcha del Proyecto

A inicios del año 2012, se realizó el lanzamiento oficial de la Aplicación Extranet CSL, previo a ello el desarrollo duro 06 meses incluyendo la capacitación a nivel nacional de los clientes de Cerámica San Lorenzo Perú, en la actualidad se sigue utilizando la aplicación con éxito.

4.5. Impacto del Proyecto

El impacto del proyecto abarca diferentes usuarios internos así como directamente a los clientes, se detalla cual es el beneficio de utilizar la aplicación y se identifica cada usuario al que involucra.

AREA	BENEFICIO	USUARIOS
PRODUCCION	Control de calidad, cantidades, calidad y características.	Gerente General Gerente de Producción Jefe de Calidad Jefe de Planta
	Control de cumplimiento del plan de producción.	Gerente General Gerente de Producción Gerente Comercial Planeamiento Jefe de Planta
VENTAS	Ingreso al 100% de pedidos diarios.	Gerente General Gerente Comercial Jefe de Ventas Jefe de Despacho Clientes
	Pedidos listos para atender.	Gerente General Gerente Comercial Jefe de Ventas Jefe de Despacho Jefe de Almacén Clientes
	Información de cada producto manejado desde una base de datos confiable.	Gerente de Administración Gerente Comercial Jefe de Ventas Jefe de Sistemas Clientes
	Información de clientes manejado desde una base de datos confiable.	Gerente de Administración Gerente Comercial Jefe de Ventas Jefe de Sistemas Jefe de Créditos y Cobranzas Clientes
ALMACEN	Ingresos almacén en cantidades confiables.	Gerente de Administración Gerente Comercial Jefe de Despacho Jefe de Sistemas Jefe Almacén
	Existencias reales	Gerente General Gerente de Administración Gerente Comercial Jefe de Despacho Jefe de Sistemas Jefe Almacén Clientes
DISTRIBUCION	Seguimiento de estado de pedidos.	Gerente Comercial Jefe de Ventas Jefe de Despacho Jefe de Almacén Clientes

CLIENTES	Control de satisfacción e incremento de servicio de atención	Gerente General Gerencia Comercial Jefe Ventas Jefe Despacho
	Incremento de ventas	Gerente General Gerencia Comercial Jefe Ventas Jefe Despacho
	Fidelización de clientes	Gerente General Gerencia Comercial Jefe Ventas Jefe Despacho

Ilustración 22. Impacto del Proyecto

OBJETIVO	INDICADOR INICIAL	INDICADOR FINAL	IMPACTO
Ingreso de pedidos diarios.	75% de órdenes de compra ingresadas el sistema.	100% de órdenes de compra ingresadas el sistema.	Incremento de ventas y satisfacción de clientes.
Horas extras de trabajo y ausentismo de personal.	30% de sobretiempos y rotación de un colaborador cada 3 meses.	0% de sobretiempos, mayor compromiso de los colaboradores para otras responsabilidades.	Reducción de costos y mejora del clima laboral.
Asignación correcta de colaboradores.	8 colaboradores (3 retail y 5 para distribuidores).	6 colaboradores (2 retail, 3 distribuidores y 1 para seguimiento de despachos).	Reducción de costos y mejora en asignación de responsabilidades.
Cobertura nacional de pedidos y ofertas.	15% de clientes insatisfechos debido a la falta de comunicación.	100% de cobertura de pedidos y ofertas, se debe a que cada cliente recibe ofertas en línea.	Incremento de ventas y satisfacción de clientes.
Diferencia de inventarios.	15-20% de diferencia entre lo físico vs. Sistema.	95% de confianza del inventario.	Calculo real de existencias, incremento de atenciones y orden de almacenes.
Capacitación.	-	100% de clientes capacitados antes de salir con la aplicación en línea, cada cliente nuevo es capacitado para el inicio de compras.	Incremento de ventas y satisfacción de clientes.

Ilustración 23. Impacto del Proyecto/Objetivos

CONCLUSIONES

- ✓ El desarrollo del proyecto representa una ayuda a la gestión de ventas, debido a que contar con un sistema que permita tener una correcta recepción de pedidos de forma más confiable, rápida y adicionalmente con la posibilidad de aprovechar la información registrada a través de reportes que sirvan para tomar las mejores decisiones.
- ✓ La aplicación web actualmente ha originado que empresas del grupo que conforma Cerámica San Lorenzo, la vean atractiva para realizar negocios con sus clientes y formar parte de esta nueva idea de negocio como sistema que busca hacer más eficiente la labor de la FFVV.
- ✓ Se implementaron nuevos roles de funciones para los gestores de ventas así como se definen responsabilidades a todos las áreas relacionadas asegurar las ventas y despachos.
- ✓ Actualmente encontramos en el mercado la existencia de alternativas respecto a un software que permita a las empresas dedicadas a la comercialización de productos tener acceso a tecnologías avanzadas pero los costos aún son relativamente elevados por lo que se ofrece una alternativa útil y a un bajo costo.

RECOMENDACIONES

- ✓ El inicio del proyecto se establece con una metodología de desarrollo y de gestión para poder realizar una adecuada planificación y realizar de forma clara e incrementar el desarrollo de las fases del mismo.
- ✓ En el desarrollo de un proyecto es muy importante contar con personas que tengan experiencia en el giro de negocio en la cual se enfocan los resultados del proyecto, como por el desarrollo del mismo con el uso de diversas tecnologías.
- ✓ Contar con tecnología, en lo posible, lo suficientemente moderna y actualizada para poder implementar todo lo planificado en las etapas de análisis y diseño del producto, esto evita que el sistema tenga limitaciones al momento de la implementación, por falta de recursos y/o herramientas.
- ✓ Para la realización de un proyecto que implique el desarrollo de un sistema de información se necesita conocer el negocio a detalle y sobre todo saber proyectarse a requerimientos futuros que puedan surgir por los clientes, con esto se logrará cubrir necesidades de la empresa tanto en el presente como en el futuro.

FUENTES DE INFORMACION

- PDF001 Software para automatización de la FFVV
Consulta: 18 agosto del 2011
<http://www.docstoc.com/docs/24631942/SOFTWARE-PARA-LAAUTOMATIZACION-DE-LA-FUERZA-DE-VENTAS>
- WEB004 Definición y características de un web service.
Consulta: 07 setiembre del 2011
<http://msdn.microsoft.com/es-es/library/bb972248.aspx>
- Tema 05 Las técnicas dialécticas: IAP y técnicas de la creatividad social.
http://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema5/cmo_se_hace_un_rbol_de_problemas_y_soluciones.html
- Control estado de la calidad
<http://julianangaritamontoya.blogspot.pe/2011/08/las-6-ms-de-la-calidad.html>

ANEXOS

Cientes CSL - Zona Lima

CERAMICA SAN LORENZO

REGION LIMA

Mayo de 2011

REPRESENTANTE			DISTRIBUIDOR / REGION
SAN MARTIN DE PORRAS – PALAO			
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS	99351 0915 / 534 7785	disttotalacabados@hotmail.com	CORPORACIÓN TOTAL ACABADOS SAC
ROSA LOAYSA TINTALLA	99351 0919	-	CORPORACIÓN TOTAL ACABADOS SAC
		-	CORPORACIÓN TOTAL ACABADOS SAC
FRIDA CARDENAS	99351 0888	-	COFRISA
MARTHA MOTTA	99350 8701	rjemms@hotmail.com	REPRESENTACIONES JEMM'S SAC
ENRIQUE MARCELO	99817 2678	-	REPRESENTACIONES JEMM'S SAC
	534 2336	-	REPRESENTACIONES JEMM'S SAC
CELESTINO ALCÁNTARA /MARLY RADJA V	534 3526 / 997596413	cemasadist@hotmail.com	CEMASA SRLTDA
AYDE HUACANCA ZEVALLOS	99357 4295	inversionesheidy@hotmail.com	INVERSIONES HEIDI EIRL
	534 0052	-	INVERSIONES HEIDI EIRL
RONALD AGUIRRE	831*8681 / 534 0205	jenny210967@hotmail.com	DISTRIBUIDORA DE MATERIALES ROMACO
WALTER MORALES	534 2525	ceramicos_juniors@hotmail.com	CERAMICAS JUNIOR SAC
RICARDO MARTÍNEZ		ricardomartinez.motta@gmail.com	CORPORACION B&L
GIANCARLO SIQUEIROS	99758 1544	arijhar99@hotmail.com	COMERCIAL KAREN - SIQUEIROS VICTORIO GIANCARLO
PUENTE PIEDRA			
RONALD AGUIRRE	719 0971	romaco_ptepiedra@hotmail.com	DISTRIBUIDORA DE MATERIALES ROMACO SA
JOHN LOPEZ	451-8742	johnlsmp@hotmail.com	REPRESENTACIONES JHON SON

COMAS			
MIGUEL ASTETE / LUCY GOMEZ	99353 3291 / 544 7099	ergop_sac@hotmail.com	ERGOP SAC
VENTANILLA			
CASSILDA CORTEZ PAZ	98932 4038 / 553 8359	c-cpaz@hotmail.com	REPRESENTACIONES LICENCIADOS SAC
			REPRESENTACIONES LICENCIADOS SAC
CERCADO DE LIMA			
HECTOR ESCUSEL	99351 1537 / 331 0316	escusel38@hotmail.com	FABRITER SAC
SAN JUAN DE LURIGANCHO			
FRANCISCA MORENO	99350 8789	corp_roalco@yahoo.es	ROALCO SRL
	375 0947	-	ROALCO SRL
			ROMALSA
LUZ MEDINA	99758 0884	jth283@hotmail.com	J & L ACABADOS
JULIO VASQUEZ	99758 0884	casaceramica1963@hotmail.com	CASA CERAMICA (VASQUEZ BENDEZU)
	376 1374	casaceramica1963@hotmail.com	CASA CERAMICA (VASQUEZ BENDEZU)
GUSTAVO VENERO	99832 6076	-	TOP CERAMIC
GRACIELA MACHUCA	458-5841	vaniluz_2123@hotmail.com	CERAMICA SAN MARCOS EIRL
SAN JUAN DE MIRAFLORES			
ROSARIO ALFARO	99350 8776 / 283 1217	ralfaro@grupouniversalperu.com	CONSORCIO COMERCIAL UNIVERSAL SA
GUIANNA ALFARO	99350 8766	administracion@grupouniversalperu.com	CONSORCIO COMERCIAL UNIVERSAL SA
PERCY ROJAS	99350 8808 / 283 1628	wapamoinversiones@gmail.com	WAPAMO INVERSIONES S.A.C.
FERNANDO ZARATE	466 2449	sanitariosmodelosac@yahoo.es	SANITARIOS MODELO SAC - SAMOSAC
VILLA EL SALVADOR			
GISELLA AÑAZCO	993510833 / 287 9474	gisela693_sj@hotmail.com	MAT. E INSUMOS DE FERRETERIA SAN JOSE SRL
MAURA ELENA PEREZ	493 0433	distribuidora_jo_el@yahoo.es	FERRETERIA JOEL - PEREZ RODRIGUEZ MAURA ELENA
LURIN			

FABIO CASSIA	430 0146	rofak_construccion@hotmail.com	ROFAK SRL
RAFAEL REINAFARJE	99421 0892	-	ECO CERAMICOS
LA VICTORIA			
CARLOS DAVILA / CARMEN TAKEDA	99832 1410 / 712 2222 Ax 125	ceramica1@tradisa.com.pe	TRADI S.A.
PEDRO SUAREZ	99350 8783 / 324 8300		MI CASA JNC S.A.C.
SURQUILLO			
JOSE CACERES	99350 8715 / 225 9223	mayolicas_selectas@speedy.com.pe	DISTRIBUIDORA DE MATERIALES ROMACO SA
GUSTAVO VENERO	99832 6076 / 225 4161	revpav@hotmail.com	REVESTIMIENTOS Y PAVIMENTOS SAC
ARMANDO CERNA APARACIO	445 6160	armandocerna46@hotmail.com	ALMASSA
	444 4291	luis_cerna@hotmail.com	ALMASSA
CHORRILLOS			
ROSA QUISPE	99816*8949 /330 5560	rquispe@rossello.com.pe	ROSELLO CIA
SAN MIGUEL			
JOHN LOPEZ	451-8742	johnsmp@hotmail.com	REPRESENTACIONES JHON SON
CHOSICA			
DORIS BERNABE	3603163	dorisbernabe@yahoo.es	DISTRIBUIDORA FIDEMA (DIST. SAN MIGUELITO)
ATE			
GUIANNA ALFARO	99350 8766 / 352 0652	onieta_chacla@yahoo.com	CONSORCIO COMERCIAL UNIVERSAL SA
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS	99351 0915 / 534 7785	disttotalacabados@hotmail.com	CORPORACION TOTAL ACABADOS SAC
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS	99351 0915 / 534 7785	disttotalacabados@hotmail.com	CORPORACION TOTAL ACABADOS SAC
AYDE HUACANCA ZEVALLOS	99357 4295	inversionesheidy@hotmail.com	INVERSIONES HEIDI EIRL
FRANCISCO CHAUCA	9622334844	-	CERAMICA NICOLE
ATE – HUAYCAN			
GUILLERMO VILLA	371 8273	corporacion_sanmiguel@yahoo.es	CORPORACION CERAMICO SAN MIGUEL

Cientes CSL - Zona Norte

CERAMICA SAN LORENZO

REGION NORTE GRANDE

Mayo de 2011

REPRESENTANTE			DISTRIBUIDOR / REGION
TUMBES			
EDDY OCHOA	072 97291 9304	cosajosa@yahoo.es	SOC. COMERCIAL SAN JOSE S.A.
CELMA ROJAS		copecosac@hotmail.com	COPECO
PIURA			
HUGO YOVERA	073 96889 3401	sfahsben@gromero.com.pe	ROMERO TRADING S.A.
JAVIER IGLESIAS	073 96952 1245	jiglesias204@yahoo.es	ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
ALBERTO QUIROGA	073 99962 9779	grupo_quiroga_conta@yahoo.es	ELEODORO QUIROGA
			ELEODORO QUIROGA
LINDA BORRERO	073 96974 8115	comercialborrero@yahoo.com	COMERCIAL BORRERO
			COMERCIAL BORRERO
VICTOR ORTIZ		-	VICTOR ORTIZ (Sub Distribuidor)
PAITA			
CHRISTIAN MAZA SEMINARIO	073211934-969601166	cris_xavi353@hotmail.com	DECORCERAMICOS E.I.R.L
SULLANA			
OSCAR QUIROGA	073 96896 0548	grupo_quiroga@yahoo.es	ELEODORO QUIROGA
Jose Luis Quiroga		grupo_quiroga@yahoo.es	COMERCIAL QUIROGA
		grupo_quiroga@yahoo.es	COMERCIAL QUIROGA
ALFREDO QUIROGA	RPM 668108	grupo_quiroga@yahoo.es	COMERCIAL QUIROGA
RAUL QUIROGA	RPM 287884	grupo_quiroga@yahoo.es	COMERCIAL QUIROGA

CHICLAYO			
GUILLERMO SOJO	074 97999 5036	hyovera@gromero.com.pe	ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
VICTOR CASTRO RIOS	074 97974 2402	mtchc@speedy.com.pe	FERROCENTRO
TERESA CHAVEZ		ferrocentro780@hotmail.com	FERROCENTRO
JOSE KIKO SAMILLAN	074 97965 4555	ferronorceramica@yahoo.com	FERRONOR
BLANCA SAMILLAN		ferronor.compras@gmail.com	FERRONOR
		-	FERRONOR
ROSA LOAYZA	99351 0919	corpceramicajm@hotmail.com	CORPORACION CERAMICA JM
		-	CORPORACION CERAMICA JM
CHEPEN			
MIGUEL GONZALEZ	044 94963 0371	-	ROMERO TRADING S.A.
PACASMAYO			
MIGUEL GONZALEZ	044 94963 0371	caiapacasmayo01@gromero.com.pe	ROMERO TRADING S.A.
TRUJILLO			
CARLOS YEPEZ	044 99965 1108	cyepeza@gromero.com.pe	ROMERO TRADING S.A.
			yeusebioe@gromero.com.pe
			ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
WALTER DAVILA	044 94935 6769	davisa_ferreteria@yahoo.es	DAVILA
		mercadoferreterosac@terra.com.pe	DAVISA - MERCADO FERRETERO
LUIS MESONES	044 94935 6768	luismesonesdiaz@hotmail.com	ARENERA JAEN
RONALD AGUIRRE	981124867	-	ROMACO
CHIMBOTE			

DOMINGO RIVERA	043 943487454	rseminarioc@gromero.com.pe driverao@gromero.com.pe - -	ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
			ROMERO TRADING S.A.
URBELICE LA ROSA / LUIS SANCHEZ		altaceramicanorte@hotmail.com	ALTA CERAMICA
VIOLETA TORREALVA	043 94352 9132	dtrinit@hotmail.com	TRINIT
JAEN			
NOE REQUEJO			ARENERA JAEN
CAJAMARCA			
TEDDY OCAÑA	073 96947 6386	teddyocbo@hotmail.com	ROMERO TRADING S.A.
LUZ MEDINA	997580884	casaceramica1963@hotmail.com	FERRETERIA J & L
			CERAMICAS CAJAMARCA
			VASQUEZ BENDEZU

Cientes CSL - Zona Oriente

CERAMICA SAN LORENZO

REGION CENTRO-ORIENTE

Mayo de 2011

REPRESENTANTE			DISTRIBUIDOR / REGION
CAÑETE			
JOSE CHUMPITAZ FRANCIA	994239668		COORP. FERRETERA JUAN PABLO II
JOVINA REYNA FLORES	956767100	jovinareyna@hotmail.com	COORP. FERRETERA JUAN PABLO II
CHINCHA			
JOVINA REYNA FLORES	956789761	jovinareyna@hotmail.com	DIST. DE CERAMICA Y ACABADOS S.A.C.

	056264670	-	DIST. DE CERAMICA Y ACABADOS S.A.C.
PISCO			
MARTIN CASSIA	956977779	grupocassoli@hotmail.com	CASSOLI
ICA			
MARICELA PERRIGO	56221617	aluminios_y_vidrios@hotmail.com	ALUMINIOS Y VIDRIOS S.A.
	956766066		ALUMINIOS Y VIDRIOS S.A.
JOVINA REYNA FLORES H.	956789761	jovinareyna@hotmail.com	DISTRIBUIDORA LA PALMA S.A.C
	056264670		DISTRIBUIDORA LA PALMA S.A.C
MARTIN CASSIA	956977779	grupocassolica@hotmail.com	INVERSIONES Y COMERCIO ICA (CASSOLI)
NASCA			
ELIAS HUARCAYA	957627244	coshyo@hotmail.com	DISTRIBUIDORA CIA CERAMICA S.A.C
MARCONA			
ELIAS HUARCAYA	956091708	coshyo@hotmail.com	DISTRIBUIDORA CIA CERAMICA S.A.C
AYACUCHO			
RUTH ALEGRIA	966701231	ferreteriapacifico@hotmail.com	REPRESENTACIONES PACIFIC E.I.R.L.
	966759772		REPRESENTACIONES PACIFIC E.I.R.L.
LUIS MEDINA	966701234	ferreteriasanlorenzo@hotmail.com	FERRETERIA SAN LORENZO E.I.R.L.
HUANTA			
JULIO FLORES	965313209	cesarkv@hotmail.com	INVERSIONES CESAR KV
ANDAHUAYLAS			
EDGAR GONZALES RAMOS	983645111	egonzales94@hotmail.com	EDGAR GONZALES RAMOS E.I.R.L.
	83421305		EDGAR GONZALES RAMOS E.I.R.L.
HUANCAYO			
LEOPOLDO LOPEZ MATEO	964307632	dimacesa_hyo@hotmail.com	DIMACESA E.I.R.L.
MIRKO ALFARO	993508772	mirkoalfaro@hotmail.com	CONSORCIO COMERCIAL UNIVERSAL S.A.

			CONSORCIO COMERCIAL UNIVERSAL S.A.
MIGUEL LEON	964307635	miguelaldana23@hotmail.com	CERAMICAS LEON S.A.C.
	964307636	amelialeon@hotmail.com	CERAMICAS LEON S.A.C.
JAUJA			
PISO CENTRO DEL PERU ANGELA	064768708 / 964222956	inv_kaswell_499@hotmail.com	PISO CENTRO DEL PERU ANGELA SCRL
TARMA			
BERNARDINO ROSALES	964167335	disestrar@hotmail.com	DIS3ESTRAR
LA MERCED			
SONIA MELENDEZ MEZA	64531962	ferreteriasancarlos@hotmail.com	AYH FERRETERA SAN CARLOS S.A.C
PICHANAKY			
ALEJANDRO LAGOS	964699021	construtoraaym@hotmail.com	AYH FERRETERA SAN CARLOS S.A.C
CERRO DE PASCO			
NORMA INES PORRAS	963701059	noninposa@hotmail.com	NORMA INES PORRAS SAMANIEGO
HUARAZ			
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS	993510915		CORPORACION TOTAL ACABADOS SAC
GABRIELA DIAZ			ORG. Y REP. TRASANDINA DE IMP. ZAFIRO E.I.R.L.
BARRANCA			
JULIA LAZARO	992740433	acabadosjema@hotmail.com	ACABADOS JEMA E.I.R.L
SUPE			
JULIA LAZARO	992740433	acabadosjema@hotmail.com	ACABADOS JEMA E.I.R.L
HUACHO			
CARLOS ZUÑIGA	993561386	ceramicosdelnorte@hotmail.com	CERAMICOS DEL NORTE
ALEJANDRO RIOS	998142114	incomab@hotmail.com	INDUSTRIAL COMERCIAL ALEX & BRYAN
HUANUCO			
JUAN SIU	999683181	ferrocon_srl@hotmail.com	FERROCON S.R.L.

AUGUSTO LEIVA	962701138	albepaferreterias2@hotmail.com	ALBEFA
	962701139	albepaferreterias@hotmail.com	ALBEFA
TINGO MARIA			
JHONY PICON	993512616	picongonzales@gmail.com	PICON S.A.C
PUCALLPA			
JORGE REYES SIGAR	9916557791	jorge.reyes@proxnegocios.com	PRO NEGOCIOS S.A.C.
NANCY SALDAÑA	961717100	nancysalda@hotmail.com	DISTRIBUIDORA SANTA MARIA E.I.R.L.
JULIANA VALDERRAMA			D'TODO CERAMICA SRL
YURIMAGUAS			
MIGUEL PICON	942695147	fpicon@promotoraoriental.com	PROMOTORA ORIENTAL S.A.C.
CARLOS AREVALO	965872121	cararev1972@gmail.com	D'KASA & DECORACIONES EIRL
NUEVA CAJAMARCA			
MARITZA ZEGARRA	942760694	inversionesjuly@hotmail.com	MARITZA ZEGARRA
TARAPOTO			
MIGUEL PICON	942695147	fpicon@promotoraoriental.com	PROMOTORA ORIENTAL
RUBEN TRIGOSO	942873787	ggarcia@conselva.com	COMERCIAL SELVA NOR-PERUANA
ROBINSON GARCIA	942401476	rgarciap@gromero.com.pe	COORPORACION COMERCIAL DEL AMAZONAS
MOYOBAMBA			
MARITZA ZEGARRA	942760694	inversionesjuly@hotmail.com	MARITZA ZEGARRA
JUANJUI			
ANGELA GUERRA	942860046 / 042545216	roldan2063@hotmail.com	LUZ CENTER MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
IQUITOS			
GUADALUPE GOMEZ RIÓS	962663603	ggomez@grupopicon.com	STRONG LORETO S.A.C.
ROGER CHONG	965629210	rogerchongv@yahoo.es	COMERCIAL IQUITOS S.A.
CARLOS CHAVEZ	965610061	gabysanelly@hotmail.com	GABY S.A.

WALTER MORALES	993588497		CORPORACION MOVAL
ROBINSON GARCIA	942401476	rgarciap@gromero.com.pe	COORPORACION COMERCIAL DEL AMAZONAS
HENRY CORAL	965750945	cposeidoneirl@hotmail.com	COMERCIAL POSEIDON

Cientes CSL - Zona Sur

CERAMICA SAN LORENZO

REGION SUR

Mayo de 2011

REPRESENTANTE			DISTRIBUIDOR / REGION
AREQUIPA			
LEOPOLDO CARBAJAL	54-959740327 / 054-221540	leopoldo_mapisa@hotmail.com	CASAS & CERAMICOS
			CASAS & CERAMICOS
			CASAS & CERAMICOS
			CASAS & CERAMICOS
GERMAN VALENCIA	54-959740341 / 054-452729	grim's-jems@speedy.com.pe	COMERCIAL FERRETERIA GRIM'S
			COMERCIAL FERRETERIA GRIM'S
JAQUELINE VASQUEZ	054-452729 / 054-959740340	jems@yahoo.com	CENTRO CE ACABADOS JEM'S
GERMAN VALENCIA	54-959740341 / 054-452729	-	CENTRO CE ACABADOS JEM'S
GERMAN LOPEZ	53953501650 / 054-223059	-	CENTRO CERAMICO LOPEZ
LUIS VERA	54-239142 / 054-959740330	hugoare@hotmail.com	CARFER
			CARFER
GUSTAVO VENERO		-	GUSTAVO VENERO
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS		-	CORPORACION CERAMICA JM
CAMANÁ			

RICARDO ROJAS MONTESINOS	054-455460	marleny0827@yahoo.es	FERRETERIA Y ACABADOS ROJAS E.I.R.L
JULIACA			
LEOPOLDO CARBAJAL	54959740327	leopoldo_mapisa@hotmail.com	CASAS & CERAMICOS
	054-959740327	comercialmapisa_juliaca@hotmail.com	CASAS & CERAMICOS
PACORICONA MANUEL		-	SANICERAMICA FRANZ
EDUARDO QUISPE PANDIA	051-324264 / 051-951324701	grupodirepsur@hotmail.com	DIREPSUR HOME CENTER S.A.C.
PUNO			
LIHN DANIEL MAMANI DEL CHOQUE	51951302620 / 051-363474	ferreteriaceramicaelsoleIRL@hotmail.com	FERRETERIA CERAMICA EL SOL E.IR.L.
ILAVE			
MARIELLA BUTRON	51951300189 / 051-552052	ceramicasbutroncsl@hotmail.com	MARIELLA BUTRON
TACNA			
AGUEDA YANA	52952388089 / 052-246454	cctacna@hotmail.com	CENTRO CERAMICA TACNA
		cctacna@hotmail.com	CENTRO CERAMICA TACNA
		oscar_80_45@hotmail.com	COFEASUR
GERMAN LOPEZ	953501650		CENTRO CERAMICO LOPEZ
JOSE LUIS HUALLPA	052-246834	jldistribuciones_srl@hotmail.com	JL DISTRIBUCIONES S.R.L.
ILO			
GERMAN LOPEZ	053-953501663 / 053483773	cc_ilo@hotmail.com	CENTRO CERAMICO LOPEZ
		-	CENTRO CERAMICO LOPEZ
IRMA CONCHA FLORES	953501663 / 053-785275	ircoflo@hotmail.com	SERVICIOS Y REPRESENTACIONES MECON
			SERVICIOS Y REPRESENTACIONES MECON
MOQUEGUA			
GERMAN LOPEZ	053-953501650 / 053-761778	-	CENTRO CERAMICO LOPEZ
DAVID ESTEBAN CUAILA Sánchez	953758818	david.cuaila@hotmail.com	CENTRO CERAMICO LOPEZ
CUSCO			

ROLANDO OLIVARES	084-244298 / 993510921	hr150152@yahoo.es	MULTICENTRO SANTA CATALINA
RONAL HERMOSA	084-256352 / 084-984704802	linea-peru@hotmail.com	HERMOZA MUÑIZ FRANK RONAL
SICUANI			
BUSTAMANTE LILIANA	54958310376	-	DIMASFE
QUILLABAMBA			
GONZALES CALVO FABIOLA			GONZALES CALVO FABIOLA
ABANCAY			
ANGELICA ALEGRIA	083782261 / 083983952959	anguie4212@hotmail.com	CERAMICA VIVA
JORGE ALBERTO ARGOTE CARDENAS		-	CORPORACION CERAMICA JM
PUERTO MALDONADO			
LEOPOLDO RAMOS	082-982700031 / 082-574338	dicsur_scr1@yahoo.es	DISTRIBUCIONES COMERCIALES DEL SUR
ROSA ARAGON ORTIZ	082-791214 / 082-571725	dismaselvasri@hotmail.com	DISMA SELVA

Procedimiento de Venta

CERAMICA SAN LORENZO S.A.C.			
PROCESO	SUB-PROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
COMERCIALIZACIÓN	VENTA	COM-VTA	
PREPARADO POR :	REVISADO POR :	APROBADO POR :	FECHA:
	Jefe de Despachos	Gerente Comercial	Enero – 2012

Etapa 1: Recepción de Órdenes de Compra

Dentro del proceso de comercialización, una venta se inicia con el envío de una orden de compra por parte del cliente que llega a CSL mediante el portal web, y es cargado al sistema en forma automática.

Etapa 2: Validación de la OC en el sistema OW

Una vez recepcionada la orden de compra se procede a validarla en el sistema OW, el sectorista no modifica los precios del sistema OW. Las condiciones de pago están establecidas, si hubiera algún cambio es autorizado por la Gerencia Comercial para realizar la modificación. Todas las órdenes ingresadas generan un código de retención en el sistema OW.

Etapa 3: Revisión del pedido y análisis de situación del cliente

Ya asignado un número de pedido para la orden de compra, se procede a llevar el pedido al área de Créditos y Cobranzas para la revisión del código de retención.

El Jefe de Créditos y Cobranzas analiza las razones de la retención del pedido. Si el cliente no cumple con las condiciones necesarias para aprobar la venta, comunica la intención de mantener retenida la venta al sectorista. Para acelerar la venta, el sectorista informa el motivo de la retención al Jefe de zona

para que se ponga en comunicación con el cliente y así poder regularizar los posibles documentos pendientes con el área de Créditos y Cobranzas.

Etapa 4: Liberación del pedido

Si luego del análisis, el cliente ya tiene regularizado los pagos o documentos pendientes, el Jefe de Créditos y Cobranzas, determina autorizar la liberación del pedido en el sistema OW.

Etapa 5: Asignación de Stock

Con el pedido ya liberado por el área de Créditos y Cobranzas, el paso a seguir es la asignación del stock disponible, esto quiere decir que los productos que contenga el pedido se comprometen con stock en bodega, los productos que queden sin stock, ingresan al liberado de productos sin stock los cuales se consideraran para la próxima producción.

El pedido o los pedidos con stock son programados para despacho según la coordinación entre el sectorista y el cliente.

Etapa 6: Traslado de pedidos al Operador Logístico

Todos los pedidos con stock asignados son trasladados al operador logístico mediante una interface habilitada por el área de Sistemas, a través de esta se trasladan los datos que involucran al despacho (m2, cliente, dirección, peso, etc.). Una vez que el operador tiene la información se procede con el despacho de la mercadería.

Etapa 7: Generación de documentos

El operador logístico una vez cargada la mercadería y descontadas las cantidades de su inventario, entrega un cargo para que el facturador emita la guía y factura con la que viajara la mercadería.

Entradas de otros procesos/sub-procesos: Evaluación y acción de clientes

Salidas a otros procesos / sub-procesos: Facturación, Devolución de ventas, Transporte

Referencias: Sin referencias

Aplicaciones involucradas: Sistema OW, Interface Operador Logístico

Manual Extranet CSL