

FICHA TÉCNICA

TÍTULO : Y QUE PASO CON LA LICRA?

ESPECIALIZACIÓN: Mercadeo

PROMOCIÓN : XXV

PALABRAS CLAVES: licra de Barrera, boquilla, pañal , desechables.

TEMAS CUBIERTOS : Produccion, Proceso de Calidad, Consumidor final, Mercadeo, Ventas.

RESUMEN DEL CASO: Empresa con más de 75 años en el mercado, líder de productos de aseo para el hogar y las empresas en general. La categoría de pañales nace en 1998, pero desde el año 2000 se desarrolla los pañales desechables para bebe “Traviesitos” en una de las unidades productivas del departamento del Meta y hasta el momento su crecimiento ha sido significativo.

En el año 2008, se presentó un deficiente seguimiento de inspección y control de calidad en el proceso productivo que impacto negativamente el mercado, al consumidor, las ventas, la imagen y credibilidad de la marca Traviesitos, y más en esta categoría y segmento tan sensible como es bebes. El problema radica con el taponamiento de una de las boquillas de las maquinas de producción , que realizo la aplicación de adhesivos de licras de barreras deficiente que no fue detectado a tiempo y la maquina produjo 18.000 unidades de pañales con la licra suelta de las telas, no se identificó a tiempo y este producto llego al mercado y a los puntos de ventas. Como respuesta se presentaron quejas por parte de clientes y consumidores, pérdida en ventas, pérdida de credibilidad en la marca.

AUTORES	TELEFONO	E-MAIL
Diana Yicel Correa	6080056	dgissell9@hotmail.com

Y QUE PASO CON LA LICRA?

Mi Nombre es Diana Correa, llevo 6 años en esta compañía y hago parte del área administrativa, y aunque no haga parte del área de manufactura, todos nos dimos cuenta de lo que paso el 8 de febrero de 2008, por esto los contextualizo para que conozcan un poco la razón de ser de la empresa y lo que infirió en el proceso productivo y de mercadeo lo sucedido.

Nuestra empresa nació hace más de 75 años, gracias al espíritu emprendedor de los Colombianos Jhon Galindo y Jota Mario Retrepo, esta es una empresa Colombiana con capital internacional, somos líderes en el diseño, la innovación, la producción y la distribución de productos de aseo personal en Colombia con proyección a toda América Latina, a través de marcas líderes que ofrecen soluciones Innovadoras de higiene basadas en productos desechables. Una de nuestras marcas líderes en el mercado es la marca Traviesitos, perteneciente a la categoría de pañales para bebe, esta categoría nace en nuestra empresa desde 1998, y desde allí ha tenido un crecimiento significativo.

La llegada del nuevo siglo no fue indiferente a la marca Traviesitos, aprovechando la producción nacional de pañales, en el año 2000 entro al mercado con innovadores productos que garantizaban el cuidado, la seguridad y confort del bebe.

Caso de grado realizado por Diana Yicel Correa Valencia para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

Tutor: Sory Carola Torres, Especialización del Tutor. Santiago de Cali – Colombia. Marzo 15 de 2013



Especialización en Mercadeo

A partir del año 2003 Traviesitos paso a ser una unidad de negocios, razón por la cual se creó la gerencia de mercadeo de la marca Traviesitos. **(VER ANEXO 1)**.

Este año trajo grandes innovaciones en los pañales desechables con el lanzamiento de la línea Premium, un pañal que se adaptaba tanto al tamaño del bebe como a sus actividades, para este mismo año se renovó la imagen de toda la marca, incorporándole al logotipo más color e innovación.

Un año después comenzó a ofrecerse un nuevo producto que significo un gran éxito para la compañía, el pañal más Premium de su segmento y que rápidamente llego a ocupar el primer lugar en Colombia en ventas, con este lanzamiento se inició un proceso de crecimiento sostenido.

El proceso de desarrollo de la marca se ha sustentado en una estrategia de mercadeo relacional consistente, cuyo objetivo es generar fidelidad con la marca y acompañar a las madres en su nuevo rol, con una amplia gama de servicios que les brinda seguridad y tranquilidad , este objetivo se alcanza mediante actividades que apoyan las diferentes fases del desarrollo del bebe.

De igual manera, a través de su página Web www.traviesitos.com la marca orienta, apoya y asiste a las mamas desde la etapa de su embarazo hasta los primeros años de vida de sus hijos, es un espacio virtual colorido, agradable y de fácil navegación, en el que se pueden despejar todas las dudas y encontrar información útil y actualizada para el adecuado desarrollo y crecimiento del bebe.

La unidad productiva de pañales es la más nueva de la empresa, está ubicada en el departamento del Meta y cuenta con más de 586 colaboradores de la región en su área de producción.

Especialización en Mercadeo

La gerencia de esta planta de producción está liderada por Andres Parra, es un ejecutivo joven de 33 años de edad con una carrera que inicio en la empresa como practicante universitario, es Ingeniero Mecanico con Maestría en Administración, además de dominar muy bien el idioma inglés y francés.. Es de carácter emprendedor es un hombre sencillo, jovial, respetuoso y muy inteligente. **(VER ANEXO 2).**

El 8 de febrero del 2008 transcurre el día de producción como normalmente funciona, la parte productiva maneja tres turnos diferentes para el personal, T1(de 6:00am a 2:00pm) T2 (2:00pm a 10:00pm) , T3 (10:00pm a 6:00am), donde cada Tripulación responsable de la máquina es coordinada a través de este turno por un supervisor o Team leader.

El Team de turno para el 8 de febrero fue Mauricio Benjumea, un hombre coqueto, risueño y un poco confianzudo; aunque experto en el tema productivo de pañales, y quien es el responsable de garantizar y gestionar el cumplimiento adecuado del proceso productivo a cargo con el fin de asegurar el cumplimiento de los indicadores de gestión a través del seguimiento constante de las actividades de la máquina y garantizando los recursos físicos y humanos en el proceso, el conforma una tripulación en T1 para la maquina Baby56 de 5 colaboradores distribuidos en los siguientes cargos:

- 1 Auxiliar de Procesos
- 1 Operario Líder de máquina
- 2 Operarios de Empacadora
- 1 Operarios de materiales

Especialización en Mercadeo

Catalina, auxiliar de proceso , lleva más de 14 años en la compañía, es una persona responsable, amable, alegre y muy entusiasta cuando de apoyar a su equipo de trabajo se trata, ella es la responsable de Asegurar que el producto que se está fabricando cumpla con las especificaciones de calidad establecidas en las fichas técnicas y el manual de defectos.

Carlos Andres , Operario líder de máquina, es el responsable de garantizar el adecuado manejo de la máquina asignada con un apropiado uso de la materia prima y los recursos proporcionados para el desarrollo de la producción dando cumplimiento con los parámetros de calidad y eficiencia.

Maranyelin Operaria de empacadora, realiza la manipulación y empaque adecuado de los productos con el fin de dar cumplimiento al programa de producción.

Steven operario de materiales, es el responsable de garantizar el cumplimiento de la producción con los parámetros de calidad, eficiencia y desperdicio establecidos, efectuando un adecuado uso de las materias primas y los recursos proporcionados para el desarrollo de la producción.

Toda esta tripulación, recibió el turno (T3) anterior por 20 minutos con los pormenores del turno y de la producción sin ninguna anomalía en el proceso o producto.

Especialización en Mercadeo

Inicio el turno del 8 de febrero de 2008 a las 6.00am, Mauricio realiza una reunión de producción a las 7.00am con el jefe de producción y los demás supervisores de planta, donde se validan los indicadores, y el IGC de la producción.

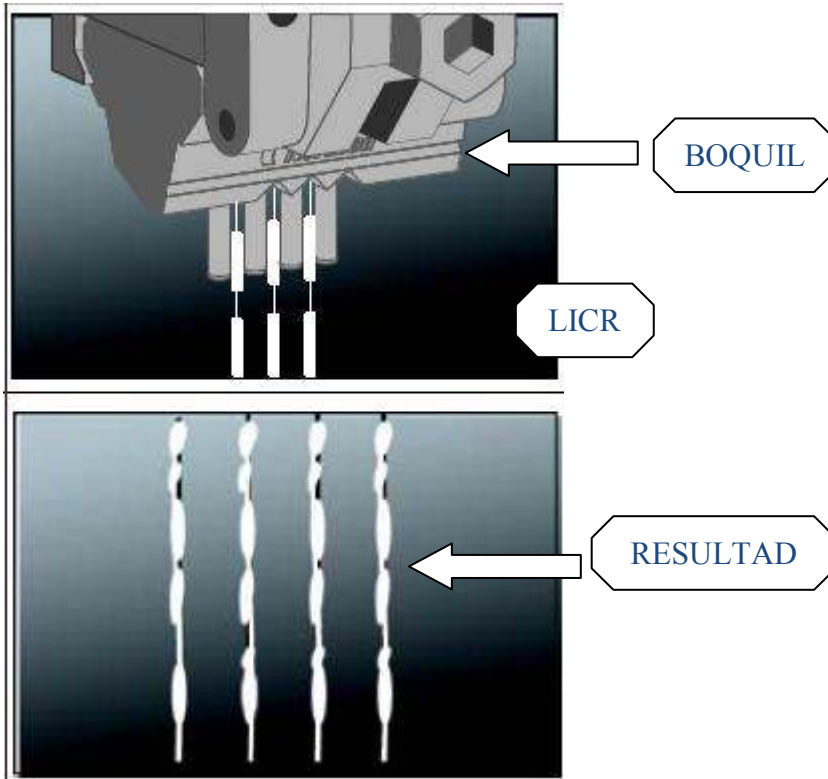
Ya la tripulación programada para T1 inicio sus labores en máquina, la tripulación rota para tomar Café a las 6:30am comenzando turno 5 minutos por tripulante, Es Decir 25 minutos en total por tripulación; pero como no había azúcar disponible en el cafetín, uno de los tripulantes de la máquina se trasladó hasta el casino que queda un poco retirado del cafetín destinado para los colaboradores.

La auxiliar de proceso no se percató que su compañero de máquina no había llegado y salió a tomar café, en ese momento quedaron 3 personas en la máquina, el operario de materiales, y las dos operarias de empaque. La máquina Baby56 cuenta dentro del proceso productivo de pañales con el proceso de adherir las licras (elásticos), al pañal, este se realiza mediante un sistema de aplicación que funciona a altas temperaturas; a este tipo de adhesivos se le llama “hotmeil”, este adhesivo se acumula en un tanque que está muy caliente (200C), para que luego el tanque lo derrita hasta convertirlo en una especie de miel caliente. Esto hace que en algunas ocasiones pequeños trozos de adhesivo que no circulan se conviertan en carbón; este carbón viaja hasta la boquilla y tapa los ductos que son bastante pequeños (0,018”). http://www.youtube.com/watch?v=2q_Wov3vC-0 (proceso aplicación de adhesivos).

En algunas ocasiones el taponamiento de los ductos es parcial, por lo que no se detecta fácilmente, además como el “chorrito” de adhesivo es tan pequeño es casi imposible de ver a simple vista.

Especialización en Mercadeo

Esta es una imagen de la boquilla:



Justo en el momento en el que no se encontraba la tripulación en maquina completa se tapono una de las boquillas de la máquina, que realiza la aplicación de adhesivos de licras de barreras al pañal (VER ANEXO 3).

La máquina produce 40.000 mil unidades de pañal cada media hora; la máquina produjo 18.000 unidades de pañales con una deficiente aplicación de adhesivo en una de las licras, lo que ocasiono que la barrera que es la que se ajusta al cuerpo y forma del bebe quedara suelta de las telas del pañal, por un intermedio de 5 a 13 minutos.

Especialización en Mercadeo

Luego de este lapso de tiempo la obstrucción de la boquilla fue expulsada, y la boquilla siguió funcionando normalmente; por lo que la licra resultaba adherida perfectamente al pañal.

La máquina está programada para que en cada 10.000 unidades genere una alarma que alerta que hay que revisar el pañal, luego mediante una orden de la operaria se expulsa una muestra de pañales fuera del área de empaque. Esta alarma fue Pasada por alto por el resto de la tripulación, pues ellos no se percataron de la ausencia de su compañera Auxiliar de procesos.

Además de la auxiliar de procesos que se encuentra en línea, la inspección del pañal y su desempeño es controlado por la Analista de Calidad del laboratorio, Esta persona verifica que el producto cumpla con las especificaciones de calidad establecidas en las fichas técnicas y el manual de tolerancias de fabricación.

Esta Persona se encontraba realizando su inspección en ese momento en otras maquinas de la planta de producción.

El problema en la boquilla pudo haber sido causado por mugre o carbón dentro del ducto de la boquilla , el cual fue expulsado por la máquina de adhesivos a los 13 minutos; debido a esto se presentó un deficiente seguimiento de inspección y aseguramiento de calidad en el proceso productivo del pañal.

Este Defecto no fue detectado por ninguno de los tripulantes presentes en la máquina, el pañal con las licras de barreras sueltas siguió el proceso productivo normal y llego a ser empacado y entregado a la bodega de producto terminado para su respectivo despacho a los centros de distribución, de allí llego al mercado y a los puntos de venta; inmediatamente pues este producto tiene una gran demanda de mercado.

Especialización en Mercadeo

20 días después se recibió una llamada por la línea de servicio al cliente 018000 una llamada muy preocupante para la marca, era una fiel consumidora que había comprado un paquete de pañales en el supermercado de su barrio y consiente de la calidad que siempre nos ha caracterizado quería informar la situación en particular que le había sucedido con el producto.

- Si señora cuéntenos, contesto Geidi Quintero de Servicio al Cliente.
- Doña Claudia (la consumidora): Quiero informales que se me presento un problema con la calidad del pañal Traviesitos, el pañal no se ajustaba al cuerpo del bebe y por consiguiente la humedad pasa al cuerpo y al exterior, algo extraño para mí porque mi bebe cumple 6 meses y desde su nacimiento he sido fiel consumidora de esta marca.
- Geidi: Si señora eso puedo validar en nuestras base de datos, es una fiel consumidora de nuestra marca, agradezco su tiempo y disposición para compartimos esta información, usted sabe que nuestra marca es sinónimo de calidad y el respaldo de nuestra empresa con más 70 años en el mercado lo avala. Permítame tomo los datos del lote y algunas especificaciones del producto.

Si me permite puedo enviar el día de hoy a una de las asesoras de nuestra marca para que recoja el pañal, presentemos una excusa formal y reciba una anqueta de productos de nuestra marca y la promesa de darle una respuesta y explicarle la situación presentada.

Especialización en Mercadeo

- Doña Claudia: Claro que sí, la espero hoy a las 2pm en mí casa, muchas gracias por la atención y quedo a la espera de la respuesta.

Ese mismo día una consumidora fiel de almacenes don Gerónimo en la ciudad de Villavicencio , a través de una de las asesoras de punto de venta, manifestó su inconformidad con la calidad del pañal, ya que en el momento de colocar el pañal a su bebe se percató que la licra estaba suelta, este no permitia el ajuste del pañal a las piernitas del bebe y de inmediato lo devolvió al punto de venta, quiso de alguna u otra manera que se le diera respuesta al instante y que le repusieran su producto inmediatamente, lo cual la asesora de ventas tomo sus datos y remitió la queja a servicio al cliente para la respuesta oportuna a nuestra consumidora.

Servicio al cliente reporta al área de calidad y de investigación y desarrollo de la compañía y esta a su vez hace toda la trazabilidad o investigación y procede a dar respuesta inmediata al consumidor o cliente.

El área de Calidad de la planta recibió de servicio al cliente todas las quejas y reclamos que se presentaron y procedió a generar las investigaciones necesarias para detectar el problema, no solo calidad, producción , suministros, proveedores, investigación y desarrollo y algunas áreas de manufactura y despacho priorizaron este tema y todos buscaron respuesta y soluciones.

En el mercado, la fuerza de ventas intensifico las visitas, asesorías y acercamiento directo con el consumidor para detectar inconformidades con el producto y personalizarse de las situaciones.

Especialización en Mercadeo

En la unidad productiva de pañales, la tensión se sentía en el ambiente, reuniones constante a puerta cerrada, preocupación en la cara de la tripulación de ese lote y más aun de los responsables de la producción Team leader y jefe de producción.

El impacto en el mercado fue negativo, las ventas bajaron un 5%, la imagen y credibilidad de la marca Traviesitos fue el tema central de todas las áreas de la compañía y más por estar en una categoría y segmento tan sensible como es bebés. Desde ese momento se inició desde mercadeo sinergias con calidad y producción que antes no existían, eran mundos aislados. De esta manera el operario sale por primera vez de la planta para realizar el acompañamiento con un asesor de ventas, con esta estrategia se pretendió sensibilizar al personal de producción sobre la importancia de la calidad para la labor comercial, además para darle un espaldarazo a los operarios y sus supervisores por lo importantes que son en el proceso, de esta manera constantemente vemos personal de ventas y mercadeo en nuestra planta integrándose en los procesos productivos y planean en conjunto opciones que ayuden a mejorar la calidad del producto.

Mercadeo intensifico sus actividades promocionales, su publicidad y todo su mercadeo relacional para devolver la confianza en la marca y el producto, se dio respuesta a las quejas presentadas admitiendo el inconveniente en el adhesivo de licra, nunca en la historia de la unidad productiva de pañales del departamento del Meta se había presentado un problema de calidad de tal magnitud , y mucho menos había llegado al mercado sin ser detectado por ninguno de los filtros por los que pasa el producto.

La unidad productiva invierte mucho dinero en la compra de máquinas Alemanas e Italianas de última tecnología, la planta hoy en día es la planta con la tecnología más amplia y en la que se invierte más en capacitar al personal de todas las

Especialización en Mercadeo

plantas de la compañía, tanto que hoy en día en esta misma planta operan tres unidades productivas más y sus productos son sinónimos de calidad.

La marca Traviesitos logro superar esta mala experiencia después de mucho tiempo, ya que la competencia se aprovechó de esta situación para crear malas expectativas en las consumidoras evitando que compraran la marca tan siquiera para probarla.

Traviesitos hoy en día ha crecido significativamente con extensiones de líneas y nuevos productos en la categoría no solo de pañales si no de bebes con productos líderes en el mercado y número uno en ventas, fortaleciendo a la marca y devolviendo la confianza en los consumidores de su excelente calidad, no solos con productos desechables sino un portafolio amplio en el mundo del cuidado del bebe.

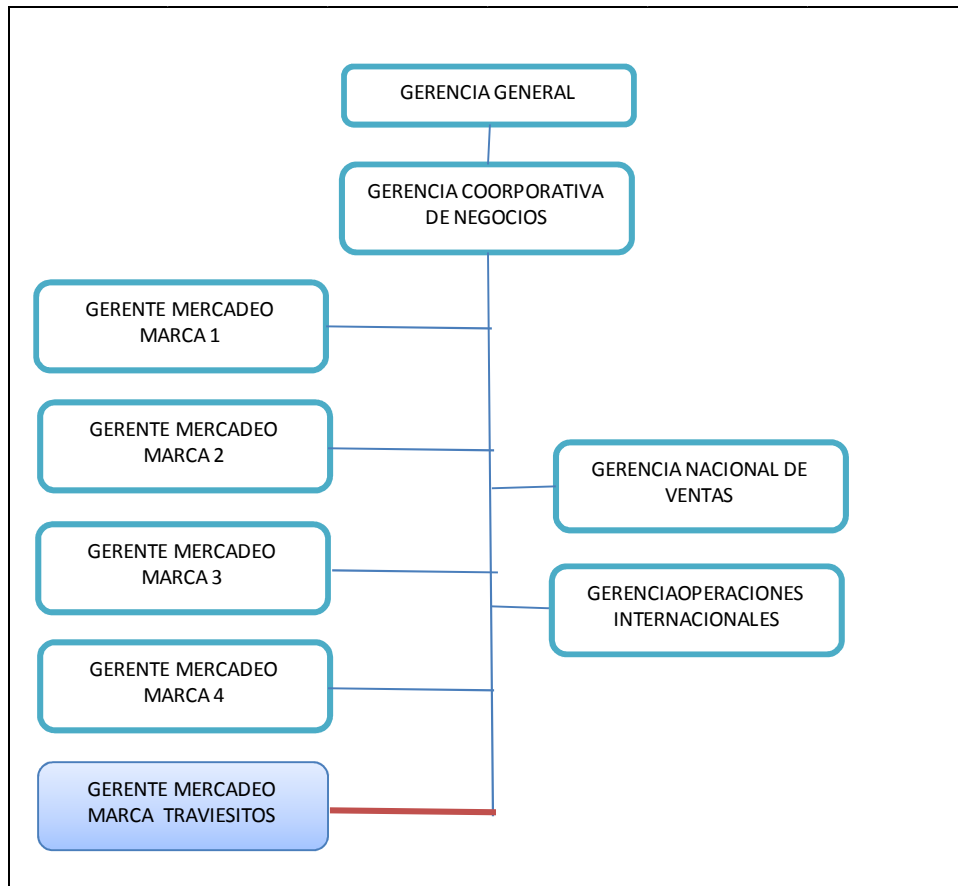
Hoy tenemos personal más calificado y comprometido haciendo de esta empresa uno de los mejores lugares de Colombia para trabajar y una de las que más ventas generan en Colombia y se logró sinergias que suman entre producción, mercadeo y ventas que hoy son el resultado del posicionamiento en el mercado como número uno en ventas, calidad, innovación y prestigio.

Hoy la marca traviesitos es exportada a más de 11 países en Latinoamérica y fue posible en su momento perder por un deficiente seguimiento la credibilidad de nuestra marca, que se ha conseguido con tanto esfuerzo, amor, pasión, y trabajo a través de los años y hoy recuperar esta confianza a través de marcas líderes en el mercado con la promesa de venta cumplida y consumidores fieles.

ANEXOS

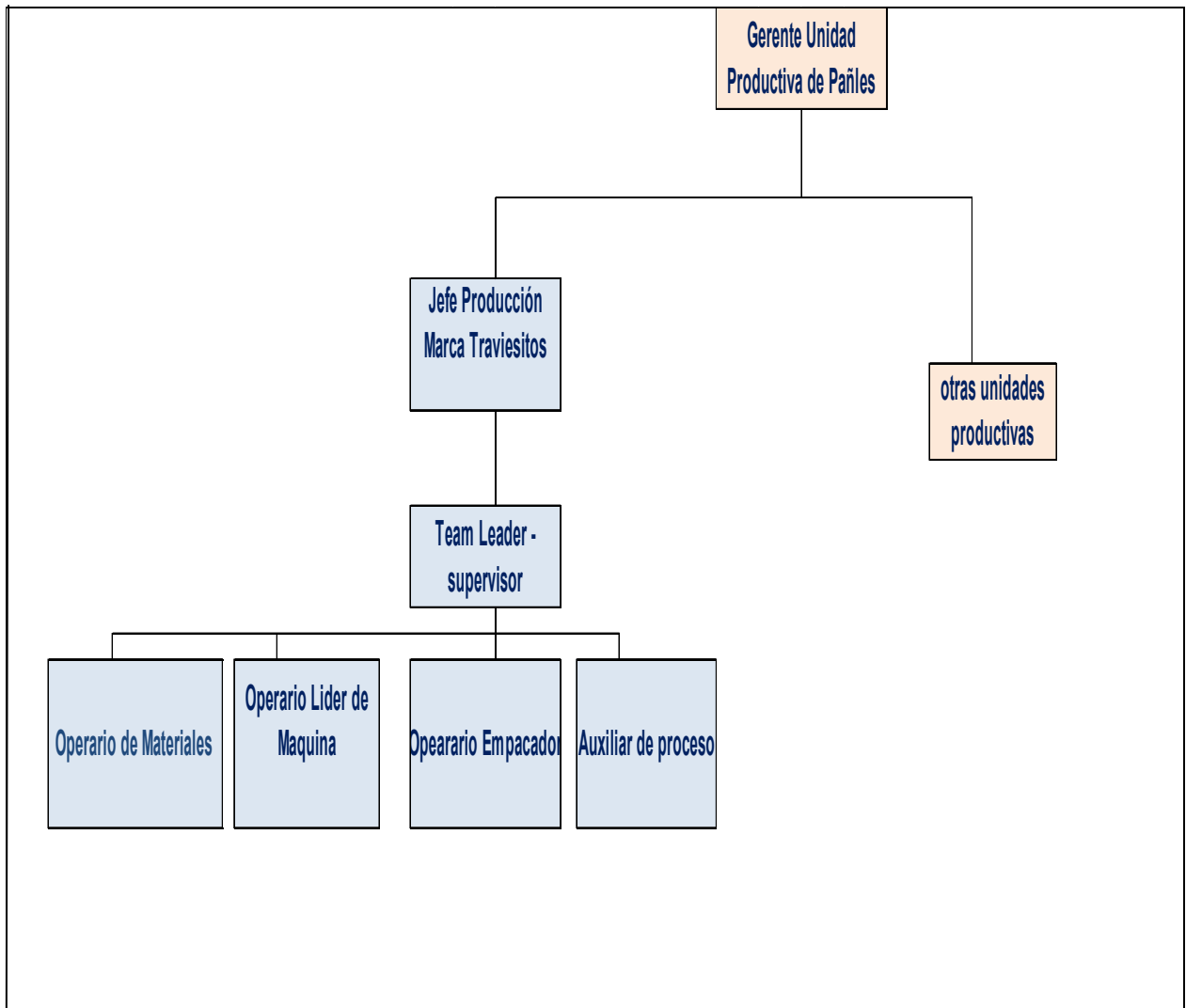
ANEXO 1

ESTRUCTURA COMERCIAL



ANEXO 2

ORGANIGRAMA UNIDAD PRODUCTIVA DE PAÑALES TRAVIESITOS.



ANEXO 3

PARTES DEL PAÑAL TRAVIESITOS

Corte Transversal del pañal traviesitos

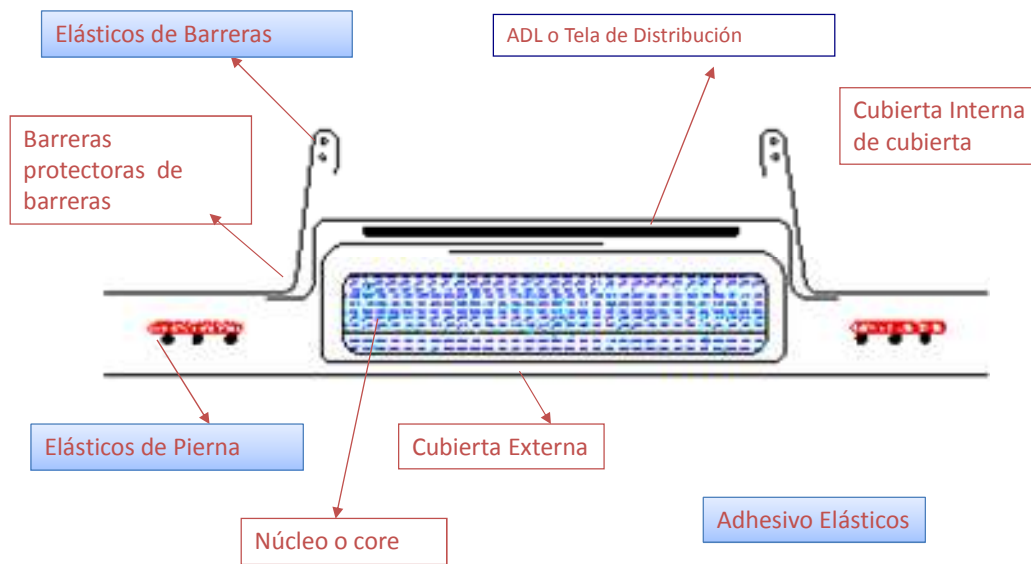
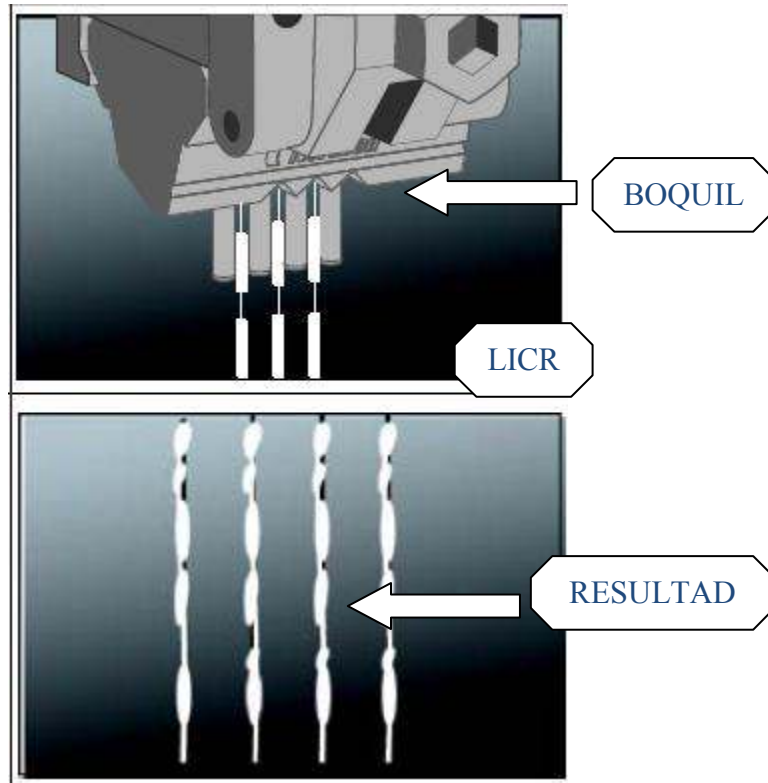


IMAGEN DE LA BOQUILLA DONDE SALE EL ADHESIVO.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Fuente: <http://www.nordson.com/es-es/pages/home.aspx>

Video de aplicacion de adhesivos http://www.youtube.com/watch?v=2q_Wov3vC-0

(Nordson Allegro Nozzle for Elastic Attach mentmp4).