

INFORME DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES SODIMAC HOMECENTER



IVÁN DARÍO FUENTES OSPINA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

IVÁN DARIO FUENTES OSPINA

Informe de práctica presentado como requisito para optar el título de Profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Magíster en Desarrollo, instituciones e integración económica

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Agradecimientos

Es una buena oportunidad para recordar con emoción y alegría las experiencias que a lo largo del periodo de formación profesional, logré adquirir, muchas de estas me resultaron momentos de aprendizaje en la vida personal que me hicieron madurar de una manera que obtuve crecimiento como persona, mostrándome mucho más sensible y ágil ante las adversidades que se destacaron a lo largo del camino. Quiero comenzar agradeciendo con gran devoción a la vida que me dio Dios por permitirme sentir y vivir en carne propia la grata experiencia y etapa de la universidad, quien con apoyo de mis padres, fue posible esta oportunidad; ellos quienes con sus esfuerzos y vida, hicieron de la idea, algo real. Mis aspiraciones continuarán y en lo posible, cambiarán relativamente, y justamente, somos merecedores de cambios en nuestras vidas, en son de nuestra felicidad. Realmente, quiero también agradecer a aquellos que una vez me tendieron la mano momentáneamente, y a mis colegas con quienes logré formalizar una relación de amistad; a Laura Sofía López Bermúdez, por ser mi más y gran amiga de esta bella etapa, quien ahora es mi colega de profesión, con quien compartí tiempo de calidad y de formación académica en todo el periodo universitario, quien me otorgó de vivencias merecedoras, impulsos, lecciones, y lo más importante, un apoyo incondicional, por esto, y por todo, gracias. Y finalmente, a mis tutores de vida y académicos, los docentes, quienes con gran esfuerzo lograron moldear e impulsar ferozmente, los sueños y expectativas que tenía en general, que aunque por normalidad hayan demostrado exigencia, también demostraron humanidad en mi proceso profesional.

Tabla de contenido

Resumen	9
Abstract	10
Glosario	11
Introducción.....	14
1. Sodimac Homecenter	16
1.1 Aspectos generales.....	16
1.2 Misión y visión empresarial	16
2. Centro de Distribución Sodimac Homecenter	18
2.1 Ubicación geográfica	20
3. Procesos en Cedi Funza	21
3.1 Proceso de área de recibido importado	21
3.2 Proceso de área de almacenamiento.....	23
3.3 Proceso de área de recibo importado y cross docking	26
3.4 Proceso de área de alistamiento	28
3.5 Proceso de área de despacho	30
3.6 Proceso de área de transporte	32
4. Oficina de atención a tiendas	34
4.1 Ubicación geográfica Oat.....	37
5. Área de abastecimiento.....	38
5.1 Estructura organizacional	40
5.2 Análisis DOFA	42
5.3 Análisis PESTEL	43
5.4 Funciones del practicante	46
5.4.1 Control de compra	46
5.4.1.1. Proceso de compra analista.....	48
5.4.1.2. Proceso de revisión.	50
5.4.2 Auditoria órdenes de compra	52
5.4.3 Revisión Proforma Requests/Invoice	54
5.4.4 Documentación del nuevo proceso de compra	55

6.	Plan de mejora.....	57
6.1	Fortalezas del Área de Abastecimiento	57
6.1.1	Eficiencia en Procesos Operativos	57
6.1.2	Gestión de Inventarios	57
6.1.3	Relaciones con Proveedores	58
6.1.4	Uso de Tecnología.....	58
6.1.5	Capacitación y Desarrollo del Personal	58
6.2	Amenazas	59
6.2.1	Complejidad en la Gestión de Inventarios	59
6.2.2	Dependencia de Proveedores Externos.....	59
6.2.3	Integración de Tecnología	59
6.2.4	Coordinación Interdepartamental.....	60
6.2.5	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	60
6.3	Análisis general.....	60
6.4	Identificación de problemas	61
6.5	Soluciones no viables.....	62
6.5.1	Igualdad de roles	62
6.5.2	Inclusión de practicantes.....	63
6.6	Soluciones viables.....	67
6.6.1	Capacitaciones o entrenamiento.....	67
6.6.2	Control de auditoría	67
6.6.3	Proyecto productos nuevos	70
7.	Aportes.....	75
	Conclusiones.....	76
	Referencias.....	78

Lista de Tablas

Tabla 1. Plan de mejoramiento proceso auditoría.....	69
Tabla 2. Plan de mejoramiento proyecto productos nuevos	74

Lista de Figuras

Figura 1. Ubicación Homecenter en Colombia	17
Figura 2. Centro de distribución Sodimac Funza	18
Figura 3. Ubicación Cedi Sodimac Funza	20
Figura 4. Evidencia fotográfica zona robots GTP (Goods To Person)	25
Figura 5. OAT Sodimac Homecenter	37
Figura 6. Estructura organizacional Gerencia Cadena de Abastecimiento	41
Figura 7. Matriz DOFA área abastecimiento	42
Figura 8. Familias productos área abastecimiento	48
Figura 9. Lista causales que generan observaciones.....	53
Figura 10. Problemáticas internas y externas del área de abastecimiento	61
Figura 11. Progresión de observaciones Auditoría	68
Figura 12. Políticas o lógicas para productos nuevos	70
Figura 13. Visualización matriz de medición para productos nuevos	72
Figura 14. Total nuevos sin primera venta Pull	73
Figura 15. Total nuevos sin primera venta Push/Inout	73

Resumen

El presente informe sintetiza la experiencia obtenida durante las prácticas empresariales en Sodimac Homecenter, una compañía reconocida en el sector de mejoras para el hogar y construcción. La práctica se llevó a cabo en el área de abastecimiento, donde se realizaron actividades fundamentales para garantizar la eficiencia en la cadena de suministro. Entre las principales responsabilidades destacadas se incluyen la auditoría de órdenes de compra, la revisión y actualización del control de compra, y la documentación de nuevos procesos de compra. Además, se implementaron proyectos clave como el seguimiento de productos nuevos sin primera venta y la automatización de procesos de compra, contribuyendo significativamente a la optimización y precisión de las operaciones internas. La experiencia permitió aplicar conocimientos teóricos adquiridos en la universidad, conjugándolos con habilidades prácticas para enfrentar los desafíos diarios en un entorno laboral real. Se expone detalladamente el proceso de integración y verificación de datos, la creación de entregables para la toma de decisiones estratégicas, y las reuniones de comité donde se discutían las tendencias y se planificaban futuras estrategias de inventario. Finalmente, se presentan las conclusiones y aprendizajes obtenidos, subrayando la importancia de la precisión, la atención al detalle y la colaboración efectiva para el éxito en la gestión de abastecimiento en una empresa de gran escala.

Palabras claves: *Prácticas empresariales, abastecimiento, auditoría de compras, automatización, productos nuevos, cadena de suministro.*

Abstract

This report summarizes the experience gained during an internship at Sodimac Homecenter, a leading company in the home improvement and construction sector. The internship was conducted in the supply chain department, where essential activities were performed to ensure efficiency in the supply chain. Key responsibilities included auditing purchase orders, reviewing and updating the purchase control system, and documenting new purchasing processes. Additionally, crucial projects such as the tracking of new products without first sales and the automation of purchasing processes were implemented, significantly contributing to the optimization and accuracy of internal operations. The experience allowed the application of theoretical knowledge acquired in academia, combined with practical skills to address daily challenges in a real work environment. Detailed exposition of data integration and verification processes, the creation of deliverables for strategic decision-making, and committee meetings where trends were discussed, and future inventory strategies were planned are included. Finally, the report presents the conclusions and lessons learned, highlighting the importance of precision, attention to detail, and effective collaboration for successful supply chain management in a large-scale company.

Keywords: Internship, supply chain, purchase auditing, automation, new products, supply chain management.

Glosario

Almacenaje: Se encarga de la planificación, organización y control de los flujos de materiales y productos en un almacén, con el fin de garantizar la eficiencia y la eficacia de las operaciones (*¿Qué Es La Logística De Almacenamiento?*, 2023)

ASN: El Aviso de Envío Avanzado es un documento digital que contiene información relevante acerca de los envíos, como la cantidad de artículos, la descripción de los productos, la fecha estimada de entrega y los datos de seguimiento (*¿Qué Es El Aviso De Envío Avanzado (ASN) Y Por Qué Es Importante Para Tu Negocio?*, 2023)

Big Data: “Cuando hablamos de Big Data nos referimos, básicamente, a información. Cantidades ingentes de datos recopilados desde distintas fuentes” (Arilla, 2023)

Contenerización: La práctica de transportar mercancías en contenedores de forma y tamaño uniforme se conoce como contenerización. Dicho de otra manera, se utilizan contenedores para transportar mercancías (De Catalunya, 2019)

E-commerce: El e-commerce o comercio electrónico se describe como el proceso de realizar transacciones comerciales, incluyendo la venta, compra, distribución y provisión de productos, servicios o información utilizando internet como medio de uso (*Qué Es El E-commerce Y Cómo Funciona*, 2023)

ERP: Es una solución para la planificación de recursos empresariales que permite a las empresas administrar la información y los procesos de la cadena de suministro de manera eficiente (Zumaeta, 2023)

EPP: Son aquellos elementos de protección personal, que se usan para labores en pro de cuidar el bienestar del encargado.

ETA: Estimated Time Arrived o Tiempo Estimado de Llegada, hace referencia a la estimación previa del momento en que un envío particular o una carga planificada alcanzarán su destino definitivo (Quickuser, 2023)

Feedback: Calificación y puntuación por una persona quien ha recurrido a un servicio o proceso.

Forecast: “es un pronóstico de ventas permite a las empresas estimar futuros escenarios y tomar decisiones estratégicas con el fin de obtener, dentro de todo, el mayor número de ganancias posibles” (*¿Qué Es Forecast? Tipos, Modelo En Excel Y Ejemplo*, n.d.)

Fullfillment: Proceso durante el que un cliente realizar una compra online y recibe el pedido en su casa o punto de entrega.

INSU: Es un indicador que mide la eficiencia del uso de insumos en la producción, optimizando los recursos disponibles

JDA: Es un software usado corporativamente para la gestión de toda la logística en la cadena de abastecimiento.

LPN: “Corresponde a un número (código), asignado a un elemento o directamente a toda una mercancía, con el cual es posible rastrear estos mismos, favoreciendo una mejor agrupación y gestión de inventarios” (*VOCABULARIO LOGÍSTICO – 15 CONCEPTOS QUE NO TE PUEDES PERDER*, n.d.)

MRP: “Hace un seguimiento de toda la actividad e interactúa continuamente con los sistemas de planificación y programación para mantener todo alineado, lo cual ayuda a la empresa a centrarse en cumplir las promesas y expectativas del cliente” (*Planificación De Recursos Empresariales (ERP)*, n.d.)

Packing: Es el proceso de empacar productos para guardarlos o enviarlos, asegurándose de que lleguen en buen estado al cliente final.

Paletización: La paletización es el proceso de ubicar productos en un pallet para que sea más fácil almacenarlos y transportarlos.

Picking: Es el proceso de escoger y recoger productos del almacén para completar los pedidos de los clientes.

Proforma: Una factura proforma es una factura preliminar o factura estimada que se utiliza para solicitar el pago al comprador comprometido por los bienes o servicios antes de que se suministren. Una factura proforma incluye una descripción de los bienes, el importe total a pagar y otros detalles sobre la transacción (*What Is a Proforma Invoice? How and Why to Use It*, 2024)

QlikSense: Es una herramienta que ayuda a los usuarios a ver, explorar y analizar datos para obtener información útil para cualquier gestión en una empresa.

RFID: La Identificación por Radiofrecuencia es una tecnología que usa ondas de radio para encontrar y seguir etiquetas pegadas a objetos.

SCM: “Supply Chain Management” o “La Gestión de la Cadena de Suministro” implica coordinar todos los pasos logísticos desde la fabricación hasta la entrega de productos, trabajando con proveedores y clientes.

Shipment: Es todo el proceso de transporte de productos desde la tienda hasta el cliente. Normalmente, esto se hace contratando a una empresa de transporte que se encarga de llevar los productos desde el almacén hasta el destino final, ya sea directamente desde la tienda o desde un almacén antes de enviarlos (*¿Qué Es El Shipping Y Cuáles Son Las Tendencias Actuales En eCommerce?*, 2018)

SGL: Software corporativo para las gestiones logísticas en la cadena de abastecimiento. Permite el análisis, digitalización y edición de datos, formulación y extracción de reportes de bases de datos, entre otras funciones referentes a la cadena de suministro.

SKU: Un “stock keeping unit” o unidad de mantenimiento de stock, es un código asignado a un artículo en un almacén. Sin embargo, este código no se refiere a un solo producto, sino a un grupo de productos organizados según criterios de gestión o facturación.

TMS: Un “Transportation Managment System” o “Sistema de Administración de Transporte” permite planificar el transporte según la demanda, los requisitos del servicio y las opciones disponibles. También ayuda a contratar a los mejores proveedores y hacer un seguimiento del transporte hasta su destino final, incluyendo el pago por el servicio (Mendoza, 2022)

WMS: Un "Warehouse Management System" o “Sistema de Gestión del Almacén” es un sistema que permite administrar los movimientos en el almacén, incluyendo el almacenamiento, las ubicaciones y la recolección de productos.

Introducción

El mundo de hoy requiere suplir una oferta a gran escala, y más cuando se opta por una globalización generalizada; cuando se empezó a transformar la idea de erradicar procesos que para la gran demanda que había no daba resultados eficaces con tiempos eficientes, entonces, se empezó a requerir más y más rentabilidad. Si hablamos de un mundo globalizado, se nos vendría a la mente el hecho de poder hacer todo con más facilidad, dado que la innovación, intervino en la línea histórica del tiempo clásico que resultó en tiempos modernos, pero, ¿qué acontecimientos atrae la evolución e innovación en la globalización en términos comerciales?

Justamente la razón de innovar, se veía como una oportunidad para cada nación, pero no todos podían conseguirlo, pues se requería de factores políticos y económicos, dado que fomentaban el comercio y la inversión a nivel regional y nacional que a su vez generaba productividad. Con el tiempo, se empezaba a perfeccionar el transporte para el sector comercial y con ello se destacaba la importancia en cuanto a la necesidad para mantener un mundo conectado y mercantilizado, esto quiere decir que, la necesidad de llevar una logística nacional a una que pasara fronteras, era un factor crucial para llevar a cabo la ejecución del concepto “cadena de suministro” en un entorno globalizado.

Según Carreño Solís (2018) afirma que:

La cadena de suministro está formada por empresas que coordinan y colaboran con el objetivo de explotar una oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes. Dichas empresas, que conforman la cadena de suministro, son proveedores, fabricantes, distribuidores y minoristas y el mismo cliente final. (p. 30)

Podemos decir que la cadena de suministro nace como un proceso logístico, proceso el cual surge del consumo de las personas, gracias a una mayor demanda; esto es porque existe mayor necesidad de los consumidores. De acuerdo con lo anterior, podemos deducir que la logística es lo que denominamos el buen uso de los factores como la movilidad, el depósito y la repartición (por medio de un transporte eficaz), facilitando la buena gestión de pedidos ofertados y demandados. Las empresas empezaron a regirse por un entorno global dando como alusión a una logística internacional donde se implementan periodos de exportación e importación, no solo teniendo en cuenta factores políticos y económicos de otras naciones, sino también factores que se implementaron como políticas y reglamentos comerciales y aduaneros.

La evolución de la logística en términos generales en la actualidad hace del comercio más competitivo, generando cada vez más estrategias mucho más sólidas con la intención de facilitar mucho más los procesos logísticos, ya que hace generar cierto tipo de dependencia entre países y empresas, que, dentro de este ámbito, los factores logísticos obligan a las organizaciones y empresas a intentar posicionarse con mejor visibilidad no solo a nivel local o regional, sino también a nivel internacional.

Las empresas nacionales y multinacionales manejan un entorno internacional interconectado, gracias a una era de conexión más factible, esto hace que los procesos internos y externos se realicen con mayor facilidad. En un entorno logístico, cada proceso se debe de inspeccionar minuciosamente y se debe de mantener una comunicación asertiva entre cada una de las áreas internas, porque la productividad se puede ver como aquel engranaje que va a depender de todas las decisiones en cada una.

En esta oportunidad, se podrá llevar a cabo un informe acerca de los factores logísticos en una empresa multinacional, analizando desde un comienzo los eslabones de la cadena de abastecimiento y cómo estos influyen en la toma de decisiones a nivel comercial. También, se hará hincapié en la forma en cómo estos actúan como un cimiento rígido y cómo gracias a estos se efectúan procesos eficaces con tiempos eficientes generando rentabilidad y posicionamiento en un mercado altamente competitivo, gracias al reconocimiento por tener uno de los centros de distribución (Cedis) más grandes y operantes en América Latina.

Cabe aclarar que, se resaltarán conceptos logísticos propios desde los más básicos hasta procesos tecnificados más complejos y tecnológicos y cómo estos hicieron que generaran valor a una de las mayores cadenas retailer y reseller a nivel nacional e internacional, donde se hará énfasis en las áreas internas para las cadenas de tienda gracias a la Oficina de Apoyo a Tienda (Oat) la cual como sede principal en operaciones para temas comerciales, almacenamiento, distribución física nacional e internacional, distribuidores, proveedores, etc.; y cómo se mantiene esa relación directa entre Cedis y Oat.

La empresa multinacional de la que se hablará a continuación será Sodimac Homecenter, empresa colombo-chilena dedicada a la comercialización de productos de ferretería, construcción y mejoramiento del hogar; con sede principal en Chile y Colombia, con operaciones en más de 7 países de América Latina los cuales son Colombia, Chile, Argentina, México, Uruguay, Brasil y Perú.

1. Sodimac Homecenter

1.1 Aspectos generales

Sodimac Homecenter, es una empresa multinacional con origen en Chile (grupo Falabella 49%) que para los próximos años pasó a Colombia (grupo Corona 51%) para ser uno de los retailer y reseller más grandes de América Latina para la comercialización de productos de ferretería, construcción y mejoramiento del hogar; contando con una presencia operacional en siete países que son Chile, Argentina, Colombia, México, Uruguay, Brasil y Perú, Sodimac logra una cadena de abastecimiento a gran escala siendo competidor para otras empresas referentes en retail y resell, y que cuenta con una extensa red de proveedores a nivel mundial, y manejan una red de marcas propias y externas.

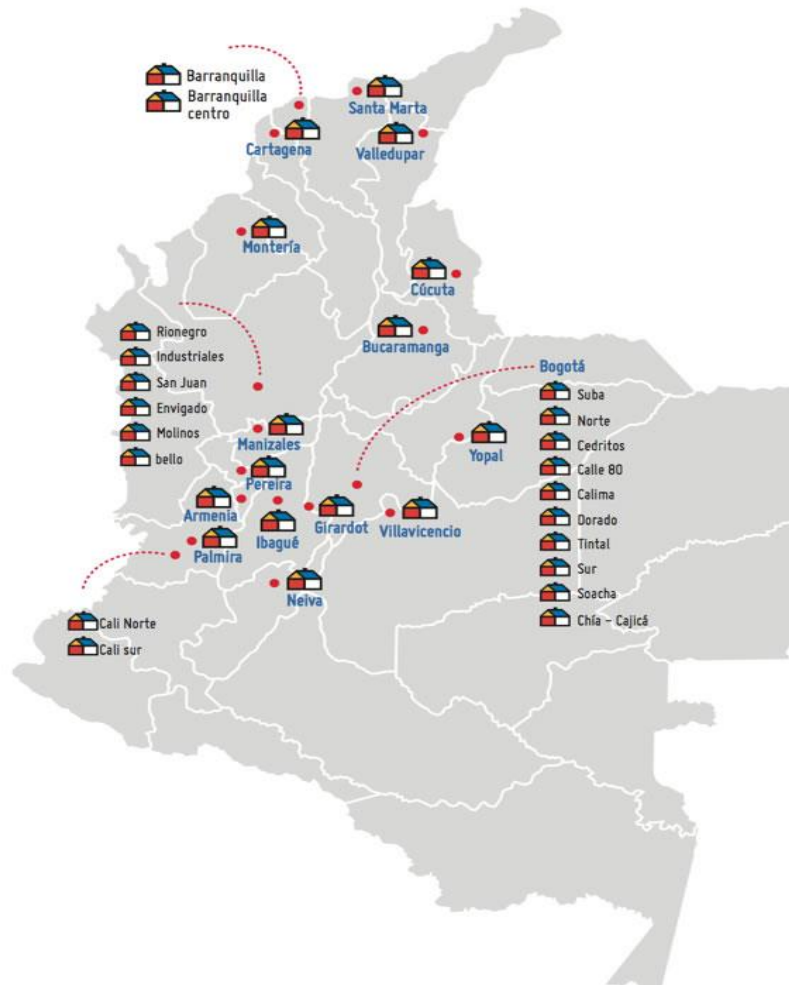
En Colombia, esta empresa se destaca como un referente en tres ámbitos que son la marca, el producto y las interacciones, esto en cuanto a la experiencia con el cliente; esto es posible gracias a una estrategia en conectividad geográfica por medio de una línea de tiendas a nivel nacional con un total de 41 tiendas en todo el país (21 municipios). Para la satisfacción del cliente en cuanto a compras, Homecenter cuenta con una red tecnológica por medio de canales de comunicación optando por un modelo de negocio omnicanal (físico, web y telefonía).

1.2 Misión y visión empresarial

Según Sodimac:

Misión: Desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría a través del canal de venta que el cliente escoja, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

Visión: Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción, que mediante el mejoramiento de la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América. (Quiénes somos, s/f)

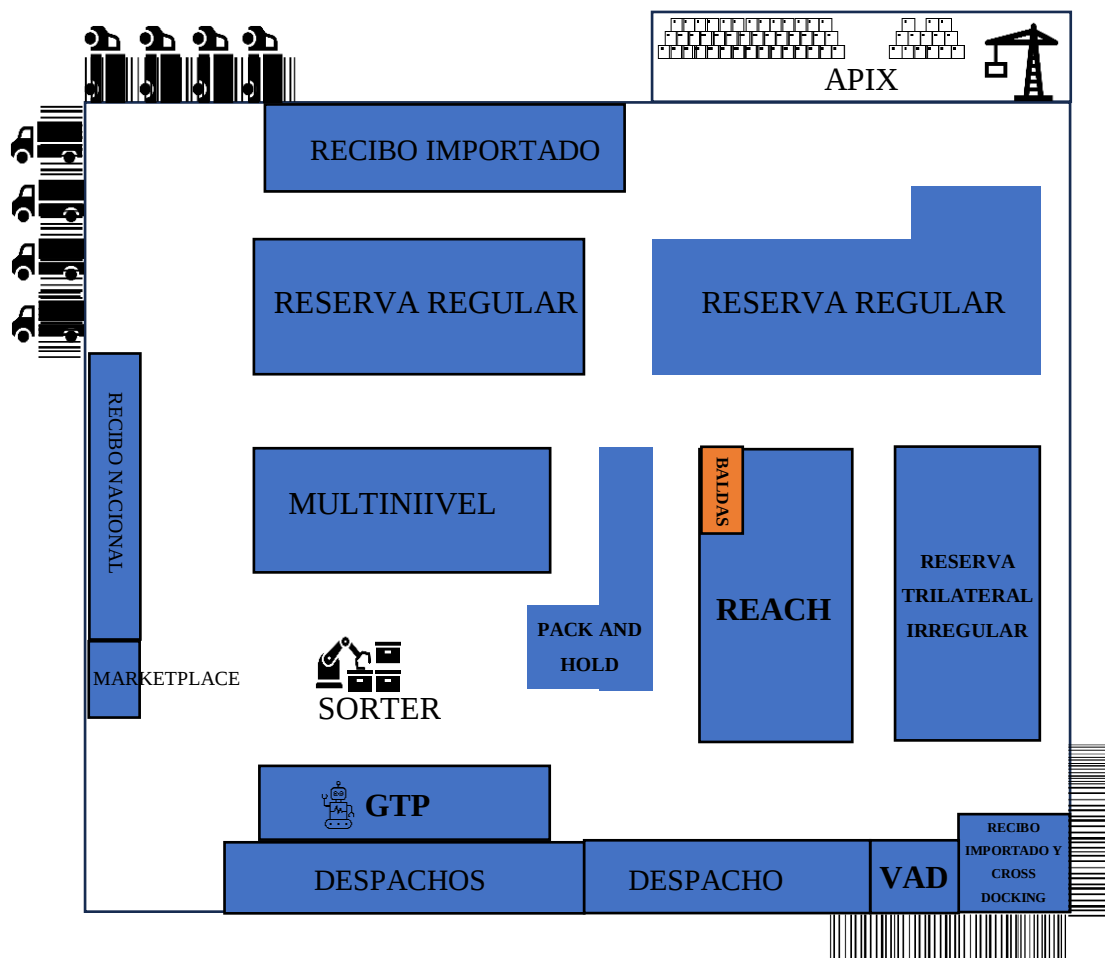
Figura 1. Ubicación Homecenter en Colombia

Nota. Tomado de Sodimac Homecenter Quienes Somos, Nuestra empresa, Tomándonos Colombia, s.f.

2. Centro de Distribución Sodimac Homecenter

A nivel nacional, Sodimac Homecenter cuenta con una gran red de operación logística siendo la estrategia primordial para esta compañía, la conexión geográfica para el alcance en todo territorio del país, por ello se estructuró un centro de distribución evaluando todo tipo de necesidad gerencial dentro de este centro de operaciones.

Figura 2. Centro de distribución Sodimac Funza



Nota. Distribución física de las principales zonas de la cadena de suministro del centro de distribución.

En la figura 2, podemos evidenciar un gráfico esquemático del Cedis principal de Sodimac Homecenter, otorgando un amplio catálogo de funciones internas y externas, teniendo como razón de, ser el corazón de toda operación logística nacional e internacional.

El centro de distribución principal cuenta con un área total de 80.000 mts² con estimación futura a expandirse a los 100.000 mts² para finales del año 2024, pero, además cuenta con 14.000 mts² que está destinado para patio de contenedores (Apix). En este lugar, se centra en la parte del flujo de reposición a tiendas en un grupo de familias de productos y atención a pedidos a clientes para todos los sitios activos del país. Aparte del principal Cedi, existen 2 grandes Cedis que son el de Madrid el cual es especializado a patio constructor y pisos con una logística de uso pesado, y el de Tenjo que anteriormente era el Cedi principal hasta el año 2015 pero sirve como almacenamiento reserva donde se manejan productos de línea blanca.

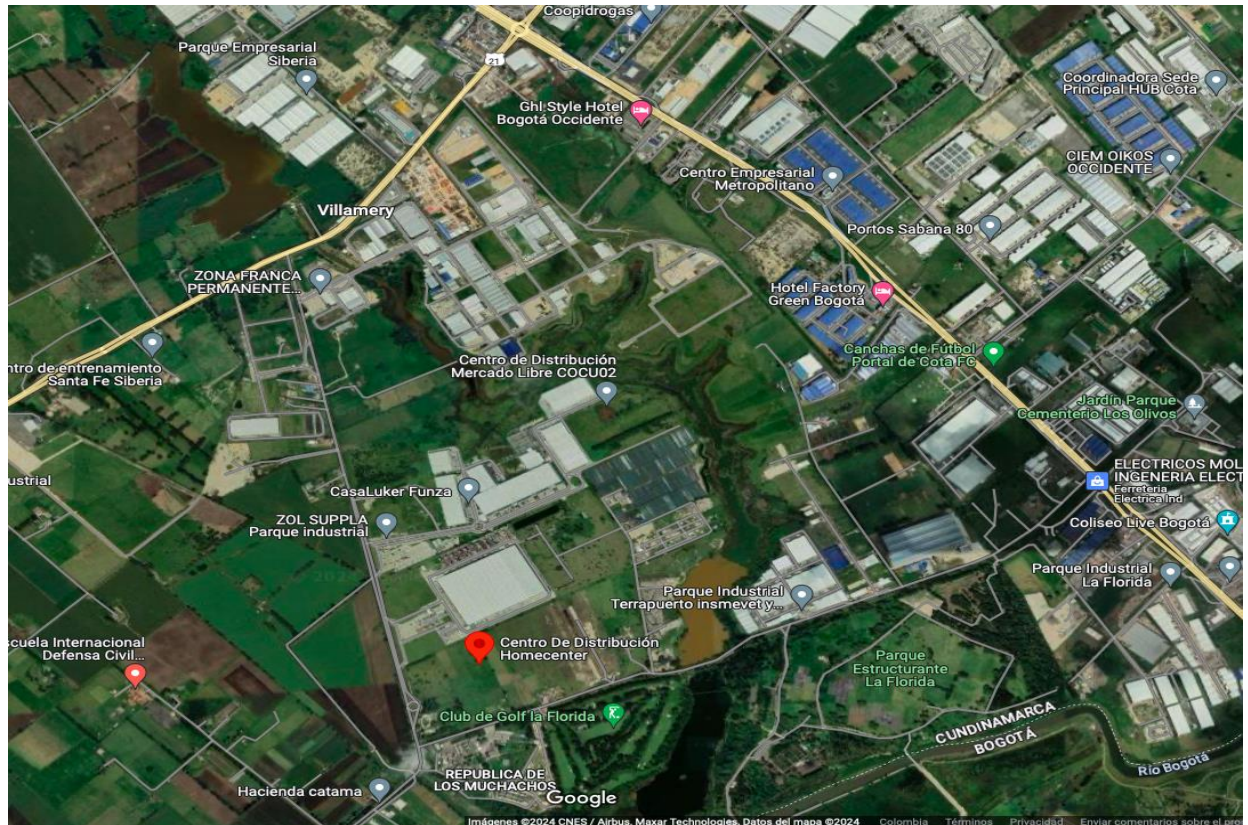
“El Centro de Distribución (Cedi) se puede definir como el lugar físico (SKU's: Stock Keeping Units) donde una o varias empresas almacenan diferentes tipos de mercancías o materias primas, ya sean fabricadas por ellas o adquiridas a un tercero.” (Posada, 2011) El lugar físico y el almacenamiento dependerá directamente del volumen y peso que se pretenderá almacenar, donde algunas cargas irán concentradas en pallets al ser mercancías grandes y otras irán sueltas por ser carga fácil a su manejo y disposición. Por otro lado, el Cedi siempre estará alejado de las instalaciones propias de la compañía, como en lugares con fácil acceso a vías principales, puertos y aeropuertos.

Sodimac, no solo cuenta con Cedis sino también con importantes plataformas logísticas de distribución (Pladis) para el resto del país, precisamente en las ciudades de Medellín, Cali y Bucaramanga. Entre un Cedi y una Pladi, las funciones y características compartidas entre estos dos, son similares ya que ambas se encargan de centrar la necesidad de cumplir con toda la red logística en operaciones para la cadena de distribución, dirigidos a suplir con la demanda para grandes empresas nacionales o internacionales.

2.1 Ubicación geográfica

El lugar donde se encuentra ubicado el centro de distribución es vía la Vega, variante Funza, cerca de la zona franca permanente Intexona.

Figura 3. Ubicación Cedi Sodimac Funza



Nota. Km 1.8 vía La Funzhe, Funza, Cundinamarca

La zona geográfica es estratégica para fomentar una distribución eficaz, contando con salidas y variantes alternas para evitar algún atascamiento a nivel del transporte y demoras en sus operaciones que se efectúan los 7 días semanales calendario y 24 horas del día. El actual Cedi cuenta con cercanía a los demás Cedís, generando una conectividad continua para todos los procesos logísticos de la cadena de abastecimiento, ya que la necesidad de suplir una gran oferta y en efecto, una mayor demanda, requiere de tiempos eficientes.

3. Procesos en Cedi Funza

Abarcar todos los procesos de un centro distribución sería complejo, pero algunas de las funciones más importantes para el Cedi principal de Sodimac (Figura 2) nos hace alusión desde la actividad más tenue a la más compleja en cuanto a procesos se requiera. El Cedi es en su mayoría un centro de operaciones, lo que implica cumplir con cada uno de los procesos logísticos ya que cada área necesita contemplar de una cadena de suministro única, como si de un engranaje se tratase.

Ocupándose de gran extensión territorial, un Cedi abarca desde planeación de ideas hasta su ejecución pasando por toda una red operativa compartida, es decir, el resultado de un área hará depender el resultado de otra y así consecutivamente. Algo importante que se ejecuta dentro de un centro logístico, es el recibir y el despachar; recibir es la recepción de productos ya anteriormente adquiridos por un tercero para su debido control y clasificación, mientras que el despacho es el último paso en la cadena de abastecimiento, siendo la salida del producto final al consumidor en perfectas condiciones.

3.1 Proceso de área de recibido importado

Asegurar el recibido de mercancía importada sea nacional e internacional para así asegurar su disponibilidad de inventario para tiendas y clientes. En el área de recibido importado, se mantiene una conexión directa con la zona de consolidación venta en verde el cual es el área destinada para los productos de Markatplace nacional e internacional, ya que es aquí donde se determina el canal e-commerce y el proveedor que se elegirá para el abastecimiento de mercancía.

El área de recibido importado en un centro de distribución es esencial para gestionar adecuadamente la recepción de mercancías provenientes del extranjero. Este proceso incluye la descarga de contenedores y la verificación de documentos de embarque para asegurar que los productos recibidos coincidan con lo que se ordenó. La eficiencia en este paso es vital para evitar retrasos y asegurar que los productos lleguen al inventario en tiempo y forma.

Una vez descargados los productos, se realiza una inspección física y de calidad. Este procedimiento asegura que los artículos no presenten daños y cumplan con los estándares requeridos. Los productos defectuosos o dañados se identifican y se gestionan según las políticas de la empresa, ya sea devolviéndolos al proveedor o solicitando un reemplazo. Posteriormente, se lleva a cabo el registro en el sistema de gestión de almacenes (WMS). Este sistema actualiza el inventario y asegura que los productos estén listos para ser almacenados o procesados. La correcta digitalización y seguimiento de la mercancía es esencial para mantener la precisión del inventario y mejorar la trazabilidad de los productos.

El siguiente paso es la clasificación de los productos según sus categorías y destinos dentro del almacén. Esta etapa optimiza la organización y facilita la localización de los productos en el futuro. La adecuada clasificación también contribuye a mejorar la eficiencia en las operaciones posteriores, como el picking y el despacho. Finalmente, los productos se trasladan a las áreas de almacenamiento designadas o directamente a la zona de cross docking si están destinados a un envío rápido. Este proceso debe realizarse de manera eficiente para minimizar los tiempos de espera y asegurar un flujo continuo de mercancías. La coordinación y la comunicación efectiva entre los equipos de recibo y almacenamiento son clave para el éxito de esta operación.

El área de recibido importado es crucial para cualquier centro de distribución que maneje mercancías internacionales. La eficiencia en esta etapa no solo asegura que los productos lleguen a tiempo, sino que también impacta directamente en los costos operativos y en la satisfacción del cliente. Un proceso bien gestionado en esta área puede reducir significativamente los tiempos de ciclo y minimizar las interrupciones en la cadena de suministro.

Una observación clave es la importancia de la tecnología en la gestión del recibido importado. Sistemas avanzados de gestión de almacenes (WMS) no solo facilitan el registro y seguimiento de los productos, sino que también mejoran la precisión y velocidad de las operaciones. La implementación de estos sistemas puede requerir una inversión inicial significativa, pero los beneficios a largo plazo en términos de eficiencia y reducción de errores justifican este gasto. Además, la capacitación del personal en el manejo de mercancías importadas es fundamental. Los empleados deben estar familiarizados con los procedimientos de inspección y registro, así como con el manejo de tecnologías de escaneo y sistemas de gestión. Invertir en la capacitación continua del personal asegura que se mantengan actualizados con las mejores prácticas y tecnologías emergentes.

Es importante también considerar las prácticas de sostenibilidad en esta área. El manejo eficiente de embalajes y la reducción de residuos pueden contribuir significativamente a las iniciativas de sostenibilidad de la empresa. Adoptar prácticas ecológicas no solo es beneficioso para el medio ambiente, sino que también puede mejorar la imagen de la empresa ante los consumidores y socios comerciales. En resumen, la gestión efectiva del área de recibido importado es un componente esencial para la eficiencia general del centro de distribución. La integración de tecnología, capacitación del personal y prácticas sostenibles son elementos clave que pueden mejorar significativamente el rendimiento y la competitividad de la empresa en el mercado global.

3.2 Proceso de área de almacenamiento

Asegurar el almacenamiento y el reabastecimiento de mercancías regulares e irregulares para todos los flujos por medio de un Picking. Para la reserva regular, se mantiene como un tipo de inventario cíclico o rotativo donde se realizan recuentos de los productos por familia con mayor necesidad de salida por sus características o valor.

El almacenamiento es una de las funciones centrales en un centro de distribución, y su eficiencia es crucial para la operación general. Este proceso comienza con la recepción de productos desde el área de recibido, donde los artículos son organizados y ubicados en ubicaciones específicas dentro del almacén. Estas ubicaciones son determinadas por factores como la rotación de inventario y las dimensiones de los productos.

El uso de tecnología avanzada, como sistemas de gestión de almacenes (WMS), facilita la asignación y el seguimiento de las ubicaciones de los productos. Estos sistemas permiten optimizar el espacio disponible y mejorar la accesibilidad de los artículos, reduciendo los tiempos de búsqueda y recolección. La precisión en el almacenamiento también ayuda a evitar pérdidas y daños a los productos.

Además, el almacenamiento efectivo incluye la implementación de técnicas de organización como el método FIFO (primero en entrar, primero en salir) o LIFO (último en entrar, primero en salir), dependiendo del tipo de producto y las necesidades específicas de la operación. Estas técnicas aseguran que los productos con fechas de caducidad más próximas sean los primeros en ser despachados, reduciendo así el riesgo de obsolescencia.

La seguridad también es un aspecto crítico en el almacenamiento. Esto incluye medidas para proteger tanto los productos como a los trabajadores. Las prácticas de seguridad pueden incluir la capacitación regular del personal, el uso de equipos de protección personal (EPP), y la implementación de protocolos para manejar sustancias peligrosas o productos frágiles.

Finalmente, la eficiencia del área de almacenamiento se puede mejorar mediante el uso de automatización y robótica. Sistemas como los robots de picking o las estanterías móviles automáticas pueden aumentar la velocidad y la precisión de las operaciones de almacenamiento. Estos avances tecnológicos también pueden reducir la carga de trabajo físico del personal, mejorando la seguridad y reduciendo la fatiga.

El almacenamiento eficiente es un pilar fundamental en la gestión de un centro de distribución. La organización adecuada de los productos y el uso optimizado del espacio no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también permiten una mejor gestión del inventario y una respuesta más rápida a las demandas del mercado. La implementación de un WMS avanzado es una estrategia crucial para lograr estos objetivos.

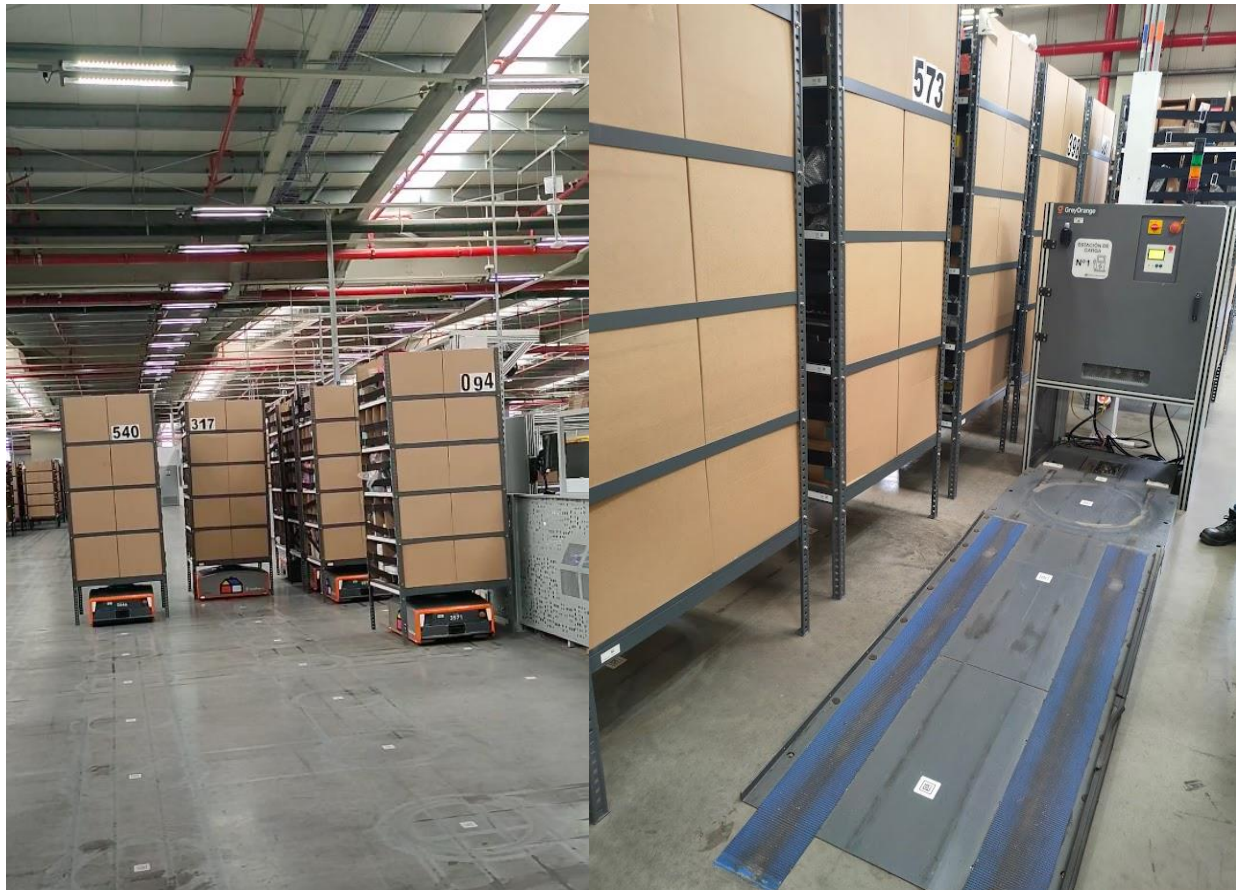
El análisis de datos juega un papel cada vez más importante en la gestión de almacenamiento. Utilizando análisis predictivos y big data, los centros de distribución pueden anticipar cambios en la demanda y ajustar sus niveles de inventario en consecuencia. Esta capacidad predictiva reduce los riesgos de sobrealmacenamiento y desabastecimiento, optimizando así los costos y mejorando la satisfacción del cliente.

Además, la tendencia hacia la automatización en los almacenes está revolucionando el sector. La incorporación de robots para el picking y estanterías móviles automáticas no solo incrementa la velocidad y precisión de las operaciones, sino que también permite una mayor flexibilidad y escalabilidad en el manejo del inventario. Aunque la inversión inicial en estas tecnologías puede ser alta, los beneficios en términos de reducción de costos laborales y mejora de la eficiencia operativa son considerables.

La seguridad en el almacenamiento también debe ser una prioridad. Implementar protocolos de seguridad estrictos y mantener un entorno de trabajo seguro no solo protege a los empleados, sino que también preserva la integridad de los productos almacenados. La formación regular en seguridad y el uso de equipos de protección personal (EPP) son medidas esenciales para mantener un alto estándar de seguridad.

Finalmente, la sostenibilidad en el almacenamiento es cada vez más relevante. Optar por materiales de embalaje reciclables y estrategias de gestión de residuos puede contribuir a la reducción del impacto ambiental del centro de distribución. Adoptar prácticas sostenibles no solo es éticamente responsable, sino que también puede mejorar la reputación de la empresa y cumplir con las expectativas de los consumidores y reguladores.

Figura 4. Evidencia fotográfica zona robots GTP (Goods To Person)



En el área de almacenamiento, se encuentra GTP el cual es un proceso donde se realiza el reabastecimiento y preparación de pedidos en estanterías móviles mediante robots autónomos sin que el operador se mueva de su estación de trabajo debido a la manipulación de artículos exclusivos y de alto valor. El movimiento de los robots es computarizado por un Software de origen hindú, que por medio de unos códigos RFID situados en el suelo, van escaneando su trayectoria y cuentan con su propia terminal de carga autónoma y automática.

3.3 Proceso de área de recibo importado y cross docking

Zona únicamente para la manipulación de mercancías y cargas con despacho inmediato ubicadas en las zonas de salida. Algunas cargas deben de pasar por un proceso de Picking, pero sin ser almacenadas, son despachadas en el menor tiempo posible. Se cuenta con disposición de 6 muelles para la debida salida de la mercancía, todo manejado por un ASN para así asegurar una recepción mucho mas eficaz con tiempos eficientes. El proceso de cross docking en el área de recibo importado se enfoca en la transferencia directa de productos desde la recepción hasta el despacho, minimizando o eliminando la necesidad de almacenamiento intermedio. Este método es altamente eficiente para productos que necesitan ser distribuidos rápidamente, como alimentos perecederos o artículos promocionales.

Inicialmente, los productos importados se reciben y se inspeccionan para asegurar que cumplen con los estándares de calidad y cantidad. Esta inspección es crucial para identificar cualquier discrepancia o daño en los productos antes de que continúen su camino hacia el siguiente destino. La rapidez en esta etapa es vital para mantener el flujo continuo de mercancías. Una vez inspeccionados, los productos son inmediatamente clasificados y etiquetados para su destino final.

La clasificación eficiente permite que los productos sean dirigidos rápidamente hacia las puertas de despacho correspondientes. Esta etapa requiere una coordinación precisa entre el equipo de recepción y el de despacho para asegurar que los productos correctos sean enviados a los destinos adecuados sin retrasos.

La tecnología juega un papel fundamental en el proceso de cross docking. Los sistemas de gestión de almacenes (WMS) y los escáneres de código de barras facilitan la rápida identificación y seguimiento de los productos a medida que se mueven a través del centro de distribución. La integración de estos sistemas con los sistemas de gestión de transporte (TMS) asegura que los envíos sean organizados y ejecutados de manera eficiente.

Finalmente, los productos clasificados se cargan directamente en los vehículos de transporte para su entrega. Este proceso minimiza los tiempos de manipulación y almacenamiento, reduciendo así los costos operativos y mejorando la velocidad de entrega. La eficiencia del cross docking depende en gran medida de la planificación anticipada y la colaboración efectiva entre todos los departamentos involucrados.

El proceso de cross docking representa una evolución significativa en la gestión de la cadena de suministro, orientada a mejorar la eficiencia y reducir los costos operativos. Este método permite que los productos se muevan directamente desde la recepción a la expedición, eliminando la necesidad de almacenamiento intermedio. Esta estrategia es especialmente útil para productos perecederos y artículos de alta rotación, donde el tiempo es un factor crítico. La clave del éxito en el cross docking radica en la coordinación precisa y la comunicación efectiva entre los distintos departamentos del centro de distribución.

La integración de sistemas de gestión de almacenes (WMS) y de transporte (TMS) es esencial para sincronizar las operaciones y asegurar que los productos correctos se envíen a los destinos adecuados sin demoras. Esta integración tecnológica no solo mejora la eficiencia, sino que también proporciona visibilidad en tiempo real de las operaciones. Un análisis profundo revela que el cross docking también puede ofrecer ventajas significativas en términos de sostenibilidad. Al reducir la necesidad de almacenamiento y manipulación adicional, se disminuyen las emisiones de carbono y el uso de energía en el almacén.

Además, la reducción de materiales de embalaje y la optimización de las rutas de transporte contribuyen a una operación más ecológica y responsable. Sin embargo, el cross docking no está exento de desafíos. La necesidad de una planificación meticulosa y la dependencia de la puntualidad y precisión de los envíos pueden complicar la implementación de este método. Las empresas deben estar preparadas para manejar interrupciones en la cadena de suministro y contar con planes de contingencia para mitigar cualquier impacto negativo.

En conclusión, el cross docking puede transformar la eficiencia operativa de un centro de distribución, proporcionando beneficios tanto económicos como ambientales. La implementación exitosa de esta estrategia requiere una inversión en tecnología, una planificación cuidadosa y una coordinación excepcional entre todos los actores involucrados en la cadena de suministro.

3.4 Proceso de área de alistamiento

Para todas los productos y unidades de carga (suelta o en cajas, palletizada, contenerizada), se utiliza un LPN registrado en una etiqueta visible, esto para demostrar e identificar las características del producto como su descripción, ubicación y cantidad. El LPN no solo sirve para procesos de alistamiento, también para procesos de recepción, Picking y despacho; funciona en general para la cadena de suministro. Existe alistamiento en:

1. Zona Apix, es un patio al aire libre donde se resguardan contenedores vacíos o con mercancía ya que aquí se hace la administración del recibo, almacenamiento y gestión.
2. Despacho en los canales e-commerce (Nsr) para venta a distancia (Vad) y despachos para tiendas físicas (Sr).
3. Baldas, conjunto de estanterías para Picking dinámico. En este proceso se hace la debida actualización documental del proceso de alistamiento debido a un traslado para una nueva ubicación en esta zona.

El área de alistamiento es donde se preparan los pedidos para su despacho. Este proceso comienza con la generación de órdenes de pedido desde el sistema de gestión de almacenes (WMS). Los empleados utilizan estas órdenes para recoger los productos de sus ubicaciones de almacenamiento, asegurando que cada pedido contenga los artículos correctos y en las cantidades adecuadas. Una vez recogidos, los productos se llevan a la zona de alistamiento donde se verifica su precisión. Esta verificación puede incluir el escaneo de códigos de barras y la comparación de los artículos recogidos con la orden de pedido. Este paso es crucial para garantizar la exactitud de los pedidos y minimizar los errores que podrían llevar a devoluciones o insatisfacción del cliente.

Después de la verificación, los productos son empaquetados adecuadamente para su transporte. El empaquetado eficiente y seguro es esencial para proteger los productos durante su envío y asegurar que lleguen en perfectas condiciones. Además, se agregan etiquetas de envío y documentación relevante para facilitar el proceso de entrega. El uso de tecnología en el área de alistamiento, como cintas transportadoras y estaciones de empaquetado automatizadas, puede mejorar significativamente la eficiencia del proceso. Estas herramientas permiten a los empleados

manejar mayores volúmenes de pedidos con mayor rapidez y precisión, lo cual es especialmente beneficioso durante períodos de alta demanda.

Finalmente, los pedidos alistados se trasladan a la zona de despachos donde se consolidan y se preparan para su carga en los vehículos de transporte. Este paso final en el proceso de alistamiento asegura que todos los pedidos estén listos para ser enviados de manera organizada y oportuna, optimizando así el flujo de salida de mercancías del centro de distribución.

El alistamiento de pedidos es una etapa crítica que influye directamente en la precisión y puntualidad de las entregas. Un proceso de alistamiento eficiente comienza con la correcta interpretación de las órdenes de pedido y la recolección precisa de los productos necesarios. La tecnología, como los escáneres de códigos de barras y los sistemas de gestión de almacenes (WMS), juega un papel fundamental en asegurar que los pedidos se cumplan con precisión.

La eficiencia en el alistamiento no solo depende de la tecnología, sino también de la capacitación del personal. Los empleados deben estar bien entrenados en técnicas de picking y embalaje, así como en el uso de herramientas tecnológicas. Una formación continua garantiza que el personal esté actualizado con las mejores prácticas y pueda adaptarse a nuevos sistemas y procesos.

La implementación de automatización en el alistamiento, como las cintas transportadoras y las estaciones de empaquetado automatizadas, puede incrementar significativamente la productividad. Estos sistemas permiten procesar un mayor volumen de pedidos con menor esfuerzo manual, reduciendo errores y mejorando la velocidad de procesamiento. La automatización también puede ayudar a manejar picos de demanda durante temporadas altas, manteniendo la eficiencia operativa.

Además, la sostenibilidad en el proceso de alistamiento es un aspecto importante para considerar. El uso de materiales de embalaje reciclables y la optimización del empaquetado para minimizar residuos contribuyen a las iniciativas de sostenibilidad de la empresa. Estas prácticas no solo son beneficiosas para el medio ambiente, sino que también pueden mejorar la percepción de la empresa entre los consumidores. En resumen, el alistamiento eficiente de pedidos es esencial para mantener la satisfacción del cliente y la competitividad del centro de distribución. La combinación de tecnología, capacitación del personal y prácticas sostenibles puede mejorar significativamente la eficiencia y precisión de este proceso, asegurando que los pedidos se entreguen a tiempo y en perfectas condiciones.

3.5 Proceso de área de despacho

En el área de despacho, se sitúa los productos a tiendas y productos comprados por sitio web. Justamente, las zonas de NSR y SR se mantienen en constante movimiento por el flujo de demanda no solo para el apartado en tienda. Para elaborar un correcto despacho del producto, se debe de ejecutar una correcta planificación de requerimientos de material (Mrp), esto para reducir los tiempos a la hora de entregar el producto al cliente.

El área de despachos se encarga de organizar y coordinar la salida de productos del centro de distribución hacia su destino final. Este proceso comienza con la recepción de los pedidos alistados desde el área de alistamiento. Los pedidos se agrupan según criterios como la ruta de entrega o el tipo de transporte, para optimizar el proceso de carga y la eficiencia del transporte.

Una parte esencial del proceso de despachos es la consolidación de envíos. Esto implica agrupar varios pedidos en un mismo vehículo para maximizar el uso del espacio y reducir los costos de transporte. La consolidación efectiva requiere una planificación cuidadosa y el uso de sistemas de gestión de transporte (TMS) que ayuden a determinar las mejores combinaciones de pedidos y rutas.

Una vez consolidados, los pedidos se cargan en los vehículos de transporte. Este proceso debe realizarse de manera eficiente y segura, asegurando que los productos estén correctamente distribuidos para evitar daños durante el transporte. La capacitación del personal en técnicas de carga y el uso de equipos adecuados son fundamentales para mantener la integridad de los productos.

El seguimiento y la documentación son también aspectos críticos del proceso de despachos. Cada envío debe ser registrado y monitoreado para asegurar su trazabilidad. Esto incluye la generación de guías de envío, facturas y otros documentos necesarios para el transporte y la entrega. El uso de tecnologías como el GPS y los sistemas de seguimiento en tiempo real puede mejorar la visibilidad y la gestión de los envíos.

Finalmente, la coordinación con los transportistas es clave para garantizar que los pedidos sean recogidos y entregados a tiempo. La comunicación efectiva y la colaboración con las empresas de transporte ayudan a resolver cualquier problema que pueda surgir y asegurar que los clientes reciban sus productos de manera oportuna y satisfactoria.

El área de despachos es crucial para la operación final del centro de distribución, asegurando que los productos lleguen a sus destinos de manera eficiente y puntual. La consolidación de envíos es una práctica clave que maximiza el uso del espacio en los vehículos de transporte y reduce los costos operativos. Esta consolidación requiere una planificación meticulosa y el uso de sistemas de gestión de transporte (TMS) para optimizar las rutas y la carga.

La tecnología también desempeña un papel importante en el área de despachos. El uso de sistemas de rastreo en tiempo real y GPS permite un monitoreo continuo de los envíos, proporcionando visibilidad y control sobre el proceso de entrega. Esta visibilidad es esencial para gestionar cualquier incidencia en ruta y asegurar que los productos lleguen en perfecto estado y a tiempo. La eficiencia en el proceso de despachos también depende de la colaboración efectiva con los transportistas. Mantener una comunicación constante y coordinar los horarios de recogida y entrega puede minimizar retrasos y optimizar el flujo de mercancías. Las alianzas estratégicas con empresas de transporte confiables pueden mejorar significativamente la eficiencia y fiabilidad del servicio de despachos.

La seguridad en el proceso de despachos es otra consideración crucial. Asegurar que los productos estén adecuadamente empaquetados y protegidos durante el transporte reduce el riesgo de daños y pérdidas. Además, el cumplimiento de las normativas de transporte y la capacitación de los conductores en prácticas seguras son esenciales para mantener la integridad de los productos y la seguridad en el tránsito. En conclusión, el área de despachos es vital para garantizar que los productos lleguen a los clientes de manera eficiente y segura. La integración de tecnología, la planificación cuidadosa y la colaboración efectiva con los transportistas son claves para optimizar este proceso y asegurar la satisfacción del cliente.

3.6 Proceso de área de transporte

El área de transporte debe de regirse por fundamentos logísticos para determinar el tipo de método y transporte, así como la elección del transportista y socios logísticos. En esta área, se concentra la movilización masiva de mercancía para todas las tiendas del país. En el Cedi, para que sea posible la circulación de mercancía, se debe de regir la entrada por una facturación electrónica, donde se le asigna una fecha, hora y muelle específico para cargar, descargar y despachar.

Esta ejecución para el transporte se lleva a cabo con continuidad sin hora de restricción para productos que deben ser movilizados (Nsr, Sr o Vad) y mercancía que llega de puerto para su debido paso por la cadena de suministro correspondiente. El área de transporte se ocupa de la planificación y ejecución del movimiento de mercancías desde el centro de distribución hasta el cliente final.

Este proceso comienza con la selección de las rutas y los métodos de transporte más eficientes, teniendo en cuenta factores como la distancia, el tipo de producto y los costos. El objetivo es minimizar los tiempos de entrega y los costos operativos mientras se asegura la seguridad de los productos.

Una parte importante del proceso es la gestión de flotas. Esto incluye la asignación de vehículos adecuados para cada tipo de carga y la optimización de las rutas de entrega. Los sistemas de gestión de transporte (TMS) juegan un papel crucial en esta etapa, proporcionando herramientas para planificar y monitorear las operaciones de transporte de manera eficiente.

La tecnología también es vital para el seguimiento en tiempo real de los envíos. El uso de GPS y otros sistemas de rastreo permite a los operadores monitorear la ubicación de los vehículos y los productos durante el transporte. Esto no solo mejora la visibilidad y el control sobre las operaciones, sino que también permite reaccionar rápidamente ante cualquier problema que pueda surgir.

Además, la seguridad y la conformidad son aspectos esenciales del proceso de transporte. Esto incluye el cumplimiento de las normativas de transporte, la capacitación de los conductores en prácticas de manejo seguro y la implementación de medidas para proteger las mercancías durante su tránsito. La gestión adecuada de estos aspectos ayuda a prevenir accidentes y pérdidas.

Finalmente, la evaluación y mejora continua del proceso de transporte son cruciales para mantener la eficiencia y la calidad del servicio. Esto implica el análisis de métricas de rendimiento, como los tiempos de entrega y los costos, y la implementación de mejoras basadas en los resultados. La retroalimentación de los clientes también es valiosa para identificar áreas de mejora y asegurar un servicio de alta calidad.

El área de transporte es la etapa final en la cadena de suministro, donde la eficiencia y la puntualidad son críticas para la satisfacción del cliente. Una gestión eficiente del transporte comienza con la planificación y optimización de las rutas de entrega. Los sistemas de gestión de transporte (TMS) son herramientas esenciales que ayudan a planificar y monitorear las operaciones de transporte, asegurando que los envíos se realicen de manera eficiente y rentable.

La tecnología juega un papel vital en el seguimiento en tiempo real de los envíos. El uso de GPS y otros sistemas de rastreo permite a los operadores monitorear la ubicación de los vehículos y los productos durante el transporte. Esta visibilidad en tiempo real no solo mejora el control sobre las operaciones, sino que también permite reaccionar rápidamente ante cualquier problema, como retrasos o desviaciones de la ruta planificada.

La seguridad y la conformidad son aspectos esenciales del proceso de transporte. Esto incluye el cumplimiento de las normativas de transporte, la capacitación de los conductores en prácticas de manejo seguro y la implementación de medidas para proteger las mercancías durante su tránsito. La gestión adecuada de estos aspectos ayuda a prevenir accidentes y pérdidas, asegurando que los productos lleguen en perfectas condiciones.

La evaluación y mejora continua del proceso de transporte son cruciales para mantener la eficiencia y la calidad del servicio. Analizar métricas de rendimiento, como los tiempos de entrega y los costos operativos, permite identificar áreas de mejora y optimizar las operaciones. La retroalimentación de los clientes también es valiosa para ajustar y perfeccionar los procesos de transporte, asegurando un servicio de alta calidad.

En resumen, la gestión efectiva del área de transporte es fundamental para la cadena de suministro. La integración de tecnología avanzada, la planificación meticulosa y el enfoque en la seguridad y conformidad son elementos clave que aseguran una operación eficiente y la satisfacción del cliente.

4. Oficina de atención a tiendas

Sodimac cuenta con una sede principal administrativa donde se sitúa la alta gerencia y las áreas que predominan y fortalecen las acciones de la compañía para la distribución física tanto a nivel nacional como internacional. Esta sede es crucial para la correcta ejecución de la cadena de suministro, ya que desde aquí se gestionan las operaciones que permiten abastecer las tiendas físicas y los centros de distribución (Cedis). La coordinación efectiva en esta sede garantiza que los productos lleguen a los puntos de venta en el momento adecuado, optimizando la experiencia de compra del cliente.

En la sede administrativa se encuentran varias áreas clave que permiten una conexión directa y eficiente con los Cedis. Estas áreas se agrupan en la Oficina de Atención a Tiendas (Oat), la cual opera en función de la demanda de las tiendas y se encarga de la operatividad y planeación en los centros de distribución. Algunas de las áreas específicas que conforman la Oat son:

- **Área Gerencial:** Este es el núcleo de la toma de decisiones estratégicas dentro de Sodimac. La alta gerencia se encarga de dirigir y supervisar todas las operaciones de la empresa, estableciendo objetivos a largo plazo, políticas y estrategias corporativas. También son responsables de evaluar el desempeño de la empresa, asegurando que todas las áreas trabajen de manera coherente hacia los objetivos comunes. La alta gerencia tiene la misión de mantener la visión y misión de la empresa, liderando con un enfoque en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.
- **Área Comercial:** Esta área se centra en la estrategia de ventas y la relación con los proveedores. Su objetivo principal es maximizar las ventas y la rentabilidad de la empresa mediante el desarrollo de estrategias de mercado efectivas. Esto incluye la negociación de contratos con proveedores, la gestión de las relaciones comerciales y la identificación de oportunidades de negocio. Además, el área comercial trabaja estrechamente con el área de marketing para lanzar campañas que impulsen las ventas y aumenten la participación de mercado.
- **Área de Marcas y Publicidad:** Esta área es responsable de la gestión de la marca y la ejecución de las campañas publicitarias. Su objetivo es fortalecer el reconocimiento y la reputación de la marca Sodimac, creando una imagen positiva y coherente en el mercado. Desarrollan estrategias de comunicación para promover los productos y servicios de la

empresa, utilizando diversos canales publicitarios como televisión, radio, internet y medios impresos. Además, se encargan de la planificación y ejecución de promociones y eventos especiales que atraigan a los clientes.

- **Área de Tecnología:** La tecnología es esencial para la operación eficiente de la cadena de suministro. Este departamento desarrolla y mantiene los sistemas tecnológicos que soportan todas las operaciones logísticas de la empresa. Esto incluye la implementación de software de gestión de inventarios, sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) y soluciones de comercio electrónico. Además, el área de tecnología trabaja para asegurar la seguridad de los datos y la continuidad operativa, garantizando que todos los sistemas funcionen sin interrupciones.
- **Área de Abastecimiento:** Esta área es crucial para asegurar que las tiendas de Sodimac siempre tengan los productos necesarios en stock. Su principal responsabilidad es gestionar el suministro de productos que tienen una alta demanda y aquellos nuevos que son introducidos por innovación. Trabajan estrechamente con proveedores para asegurar la disponibilidad continua de productos, gestionando los pedidos y la logística para que los artículos lleguen a tiempo y en las cantidades correctas. Esto es vital para mantener la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa de las tiendas.
- **Área de Reabastecimiento:** Complementaria al área de abastecimiento, esta área se encarga de gestionar el reabastecimiento continuo de inventarios. Su objetivo es mantener niveles óptimos de stock en las tiendas para evitar rupturas y exceso de inventario. Utilizan técnicas de análisis de datos y previsión de demanda para determinar cuándo y cuánto reabastecer cada producto. De esta manera, aseguran que las tiendas siempre tengan suficientes productos para satisfacer la demanda sin incurrir en costos innecesarios.
- **Área de Planeación de Demanda:** Esta área juega un papel fundamental en prever las necesidades futuras de productos. Utilizan datos históricos, tendencias de mercado y análisis predictivo para anticipar la demanda de los clientes. Esto permite a la empresa planificar con antelación y ajustar sus estrategias de compra y abastecimiento. La planeación de demanda es crucial para evitar desabastecimientos y exceso de inventario, optimizando los recursos y mejorando la eficiencia operativa

- **Área de Compras:** Responsable de adquirir todos los productos necesarios para mantener el inventario adecuado en las tiendas. Esta área negocia con proveedores, busca nuevas fuentes de productos y asegura que los términos de compra sean favorables para la empresa. Trabajan para obtener los mejores precios y condiciones, asegurando que los productos sean de alta calidad y lleguen a tiempo. La eficiencia del área de compras tiene un impacto directo en la rentabilidad y competitividad de Sodimac.

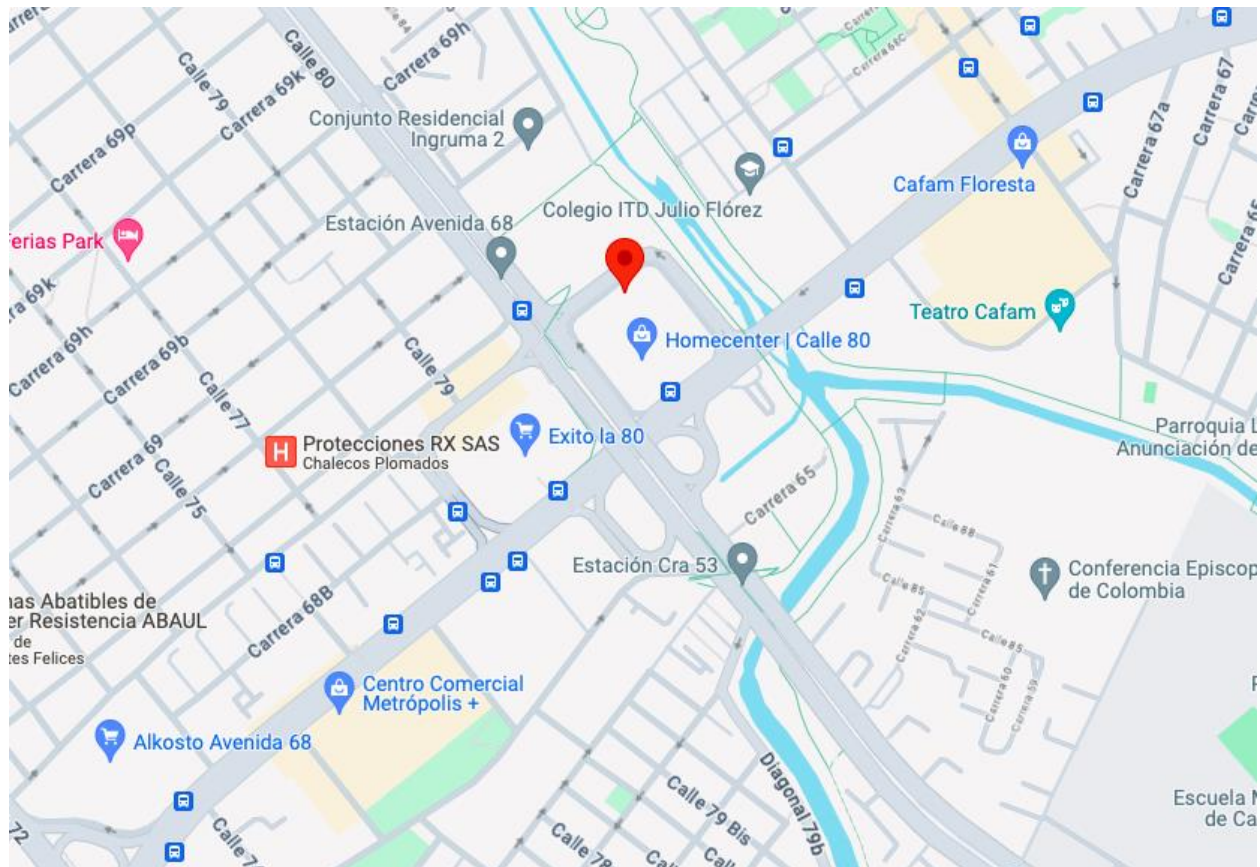
El área de abastecimiento, donde se desarrollaron las prácticas profesionales mencionadas, juega un papel fundamental. Su misión es garantizar que las tiendas estén siempre bien surtidas, no solo con los productos que tienen mayor demanda, sino también con aquellos nuevos y de innovación que pueden atraer a más clientes. De esta manera, se logra mantener una variabilidad estable en las ventas de cada familia de productos.

La interdependencia entre las áreas es esencial para el funcionamiento eficiente de la cadena de suministro. El resultado del trabajo de un área se convierte en la base de operaciones para otra, lo que subraya la importancia de una trazabilidad precisa y una ejecución correcta de los procesos. Esta coordinación asegura que la red de suministro sea estable, optimizando los tiempos y mejorando la eficacia en la compra del cliente. La integración de estas áreas y su correcta sincronización permiten a Sodimac ofrecer un servicio eficiente y adaptado a las necesidades del mercado, logrando así una operación logística robusta y competitiva.

4.1 Ubicación geográfica Oat

Las oficinas de atención a tiendas se encuentran ubicadas en la intersección de la calle 80 con avenida 68, justo al respaldo del Homecenter de la Calle 80.

Figura 5. OAT Sodimac Homecenter



Nota. Cra. 68d #80-70, Bogotá, Cundinamarca

5. Área de abastecimiento

Como se mencionó anteriormente, el área de abastecimiento fue donde se realizaron las prácticas en su mayoría, sitio el cual otorgó en una generalidad amplia, un aprendizaje en logística y todo lo que conlleve a esto al practicante, por medio de un entrenamiento con algunos de los analistas, y aprovechando el momento, se agradece por esto a la analista Aydee Milena Rodríguez por su arduo labor como capacitadora y entrenadora porque se logró realizar con detenimiento la misión para el practicante, la cual era aprender términos logísticos para distribución física internacional y sus gestiones correspondientes, gestión de proyectos logísticos y solución a problemáticas, revisión de subtemas del área pertinente, gestión y ejecución de procesos en softwares corporativos, entre otras.

El área abarca varios desafíos logísticos muy riesgosos e importantes, que es llevar la simplicidad al cliente con su compra; generar una rapidez en su experiencia en el menor tiempo posible, pero con la calidad prevista generando confianza y seguridad. “El abastecimiento es la etapa previa a la realización de cualquier compra, por ello muchas empresas lo mencionan como parte del departamento de compras” (indeed, 2023). Justamente, el área o departamento de compras es diferente pero no distante en términos de funcionalidades, es decir, la gestión de compra para abastecimiento es la que se encarga de comprar cantidades específicas y segmentadas por categorías y subcategorías de productos para una línea de familias por catálogo de venta en tiendas, propiamente para el área.

“La gestión de compras es la actividad relacionada con la adquisición de los productos y servicios necesarios para la ejecución de los procesos productivos, comerciales o administrativos que se llevan a cabo en las empresas” (indeed, 2023). Esta gestión para el área de compras, se realiza en términos generales para más de un área, siendo los insumos el centro de apoyo para que exista un funcionamiento pleno y completo. Entonces, esta gestión entra a abastecimiento para que se cumplan las compras propias del área, como por ejemplo la compra de softwares externos o licencias para el uso propio corporativo, o el otorgamiento de un capital base para cualquier otro insumo necesario.

Como abastecer es antes de comprar, se requiere hacer las gestiones de abastecimiento y compra en una misma gestión, entonces, es necesario enfatizar las funciones con un equilibrio para evitar errores y sobrecargos innecesarios.

Algunas de las funciones de la gestión de abastecimiento y compras:

- Estudios de las ofertas, calidad, disponibilidad y precios de los bienes que se desean adquirir, así como también de las empresas que los distribuyen. Estos últimos son los proveedores.
- Recogida de datos y análisis cuyo objetivo es optimizar la relación entre el precio de las mercancías y su calidad. Todo el trabajo de análisis de datos tiene que quedar registrado.
- Coordinación del flujo de insumos, las tareas y los mecanismos que se emplean para distribuirlos dentro de la empresa.
- Toma de decisiones estratégicas relacionadas con las necesidades de la empresa, el estado del mercado y de los proveedores.
- Realización de la planificación logística y operativa. En esta etapa se asigna presupuesto y se establecen prioridades. Gracias a esta planificación se pone plazo a las tareas y se mejora el rendimiento del presupuesto.
- Una vez que se ha elegido un proveedor, se lanza la orden de compra y la adjudicación del pedido. Esto incluye la aceptación de las condiciones de compra y el pago.
- La gestión de compras y abastecimiento incluye la recepción del pedido. Cuando las mercancías se reciben, hay que controlar su calidad, registrarlas como stock, incluirlas en el inventario y repartirlas a los departamentos que las vayan a necesitar. (indeed, 2023)

“El proceso de abastecimiento incluye solicitar presupuesto para nuevos productos, obtener información de los proveedores, determinar los precios, plazos de entrega y registrar todo” (indeed, 2023). Antes de la ejecución de las funciones del área de abastecimiento, se encuentra el área comercial la cual es la que rige la base de trabajo para poder abastecer y realizar todas sus gestiones correctamente, o al menos evitando errores. Comercial básicamente es el área encargada de planificar, ejecutar y controlar estrategias para impulsar las ventas en el mercado competente por medio de un marketing eficiente y un buen manejo de las relaciones locales, nacionales e internacionales.

Esto es, entonces, un proceso relativo para todas las áreas, por el solo hecho de que los resultados del área comercial harán de los demás procesos sean más o menos eficientes. Para abastecimiento, el área comercial debe de entrar en la búsqueda de proveedores y efectuar una comunicación positiva para consiguiente efectuar posibles relaciones y negociaciones.

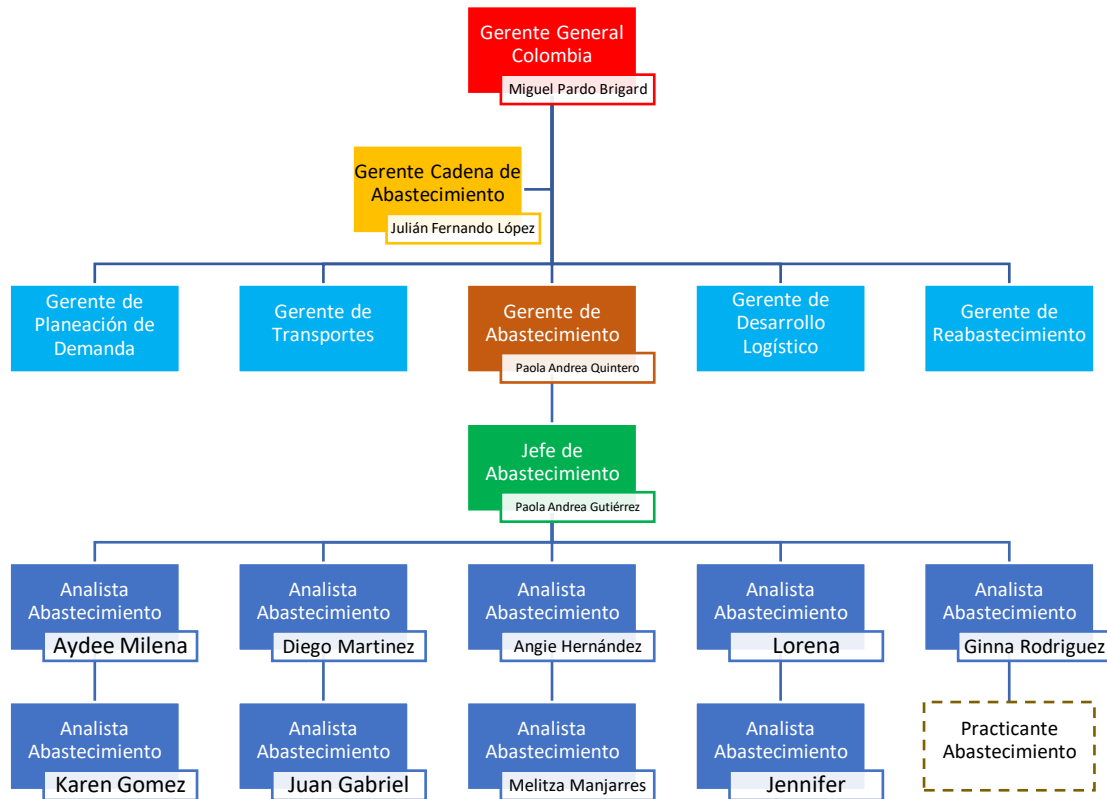
Este proceso es importante para la organización en tanto que de ellos depende el correcto abastecimiento de la organización y por ende la salida de su producto o servicio y el cumplimiento con el objetivo final de la gestión de la cadena de abastecimiento que está definida como la entrega a el cliente en el tiempo y cantidades requeridas al menor costo posible. (Díaz, 2017)

Es crucial determinar cada proceso logístico para que los analistas de abastecimiento puedan tener un amplio criterio para decidir qué comprar, cuanto y reducir riesgos de excesos en inventario esto para asegurar buenas ventas y requerimiento de mercancía. Una vez sea posible la identificación de proveedores, se analiza las cantidades que se deben de abastecer a cada una de las tiendas a nivel nacional.

5.1 Estructura organizacional

El orden organizacional de Sodimac Homecenter está basado en niveles jerárquicos, los cuales mantienen el orden para el gobierno corporativo en la compañía. En lo más alto, encontramos la gerencia general corporativa, responsable del tema legal y de la visión que mantiene de la compañía a corto, mediano y largo plazo para trazar un buen camino para la empresa por medio de objetivos claros y concisos. Después de la gerencia general corporativa, encontramos los gerentes generales corporativos, por cada rama se destacan en la compañía Sodimac: gerencia comercial y marketing corporativa, gerencia logística corporativa, gerencia de planificación y desarrollo corporativo, gerencia de administración y finanzas corporativas, gerencia de proyectos corporativos, gerencia de contraloría corporativa, gerencia de comunicaciones corporativa y gerencia de sistemas corporativa.

Consiguiente a la gerencia general corporativa, se encuentran los gerentes por países, en este caso para Colombia, el gerente general, y su estructura jerárquica que se desglosa de la misma manera en términos generales.

Figura 6. Estructura organizacional Gerencia Cadena de Abastecimiento

La estructura organizacional en abastecimiento se basa en una relación directa entre analistas y jefe del área, generando una división de funciones y responsabilidades. Ahora bien, cada analista mantiene un rol específico y estratégico en base por su experiencia y desempeño, esto hará que los resultados de los procesos sean mucho más eficaces y eficientes en tiempos, maximizando a su vez, la productividad en equipo.

A su vez, los resultados de cada analista, debe de ser evaluado por el jefe directo, ya que este debe de elaborar un plan de acción y estratégico para el área en sí en conjunto con el gerente del área, siendo la necesidad de comprar y abastecer, la mayor prioridad. Quienes mantienen una mayor comunicación y responsabilidades financieras con las altas gerencias, son los gerentes del área, quienes, por medio de mediciones a largo plazo, deben de cumplir con los objetivos e indicadores planeados, generalmente se hacen predicciones de compras a 6 y 12 meses y una base de ventas que mensualmente debe de superarse.

5.2 Análisis DOFA

Figura 7. Matriz DOFA área abastecimiento

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1. Amplia red de proveedores: Sodimac Homecenter Colombia cuenta con una robusta red de proveedores tanto a nivel nacional como internacional, lo que permite una mayor flexibilidad y diversificación en la adquisición de productos. Esta diversidad reduce la dependencia de un solo proveedor y minimiza riesgos de suministro. 2. Tecnología avanzada en gestión de inventarios: La implementación de sistemas de gestión de inventarios de última generación permite una supervisión precisa y oportuna del stock, mejorando así la eficiencia operativa y reduciendo costos por exceso de inventario o desabastecimiento. 3. Reconocimiento de marca: Sodimac es una marca ampliamente reconocida y respetada en Colombia, lo cual facilita negociaciones con proveedores y asegura un flujo constante de productos de alta calidad. 4. Logística eficiente: La compañía ha desarrollado una infraestructura logística robusta, con centros de distribución estratégicamente ubicados que optimizan la distribución y reducen tiempos de entrega a los puntos de venta.	1. Dependencia de importaciones: Una parte significativa de los productos ofrecidos por Sodimac Homecenter Colombia son importados, lo que puede aumentar la vulnerabilidad ante fluctuaciones en el tipo de cambio y retrasos en el transporte internacional. 2. Complejidad en la cadena de suministro: La amplia variedad de productos y la necesidad de coordinar múltiples proveedores y centros de distribución pueden aumentar la complejidad de la cadena de suministro, requiriendo una gestión más intensiva y especializada. 3. Rigidez en los procesos: Algunos procesos internos pueden ser demasiado rígidos y burocráticos, lo que dificulta la adaptación rápida a cambios en el mercado o a la implementación de innovaciones. 4. Altos costos operativos: Los costos operativos asociados con la logística, almacenamiento y gestión de inventarios pueden ser elevados, afectando los márgenes de beneficio.
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		1. Crecimiento del comercio electrónico: El auge del comercio electrónico representa una gran oportunidad para ampliar la base de clientes y mejorar las ventas a través de canales digitales, optimizando al mismo tiempo la logística y el abastecimiento. 2. Aumento de la demanda de productos sostenibles: La creciente conciencia ambiental entre los consumidores genera una demanda creciente de productos sostenibles. Sodimac puede capitalizar esta tendencia ampliando su oferta de productos eco amigables. 3. Expansión a nuevos mercados regionales: Existen oportunidades significativas en mercados regionales emergentes dentro de Colombia, donde la demanda de productos para el hogar y la construcción está en aumento. 4. Alianzas estratégicas: Formar alianzas estratégicas con proveedores locales puede reducir costos de transporte y tiempos de entrega, así como fomentar el desarrollo económico local.	1. Fluctuaciones económicas: La economía colombiana puede ser volátil, afectada por factores internos y externos que pueden impactar negativamente en el poder adquisitivo de los consumidores y en los costos operativos. 2. Competencia intensa: El mercado minorista de artículos para el hogar y la construcción es altamente competitivo, con la presencia de grandes cadenas internacionales y locales que pueden presionar los márgenes de beneficio. 3. Regulaciones gubernamentales: Cambios en las políticas comerciales y aduaneras pueden afectar la importación de productos, incrementando los costos y tiempos de entrega. 4. Riesgos logísticos: La infraestructura logística en Colombia puede verse afectada por problemas de infraestructura vial, clima adverso y situaciones de orden público, lo que puede causar interrupciones en la cadena de suministro.

5.3 Análisis PESTEL

Político:

1. **Estabilidad política:** La estabilidad política en Colombia es crucial para la continuidad de operaciones. Un entorno político estable facilita la planificación a largo plazo y minimiza los riesgos asociados a cambios repentinos en políticas gubernamentales.
2. **Regulaciones comerciales:** Las políticas gubernamentales que afectan la importación y exportación de bienes tienen un impacto directo en el área de abastecimiento. Cambios en aranceles, impuestos y regulaciones aduaneras pueden afectar los costos y tiempos de entrega.
3. **Incentivos fiscales:** Los incentivos fiscales para empresas que invierten en tecnología y sostenibilidad pueden representar una oportunidad para Sodimac Homecenter, permitiendo reducir costos operativos y mejorar la eficiencia.
4. **Relaciones internacionales:** Las relaciones diplomáticas entre Colombia y otros países afectan la facilidad con la que Sodimac puede importar productos. Buenas relaciones pueden facilitar acuerdos comerciales favorables.

Económico:

1. **Crecimiento económico:** El crecimiento del PIB en Colombia influye en el poder adquisitivo de los consumidores y, por ende, en la demanda de productos para el hogar y la construcción. Un crecimiento económico robusto genera mayores oportunidades de venta.
2. **Inflación:** La inflación afecta los costos de los productos y servicios. Un aumento en la inflación puede reducir el poder adquisitivo de los consumidores y aumentar los costos operativos.
3. **Tipo de cambio:** Las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden afectar significativamente el costo de los productos importados. Un peso colombiano débil frente al dólar estadounidense puede aumentar los costos de abastecimiento.
4. **Tasas de interés:** Las tasas de interés influyen en el costo del financiamiento. Tasas de interés más altas pueden aumentar los costos de préstamos para inversiones en infraestructura y tecnología.

Social:

1. **Cambios demográficos:** Las tendencias demográficas, como el crecimiento de la población urbana y el aumento de la clase media, incrementan la demanda de productos para el hogar y la construcción.
2. **Preferencias del consumidor:** La creciente conciencia ambiental y el interés por productos sostenibles crean nuevas oportunidades de mercado. Sodimac puede beneficiarse ampliando su oferta de productos eco amigables.
3. **Hábitos de compra:** El aumento en el uso de plataformas digitales para compras crea una necesidad de adaptación en las estrategias de abastecimiento y distribución. La integración de canales online y offline es fundamental.
4. **Educación y capacitación:** Invertir en la capacitación y desarrollo de los empleados en el área de abastecimiento mejora la eficiencia y la capacidad de adaptarse a nuevas tecnologías y procesos.

Tecnológico:

1. **Automatización y robótica:** La adopción de tecnologías de automatización y robótica en los centros de distribución puede mejorar la eficiencia operativa y reducir costos laborales.
2. **Big Data y análisis predictivo:** Utilizar Big Data y análisis predictivo en la gestión de inventarios permite anticipar demandas, optimizar stock y reducir pérdidas por productos obsoletos.
3. **Comercio electrónico:** El crecimiento del comercio electrónico requiere una integración tecnológica robusta que facilite la gestión de pedidos, la logística y el servicio al cliente.
4. **Seguridad de la información:** La implementación de sistemas avanzados de ciberseguridad es esencial para proteger la información sensible y garantizar la continuidad operativa.

Ecológico:

1. **Regulaciones ambientales:** Las regulaciones ambientales más estrictas obligan a las empresas a adoptar prácticas sostenibles. Sodimac debe cumplir con estas normativas para evitar sanciones y mejorar su reputación corporativa.
2. **Sostenibilidad y responsabilidad social:** La creciente demanda de productos sostenibles ofrece una oportunidad para diferenciarse en el mercado. Implementar prácticas de abastecimiento sostenible puede mejorar la competitividad.

3. **Gestión de residuos:** La correcta gestión de residuos en los procesos de abastecimiento y distribución es crucial para minimizar el impacto ambiental y cumplir con las regulaciones vigentes.
4. **Eficiencia energética:** Invertir en tecnologías de eficiencia energética en los centros de distribución y puntos de venta puede reducir costos operativos y la huella de carbono de la empresa.

Legal:

1. **Cumplimiento de leyes y regulaciones:** Es importante que Sodimac Homecenter siga todas las leyes y regulaciones relacionadas con el comercio, logística y sostenibilidad para evitar multas y problemas legales.
2. **Protección de datos personales:** Las leyes que protegen los datos de las personas requieren que Sodimac implemente medidas de seguridad para proteger la información de sus clientes y proveedores.
3. **Derechos de los trabajadores:** Sodimac debe cumplir con las leyes laborales para garantizar un ambiente de trabajo justo y seguro, evitando así conflictos legales y manteniendo una buena reputación.
4. **Propiedad intelectual:** Las leyes de propiedad intelectual afectan la capacidad de vender ciertos productos. Sodimac debe asegurarse de que todos los productos que vende cumplan con estas leyes para evitar problemas legales.

5.4 Funciones del practicante

En términos generales, es necesario recalcar que el aprendizaje que adquirió el practicante parte desde lo teórico y en su mayoría, práctico. Iniciando desde el cedi, lugar el cual se obtuvo la capacitación gracias a una visualización concisa sobre cómo se ejecuta en tiempo real la cadena de suministro y todas sus funciones tanto internas como externas por medio de un recorrido, se logró implementar un fundamento y conocimiento conciso y amplio al practicante. Con esto, se logró determinar con exactitud la misión para el pasante en las oficinas de atención a tiendas (Oat) justamente en la gerencia de abastecimiento.

Se otorgaron funciones claras y concisas de acuerdo con las obligaciones del área para el practicante y en parte, trabajar con base al trabajo hecho por el practicante anterior para dar continuidad con los procesos. Así mismo, el jefe de abastecimiento era quien informaba al practicante de sus obligaciones y responsabilidades, también indicándole la importancia de mantener una relación y comunicación directa con el equipo de analistas del área, ya que el pasante debía de estar en plena disposición para sus necesidades en cualquier proceso logístico.

Con base a lo anterior, el practicante desempeñó funciones como:

- Realización y reajuste de control de compra.
- Elaboración de auditoría para órdenes de compra.
- Creación y elaboración de proyecto de productos nuevos por importación.
- Apoyo para el proyecto fénix; automatización proceso de compra.
- Elaboración del manual del comprador para automatización.
- Redacción y análisis de datos logísticos en JDA y QlikSense para reportes.

5.4.1 Control de compra

En el dinámico mundo de la logística y la cadena de suministro, el control de compra emerge como un elemento vital para garantizar la eficiencia y la competitividad de las empresas. En medio de un entorno caracterizado por la constante fluctuación de la demanda, la creciente complejidad de las cadenas de suministro y la necesidad imperiosa de optimizar los costos, el control de compras se erige como un baluarte esencial para asegurar la disponibilidad oportuna de los materiales y productos requeridos. El papel del área de abastecimiento va más allá de

simplemente adquirir bienes. Se trata de un proceso estratégico que implica la gestión integral de proveedores, la optimización de los costos asociados y la anticipación de las necesidades futuras del mercado. En este sentido, la colaboración cercana con otras áreas dentro de la empresa es esencial.

En primer lugar, el área de abastecimiento interactúa estrechamente con el área comercial, actuando como un socio clave en la búsqueda y selección de proveedores. Esta colaboración no solo se limita a la adquisición de productos, sino que también incluye la negociación de términos comerciales, la gestión de contratos y la evaluación del desempeño de los proveedores. Además, el área comercial proporciona valiosa información sobre las tendencias del mercado y las necesidades cambiantes de los clientes, lo que permite al área de abastecimiento anticipar y responder de manera proactiva a las demandas del mercado. Asimismo, la comunicación fluida con el departamento de demanda es fundamental para comprender las fluctuaciones en la demanda y ajustar los niveles de inventario en consecuencia.

Esta colaboración bidireccional permite una planificación más precisa y una respuesta más ágil a las variaciones en la demanda, minimizando así los riesgos de sobre o subinventario. Por otro lado, la coordinación con el departamento de Comex es crucial para asegurar el cumplimiento de regulaciones y normativas en materia de importación y exportación. El área de abastecimiento trabaja en estrecha colaboración con Comex para gestionar eficientemente el tránsito de mercancías, minimizando los tiempos de espera en aduanas y optimizando los costos logísticos asociados.

En resumen, el control de compras no solo se trata de adquirir productos, sino de gestionar de manera integral las relaciones con proveedores, anticipar las necesidades del mercado y asegurar la eficiencia en los procesos logísticos. Es un proceso complejo que requiere una colaboración estrecha y una visión estratégica, pero que a su vez brinda oportunidades para mejorar la rentabilidad y la competitividad de la empresa en el mercado.

Por otro lado, a cada analista se le asigna una o varias familias o categorías que abarca uno o más productos de la misma naturaleza, características y funciones; por ejemplo, la familia de madera y tableros, serían todos aquellos productos que son creados con madera de tronco de árbol que son usados para decoración y construcción del hogar ya sean en interiores o exteriores, como tableros MDF, alfardas y estacones, y madera de cualquier tipo.

Figura 8. Familias productos área abastecimiento

Accesorios automóviles	Aire libre	Aseo
Baños y aseo	Casa inteligente	Decoración
Electricidad	Electrohogar	Ferretería
Herramientas y maquinarias	Iluminación y ventiladores	Jardín
Maderas y tableros	Menaje	Muebles
Organización	Pintura y accesorios	Pisos
Plomería/Gasfitería	Puertas/Ventanas/Molduras	Temporada
Tabiquería/Techumbre/Aislación		

5.4.1.1. Proceso de compra analista. El proceso de compra en el área de abastecimiento inicia con la creación de un sugerido de compra, un documento clave que se elabora a partir de una plantilla en Excel desarrollada por el equipo de abastecimiento. Esta plantilla utiliza una macro que agrega casillas para la predicción de compras futuras, normalmente a seis meses vista. Por ejemplo, si se está planificando una compra en enero, esta se proyectará para reflejar su impacto en los inventarios de junio o julio. Esta proyección se registra cuidadosamente en una base de datos, donde el equipo de abastecimiento revisa y ajusta manualmente las cifras para asegurar que las cantidades de unidades a comprar sean precisas y coherentes con las necesidades futuras.

Las políticas de inventario son fundamentales en este proceso, ya que determinan los niveles de cobertura que la empresa debe mantener. Por ejemplo, para productos de mayor tamaño, puede haber una política de mantener un máximo de 10 semanas de ventas en inventario, mientras que para productos más pequeños, esta cobertura puede extenderse hasta 18 semanas. Estas políticas están diseñadas para equilibrar la capacidad de almacenamiento con la necesidad de evitar faltantes y excesos de inventario. Así, se garantiza que siempre haya suficiente producto disponible para satisfacer la demanda sin incurrir en costos innecesarios por almacenamiento excesivo.

El presupuesto de inventario es otro elemento crítico en el proceso de compra. Este presupuesto se determina anualmente, basado en las ventas proyectadas y la capacidad de

almacenamiento del país. Por ejemplo, una empresa puede decidir mantener un inventario que cubra 30 semanas de ventas, distribuyendo esta cobertura entre diferentes familias y categorías de productos. Este enfoque permite una gestión más precisa y efectiva de las proyecciones de ventas, asegurando que el inventario se mantenga en niveles óptimos para satisfacer la demanda del mercado.

La colaboración entre el equipo de abastecimiento y el equipo de planeación de demanda es esencial para el éxito del proceso de compra. El jefe de planeación de demanda y su equipo son responsables de proporcionar el forecast, que es una proyección detallada de cuántas unidades de cada producto se espera vender en los próximos meses. Este forecast se basa en la demanda natural y en eventos específicos que puedan afectar temporalmente las ventas. La precisión del forecast es crucial para realizar compras adecuadas y evitar tanto faltantes como excesos de inventario.

Un aspecto fundamental del proceso es la gestión del tránsito de productos. Mantener un registro preciso de cuándo y en qué cantidades los productos llegarán al país es esencial para evitar compras innecesarias y asegurar que el inventario se mantenga en niveles adecuados. El equipo de abastecimiento debe asegurarse de que los tránsitos se actualicen correctamente y que las fechas de llegada de los productos sean precisas. Esto implica una coordinación constante con los proveedores y el equipo de logística para evitar cualquier desajuste que pueda afectar la disponibilidad del producto.

La implementación de nuevas herramientas y sistemas también juega un papel crucial en el proceso de compra. Actualmente, el equipo utiliza varias herramientas, como JDA para la planeación de demanda y SGL para la consolidación de datos y parámetros. La transición hacia un sistema más integrado en JDA permitirá eliminar pasos manuales y mejorar la precisión y eficiencia del proceso de compra. La activación correcta de inventarios en nuevas bodegas es esencial para evitar la pérdida de inventarios y asegurar una compra eficiente y precisa.

El proceso de compra enfrenta varios desafíos, como el desbalanceo en las compras debido a diferencias en las necesidades de inventario entre distintos países. Para manejar estos desafíos, es crucial la colaboración con otros departamentos, como el equipo de distribución y el gerente de distribución. Juntos, proyectan el espacio necesario y manejan las proyecciones de ventas para asegurarse de que el inventario se distribuya de manera equitativa y eficiente, minimizando los costos y maximizando la disponibilidad del producto.

La comunicación con los proveedores es otro componente vital del proceso de compra. Una vez generada la intención de compra (PR), se establece una comunicación continua con el proveedor para revisar y ajustar las cantidades y tiempos de entrega. Este proceso debe completarse en un plazo máximo de siete días, asegurando una respuesta rápida y eficiente. La aprobación final de la orden de compra se realiza en el sistema V2S, donde se calcula la fecha de entrega estimada (ETA) para proyectar la llegada del producto y ajustar el inventario en consecuencia.

La revisión y ajuste manual de los inventarios y tránsitos es una tarea que requiere atención al detalle y precisión. Los analistas de abastecimiento deben estar constantemente revisando las cifras para asegurarse de que todo esté en orden y que no haya errores que puedan afectar la disponibilidad del producto. Esta revisión incluye la verificación de las fechas de llegada de los productos, la cantidad de unidades en tránsito y el estado actual del inventario en las bodegas. Un error en esta etapa puede llevar a problemas significativos en la cadena de suministro, afectando tanto la disponibilidad del producto como los costos de almacenamiento.

Finalmente, la optimización del proceso de compra y abastecimiento es un objetivo continuo. La implementación de mejores prácticas y el uso de tecnología avanzada son esenciales para mejorar la eficiencia y precisión del proceso. Esto incluye la capacitación continua del personal, la actualización de los sistemas de gestión y la adopción de nuevas tecnologías que permitan una mejor previsión de la demanda y una gestión más eficiente del inventario. La optimización del proceso no solo mejora la disponibilidad del producto, sino que también reduce costos y aumenta la satisfacción del cliente, asegurando que la empresa pueda competir efectivamente en el mercado.

5.4.1.2. Proceso de revisión. El proceso de revisión del archivo "control de compra" que realicé como practicante es un elemento clave en el ciclo de abastecimiento de la empresa. Cada semana, mi principal responsabilidad era inspeccionar minuciosamente este archivo, asegurándome de que reflejara de manera precisa las ventas y compras por familias de productos en un horizonte de seis meses. Este archivo es esencial para mantener un control actualizado y eficaz del inventario, lo que permite al equipo de abastecimiento tomar decisiones informadas y estratégicas.

Para comenzar la revisión, primero accedía a varios archivos relevantes: la disponibilidad de inventario, el sugerido importado y el sugerido insu. Cada uno de estos documentos contiene datos cruciales que alimentan el "control de compra". La disponibilidad de inventario proporciona una visión clara del stock actual, el sugerido importado muestra las proyecciones de compras internacionales, y el sugerido insu detalla las compras nacionales sugeridas. Mi tarea consistía en cruzar estos datos para asegurarme de que toda la información estuviera alineada y actualizada.

El cruce de datos es una actividad meticulosa que requiere atención al detalle y precisión. Usaba fórmulas preestablecidas, diseñadas por el jefe de abastecimiento, para integrar la información de los distintos archivos en el "control de compra". Estas fórmulas están diseñadas para automatizar gran parte del proceso de actualización, minimizando el margen de error humano. Sin embargo, era crucial revisar manualmente que los datos se habían integrado correctamente y que no había discrepancias que pudieran afectar la precisión del control de compra.

Una vez cruzados y actualizados los datos, verificaba que todas las entradas estuvieran correctamente reflejadas en el "control de compra". Este paso implicaba revisar cada línea y cada cifra para asegurarse de que coincidieran con la información de los archivos originales. Además, revisaba las proyecciones para los próximos seis meses, asegurándome de que reflejaran las tendencias de ventas y compras de manera precisa. Cualquier error o inconsistencia detectada debía ser corregida de inmediato para garantizar la integridad del archivo.

El siguiente paso en el proceso era actualizar otro archivo, el entregable, que se utiliza para informar al equipo sobre el estado de sus compras y ventas. Este archivo es una herramienta crucial para los comités del equipo, donde se discuten y analizan los resultados y se toman decisiones estratégicas. La actualización del entregable requería no solo transferir los datos del "control de compra" sino también presentar la información de manera clara y comprensible. Esto implicaba crear gráficos, tablas y resúmenes que facilitaban la interpretación de los datos.

La presentación de la información en el entregable es tan importante como la precisión de los datos. Debía asegurarme de que todos los miembros del equipo pudieran entender rápidamente el estado de sus compras y ventas, identificar tendencias y tomar decisiones informadas. Utilizaba gráficos y tablas para visualizar los datos de manera clara, destacando cualquier cambio significativo o tendencia que pudiera influir en las decisiones de compra. Esta presentación visual es fundamental para facilitar la comprensión y discusión de los datos en los comités del equipo.

El proceso culminaba con la revisión final del entregable antes de presentarlo al equipo. Verificaba que toda la información estuviera completa y precisa, y que los gráficos y tablas reflejaran correctamente los datos del "control de compra". Además, me aseguraba de que el formato del entregable fuera coherente y profesional, lo que facilitaba su uso en las reuniones del equipo. Esta revisión final era crucial para garantizar que el equipo recibiera un informe confiable y útil para sus discusiones y decisiones estratégicas.

La discusión de los resultados en los comités del equipo es una parte esencial del ciclo de abastecimiento. Durante estas reuniones, los miembros del equipo analizaban el entregable actualizado, discutiendo las tendencias y tomando decisiones sobre futuras compras y estrategias de inventario. Mi trabajo de actualización y presentación del "control de compra" proporcionaba la base de estas discusiones, permitiendo al equipo tener una visión clara y precisa de la situación actual y proyectada del inventario.

En resumen, mi responsabilidad en la revisión del archivo implicaba una serie de pasos detallados y meticulosos, desde la integración y verificación de datos hasta la actualización y presentación del entregable. Este proceso no solo garantizaba la precisión y actualidad del control de compra, sino que también facilitaba la toma de decisiones estratégicas por parte del equipo de abastecimiento. La atención al detalle y la precisión eran fundamentales para asegurar que el equipo pudiera confiar en la información proporcionada y utilizarla eficazmente en sus discusiones y decisiones.

5.4.2 Auditoria órdenes de compra

Durante mis prácticas profesionales, tuve la oportunidad de participar en un proceso de auditoría de compras, una actividad esencial para garantizar la precisión y la integridad de las transacciones comerciales en la compañía. Mi rol como practicante fue crucial en este proceso, ya que me encargué de revisar minuciosamente cada sugerido de compra (que es la intención de compra) generado manualmente en Excel por el equipo de analistas. La auditoría implica un detallado análisis de los sugeridos, ya que podrían evidenciarse errores al momento para digitalizar las órdenes de compra. Partiendo de los archivos utilizados por los analistas para determinar las necesidades de compra, mi deber consistió en examinar cada detalle para asegurar la exactitud de los datos.

El objetivo principal de auditoría es garantizar la fiabilidad y la precisión numérica para las órdenes de compra (PO) que se generarán, eliminando cualquier posible error que pueda comprometer la efectividad del proceso de adquisiciones. En caso de detectarse inconsistencias, mi labor incluyó la identificación de tales discrepancias.

Figura 9. Lista causales que generan observaciones

LISTA CAUSALES	
1	Código de Aprobación no coincide
2	Código de Aprobación no coincide o no se encuentra
3	Comentario sin parámetro establecido
4	El Prov no esta en el sugerido reportado
5	Semana registrada no coincide con Cód. de aprobación
6	Sin observaciones en PO
7	Valor final diferente, sugerido sin ajuste
8	Valor final diferente, Sugerido y Orden sin ajuste
9	Valor sugerido ajustado, pero codigo y observación sin ajuste

Como punto de partida, el área mantiene un archivo que está publicado para la vista de todos, el cual es un archivo base de auditoría que se publica para el equipo de abastecimiento donde se visualizan las PO que demuestran algún tipo de novedad o errores de digitalización manual. Al momento de generarse la revisión y verificación de los datos de las PO frente a los sugeridos de compra y se genera alguna novedad (observaciones escritas por el practicante), se debe de realizar la corrección hecho por los analistas. En la figura 9, se puede evidenciar una lista de causales que generan novedades; estas novedades generan los errores en los sugeridos de compra que deben de ser previamente corregidos. El proceso de auditoría se realiza semanalmente, entonces los analistas cuentan con 8 días para realizar las debidas correcciones.

Esta práctica no solo representa un ejercicio de control, sino también un compromiso con la excelencia operativa y la transparencia en las operaciones comerciales. A través de la auditoría, se fortaleció la confianza en los procesos internos y se aseguró el cumplimiento de los más altos estándares de calidad.

5.4.3 Revisión Proforma Requests/Invoice

En el mundo empresarial actual, la gestión logística se ha convertido en un elemento crítico para el éxito y la competitividad de las empresas en el mercado globalizado. Dentro de este contexto, la revisión de las Proforma Requests (PR) emerge como un proceso fundamental en la cadena de suministro de Sodimac, donde cada detalle cuenta en la búsqueda constante de la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

La revisión de las PR no es simplemente un acto administrativo, sino un proceso dinámico y estratégico que requiere un enfoque integral y una comprensión profunda de los principios logísticos. Desde la verificación de alertas de activo compra hasta la carga de archivos en el sistema corporativo, cada paso en este proceso desempeña un papel crucial en la optimización de la gestión de compras y en la maximización del valor para la empresa.

El proceso de revisión comienza con la exploración de diversas fuentes de información en SGL. Aquí, los analistas logísticos acceden a las alertas de activo compra y alerta compra, que sirven como indicadores clave para identificar y priorizar las PR pendientes. Esta etapa inicial es fundamental para garantizar la fluidez y la eficiencia en el proceso de abastecimiento, permitiendo a la empresa anticiparse a las necesidades del mercado y tomar decisiones informadas.

Una vez verificadas las alertas y evaluadas las necesidades de compra, los analistas proceden a cruzar las PR pendientes de V2S, una plataforma integral que sirve como centro para la gestión de compras en Sodimac Homecenter. Aquí, se inicia un proceso minucioso de creación y ajuste de las solicitudes, que incluye la especificación de fechas de entrega, la selección de proveedores y la determinación de condiciones de compra.

El primer paso en V2S es ingresar al apartado de Proforma Requests Creation (Creación de Solicitudes de Preforma), donde se despliega una interfaz intuitiva que guía a los usuarios a través del proceso de creación de PR. Aquí, se selecciona la fecha de generación de la PR y se elige el proveedor correspondiente, siguiendo criterios específicos como el código del vendedor.

La interfaz ofrece opciones predeterminadas en como Format (Formato), Shipment (Envío) y Port Destination (Puerto de Destino), aunque se permite realizar modificaciones según las necesidades del proceso de compra. Una vez definidos estos parámetros, se procede a especificar el tipo de compra, el comentario y los códigos de aprobación necesarios para garantizar la coherencia y la integridad de la transacción. Es importante destacar que las condiciones y formas de pago se determinan automáticamente en V2S, lo que simplifica significativamente el proceso y minimiza el riesgo de errores.

Una vez completadas estas etapas, se accede a la pantalla de descarga del archivo generado por el proveedor seleccionado. Antes de proceder con la descarga, es crucial realizar ajustes en el Incoterm para garantizar la correcta aplicación de los datos en la base de datos corporativa. Una vez descargado el archivo, se procede a completar los datos requeridos, asegurando que cada campo esté debidamente llenado y que las configuraciones de la columna Menú estén correctamente establecidas para evitar posibles inconvenientes durante el proceso de carga.

En resumen, la revisión de las PR es un proceso multifacético que requiere un enfoque meticuloso y una comprensión profunda de los principios logísticos. Desde la verificación de alertas hasta la descarga y carga de archivos, cada paso es esencial para garantizar la eficiencia y la precisión en el proceso de abastecimiento, contribuyendo así al éxito y la competitividad de Sodimac Homecenter en el mercado actual.

5.4.4 Documentación del nuevo proceso de compra

Como practicante en el área de abastecimiento, la función en el proyecto Fénix fue crucial. El proyecto tenía como objetivo la automatización del proceso de compra realizado por el equipo del área. La principal responsabilidad del practicante consistió en documentar meticulosamente cada etapa del proyecto, desde su inicio hasta su implementación, asegurando que todos los procesos fueran registrados de manera precisa y exhaustiva. Este documento proporciona una visión detallada de sus actividades y del nuevo proceso de compra automatizado que se desarrolló.

El objetivo principal fue asegurar que el proceso de compra, tradicionalmente realizado mediante hojas de cálculo y herramientas manuales, fuera documentado de manera que pudiera ser transferido y optimizado a través de nuevas plataformas tecnológicas.

El trabajo documentado en este informe abarca desde las reuniones semanales con algunos analistas y el jefe de abastecimiento hasta la recopilación y estructuración de la información crucial para la automatización. El documento está dirigido a todos los involucrados en el proceso de compra, incluyendo analistas, gestores y el personal de tecnología de la información encargado de la implementación de la automatización. Se mantuvieron responsabilidades como:

1. **Reuniones Semanales:** Participación en reuniones con analistas y jefe de abastecimiento para discutir avances, desafíos y estrategias de automatización
2. **Documentación de Procesos:** Registro detallado de las discusiones y decisiones tomadas durante las reuniones, enfocándose en los aspectos técnicos y funcionales del proceso de compra.
3. **Desarrollo de Manuales:** Elaboración de manuales de procedimiento que describen el flujo de trabajo del nuevo sistema automatizado, incluyendo rutinas de compra, alertas del comprador y revisiones de pantallas de consulta.
4. **Gestión de Datos:** Manejo de datos en las nuevas plataformas tecnológicas, realizando análisis y validaciones de información crítica para la toma de decisiones.
5. **Coordinación y Seguimiento:** Aseguramiento de la coherencia y continuidad de la información documentada, facilitando la transición y adopción del nuevo sistema por parte de los usuarios finales.

El nuevo proceso de compra automatizado incluye varios componentes clave, descritos en detalle a continuación:

1. **Rutina de Compra:** Desarrollada por los analistas de abastecimiento, esta rutina se enfoca en optimizar las órdenes de compra basadas en datos precisos y actualizados.
2. **Alertas del Comprador:** Implementación de un sistema de alertas que permite a los compradores identificar y priorizar acciones críticas antes de iniciar la compra.
3. **Revisiones Principales:** Uso de pantallas de consulta en las nuevas plataformas tecnológicas para analizar y gestionar datos que informan las decisiones de compra.
4. **Descarga del INSU:** Procedimientos detallados para la descarga y validación de datos en la plataforma correspondiente, asegurando la exactitud de las órdenes de compra generadas.

6. Plan de mejora

La experiencia de prácticas en el área de abastecimiento ha sido una oportunidad invaluable para comprender las dinámicas y los desafíos que enfrenta una cadena de suministro de gran envergadura. A lo largo de este documento, se presentarán las características positivas y negativas que se han identificado durante el período de prácticas. Este análisis se dividirá en secciones que abarcan los procesos operativos, la gestión de inventarios, las relaciones con proveedores, el uso de tecnología y la gestión del talento humano, entre otros aspectos relevantes. Después se procederá a realizar una identificación de problemas y se realizará un análisis mencionando soluciones relevantes como propuesta de mejora para el área.

6.1 Fortalezas del Área de Abastecimiento

6.1.1 *Eficiencia en Procesos Operativos*

Una de las principales fortalezas del área de abastecimiento en Sodimac Homecenter es la eficiencia en sus procesos operativos. La compañía ha implementado un sistema robusto que permite gestionar las órdenes de compra de manera rápida y precisa. Los flujos de trabajo están bien definidos, lo que reduce los tiempos de respuesta y minimiza los errores humanos. Por ejemplo, durante mi práctica, observé cómo se manejaban los pedidos de reabastecimiento. Utilizando softwares de gestión de inventarios avanzado, el equipo podía prever la demanda con gran exactitud. Esto permitió mantener niveles óptimos de stock y reducir los costos asociados a sobre inventarios o roturas de stock.

6.1.2 *Gestión de Inventarios*

La gestión de inventarios en Sodimac Homecenter es otro punto fuerte. La empresa utiliza tecnologías de vanguardia para monitorear y controlar sus inventarios en tiempo real. Esto no solo asegura la disponibilidad de productos, sino que también optimiza el espacio de almacenamiento y mejora la rotación de productos. El uso de RFID (Identificación por Radiofrecuencia) es un claro ejemplo de cómo la tecnología apoya la gestión de inventarios. Este sistema permite un

seguimiento preciso de los productos desde el momento en que ingresan al almacén hasta que se venden, reduciendo significativamente las pérdidas por extravío o robo.

6.1.3 Relaciones con Proveedores

Las relaciones con los proveedores son esenciales para el éxito del área de abastecimiento, y Sodimac Homecenter ha desarrollado estrategias efectivas para mantener relaciones sólidas y beneficiosas. La empresa se enfoca en construir alianzas estratégicas a largo plazo con sus proveedores, lo que resulta en mejores términos de negociación y una mayor colaboración. Durante mi práctica, participé en reuniones con proveedores clave en conjunto con el área comercial, donde se discutieron acuerdos de colaboración a largo plazo. Estas reuniones no solo se centraron en los términos comerciales, sino también en la mejora continua de los productos y servicios ofrecidos, lo cual beneficia a ambas partes.

6.1.4 Uso de Tecnología

El uso de tecnología avanzada es una característica distintiva del área de abastecimiento en Sodimac Homecenter. La implementación de sistemas de gestión de la cadena de suministro (SCM) y herramientas de análisis de datos ha permitido a la empresa mejorar la toma de decisiones y la eficiencia operativa. El sistema SCM integrado permite la visibilidad completa de la cadena de suministro, desde los proveedores hasta el cliente final. Esto facilita la identificación de cuellos de botella y la implementación de soluciones rápidas y efectivas.

6.1.5 Capacitación y Desarrollo del Personal

El área de abastecimiento de Sodimac Homecenter también se destaca por su compromiso con la capacitación y el desarrollo del personal. La empresa ofrece programas de formación continua que permiten a los empleados mantenerse actualizados con las últimas tendencias y tecnologías en el campo de la cadena de suministro. Tuve la oportunidad de asistir a varios talleres y seminarios durante mi práctica. Estos programas cubrían temas como la gestión de inventarios,

negociación con proveedores y el uso de nuevas tecnologías, lo que me permitió adquirir conocimientos prácticos y aplicables en el trabajo diario.

6.2 Amenazas

6.2.1 *Complejidad en la Gestión de Inventarios*

A pesar de las fortalezas en la gestión de inventarios, se presentan desafíos significativos debido a la complejidad y diversidad de los productos manejados. La amplia gama de productos requiere estrategias de almacenamiento y gestión personalizadas, lo que puede complicar la operación. En varias ocasiones, se identificaron discrepancias entre el inventario físico y el registrado en el sistema. Esto requirió auditorías adicionales y ajustes manuales, lo que aumentó la carga de trabajo y los costos operativos.

6.2.2 *Dependencia de Proveedores Externos*

La dependencia de proveedores externos puede ser un riesgo significativo, especialmente en situaciones de interrupción de la cadena de suministro. A pesar de las buenas relaciones con los proveedores, la empresa enfrenta desafíos cuando estos no cumplen con los plazos de entrega o la calidad esperada. Un caso específico que observé fue la demora en la entrega de materiales críticos por parte de un proveedor internacional. Esto causó retrasos en la producción y afectó la disponibilidad de productos en las tiendas, demostrando la necesidad de diversificar las fuentes de suministro.

6.2.3 *Integración de Tecnología*

Aunque la tecnología es una fortaleza, su integración plena presenta desafíos. La adaptación a nuevas tecnologías puede ser lenta y requiere una inversión considerable en capacitación y actualización de sistemas. La implementación de un nuevo sistema como JDA Y SGL durante mi práctica enfrentó varios obstáculos, incluyendo la complejidad de adaptación al cambio por parte del personal y problemas técnicos que retrasaron su implementación completa.

6.2.4 *Coordinación Interdepartamental*

La coordinación efectiva entre diferentes departamentos es crucial para el éxito de la cadena de suministro. Sin embargo, en Sodimac Homecenter, la comunicación entre departamentos a veces es deficiente, lo que puede llevar a malentendidos y retrasos. Durante un proyecto de reabastecimiento, la falta de comunicación clara entre el departamento de planeación de demanda y el de abastecimiento resultó en un exceso de stock de productos de baja demanda, lo que afectó negativamente la rotación de inventarios.

6.2.5 *Sostenibilidad y Responsabilidad Social*

Aunque Sodimac Homecenter ha tomado medidas para mejorar la sostenibilidad, todavía hay áreas donde se puede avanzar. La gestión sostenible de la cadena de suministro es cada vez más importante, y la empresa debe continuar desarrollando prácticas que reduzcan su impacto ambiental. Observé que, si bien existen iniciativas para reducir el uso de plásticos y mejorar la eficiencia energética en los almacenes, todavía se pueden implementar más estrategias para minimizar el desperdicio y fomentar el reciclaje en toda la cadena de suministro. Por otro lado, el impacto ambiental que refleja la expansión del centro de distribución como se tiene planeado, es significativo.

6.3 *Análisis general*

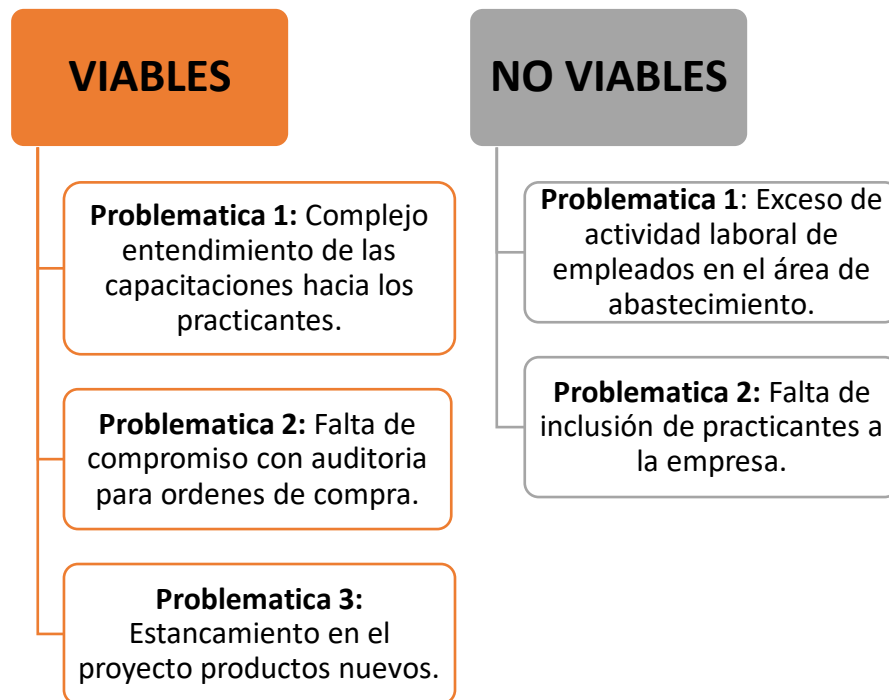
La experiencia de prácticas en el área de abastecimiento ha proporcionado una visión integral de las fortalezas y desafíos de una cadena de suministro compleja y en constante evolución. La eficiencia operativa, la gestión de inventarios, las relaciones con proveedores, el uso de tecnología y la capacitación del personal son áreas donde la empresa sobresale. Sin embargo, también enfrenta desafíos significativos, como la complejidad en la gestión de inventarios, la dependencia de proveedores externos, la integración de nuevas tecnologías, la coordinación interdepartamental y la sostenibilidad. Es crucial que Sodimac continúe fortaleciendo sus puntos fuertes mientras aborda de manera proactiva sus áreas de mejora. Implementar estrategias más robustas para la gestión de inventarios, diversificar sus fuentes de suministro, mejorar la

integración tecnológica, fomentar una mejor comunicación entre departamentos y avanzar en iniciativas de sostenibilidad serán pasos esenciales para asegurar el éxito continuo de la empresa en el competitivo mercado actual.

6.4 Identificación de problemas

Durante mi período de prácticas en el área de abastecimiento de Sodimac, he tenido la oportunidad de observar y analizar diversos procesos relacionados con la cadena de suministro como también procesos de compra, venta, y análisis de indicadores y la gestión de inventarios en un ámbito administrativo y logístico. A través de esta experiencia, he identificado varios problemas que afectan la eficiencia y eficacia de las operaciones ya sea directamente en Oat o indirectamente para la continuidad de los procesos en el Cedi. Pude recopilar algunas problemáticas que observé a lo largo de mis pasantías, y que, por medio de un análisis, algunas de estas pudieron ser viables y se logró implementar propuesta de mejora, mientras que otras simplemente por cuestiones ya propias de la empresa o tiempo para evaluarse, no se lograron.

Figura 10. Problemáticas internas y externas del área de abastecimiento



6.5 Soluciones no viables

6.5.1 *Igualdad de roles*

En las oficinas de apoyo a tienda, al ser el centro administrativo logístico para las operaciones de las tiendas Homecenter y de los centros de distribución, la carga laboral para el personal y el nivel de trabajo es inmensurable. Debido a esto, la funciones que ejecuta cada personal, al menos en el área de abastecimiento, son estratégicamente seleccionadas para que, de acuerdo con la capacidad de dominio y manejo de cada analista, se logren y concluya como un resultado realizado positivamente. Además, la labor autónoma es lo que predomina en cada analista, siendo responsables de cada responsabilidad.

En base a esto, pude compartir encuentros con la mayoría de los analistas y analicé cada uno de los roles dependiendo a cada tarea que se les encargaban, y pude observar que algunos de los analistas mantenían sobrecargos de funciones mientras que otros mantenían tiempo libre. Entonces, los horarios laborales para quienes debían de mostrar resultados y soluciones a tiempo se extendían. Quiero aclarar que, la cultura de trabajo en Colombia y en gran parte de Latinoamérica, es trabajar más tiempo de la hora laboral estipulada por la ley, esto para “demostrar” en cierta medida, interés laboral cuando realmente esto demuestra una cara negativa hacia el trato del personal.

Con lo anterior, intenté proponer la forma de hacer que las funciones fueran equitativas para que la carga laboral no fuera tan abrupta. Mencioné esta problemática al jefe de abastecimiento, ya que por sus obligaciones y ocupaciones no podía observarlas ni mucho menos monitorearlas. Una vez realizado la contextualización al jefe del área, propuse realizar espacios finalizando en los comités (donde se debaten los procesos propios del área y se realizan cada 15 días) para lograr realizar una mejor distribución de actividades y que sea presenciado el trabajo en equipo. Desafortunadamente, la propuesta fue comentada en un comité y fue rechazada; se discutieron ciertos puntos claves como la igualdad de responsabilidades, el horario permitido para laborar por ley, la experiencia de cada analista frente a adversidades, la versatilidad y el desempeño que se maneja en cada proceso y claramente la experiencia del personal. De acuerdo con esto, se llegó a la conclusión de que cada analista corre con sus propias responsabilidades y funciones que no pueden ser realizadas por alguien más, pero se iba a tener en cuenta para futuras ocasiones.

6.5.2 *Inclusión de practicantes*

En el área de abastecimiento de Sodimac, es vital optimizar el talento joven para fortalecer la organización. La práctica profesional representa una oportunidad crucial tanto para los estudiantes como para la empresa. Sin embargo, se ha observado que muchos practicantes no son reclutados al finalizar su periodo de prácticas. Este informe analiza las razones detrás de esta situación y propone una solución viable para mejorar las oportunidades de contratación de los practicantes.

Para determinar el índice de contratación de practicantes en Sodimac Homecenter Colombia, se realizó un análisis de datos históricos dados por el departamento de recursos humanos. Los hallazgos revelaron lo siguiente:

- **Índice de Contratación:** Aproximadamente el 20% de los practicantes son contratados después de finalizar su periodo de prácticas.
- **Duración de la Práctica:** La mayoría de las prácticas duran entre 6 y 12 meses.
- **Áreas con Mayor Contratación:** Las áreas de logística y ventas tienen mayores índices de contratación en comparación con otras áreas como finanzas o mercadeo.

Para mejorar la tasa de contratación de practicantes y ofrecer más oportunidades de aprendizaje y experiencia profesional, se propone implementar un programa estructurado de integración y desarrollo de talento joven en Sodimac Homecenter Colombia. A continuación, se detallan las etapas de esta propuesta:

A. Implementación de un Programa de Mentoría

Objetivo: Proveer a los practicantes de un mentor experimentado que les guíe y apoye en su desarrollo profesional.

Asignación de Mentores: Cada practicante será asignado a un mentor dentro de su área de trabajo.

Reuniones Regulares: Se establecerían reuniones semanales para discutir avances, desafíos y recibir feedback.

Planes de Desarrollo Individual: Los mentores trabajarán con los practicantes para desarrollar un plan de crecimiento profesional personalizado.

B. Desarrollo de un Programa de Evaluación Continua

Objetivo: Crear un sistema de evaluación continua que permita medir el desempeño y potencial de los practicantes.

Evaluaciones Mensuales: Los supervisores realizarán evaluaciones mensuales del desempeño de los practicantes.

Feedback Constructivo: Se proporcionará feedback detallado y constructivo después de cada evaluación.

Encuestas de Satisfacción: Los practicantes completarán encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora en el programa de prácticas.

C. Creación de Vacantes Temporales con Posibilidad de Contratación Permanente

Objetivo: Generar vacantes temporales que ofrezcan una transición suave de la práctica a un puesto de trabajo permanente.

Vacantes Temporales: Se crearán posiciones temporales de 3 a 6 meses para practicantes destacados.

Evaluación Final: Al finalizar el periodo temporal, se realizará una evaluación final para decidir sobre la contratación permanente.

Proyectos Específicos: Los practicantes en estas vacantes trabajarán en proyectos estratégicos de la empresa.

D. Fortalecimiento de la Comunicación y el Seguimiento

Objetivo: Mejorar la comunicación y el seguimiento entre el área de recursos humanos, los supervisores y los practicantes.

Reuniones Trimestrales: Se llevarán a cabo reuniones trimestrales entre recursos humanos y los supervisores para revisar el progreso de los practicantes.

Canal de Comunicación Abierto: Se establecerá un canal de comunicación abierto para que los practicantes puedan expresar sus inquietudes y sugerencias.

Informe de Progreso: Se elaborará un informe de progreso trimestral para cada practicante, destacando sus logros y áreas de mejora.

E. Incentivos para la Retención de Talento

Objetivo: Implementar incentivos que motiven a los practicantes a permanecer en la empresa.

Bonos de Desempeño: Se otorgarán bonos de desempeño a los practicantes que sobresalgan en sus funciones.

Ofertas de Contratación Anticipada: A los practicantes con evaluaciones sobresalientes se les ofrecerá un contrato permanente antes de finalizar su periodo de prácticas.

Desarrollo Profesional: Se ofrecerán oportunidades de desarrollo profesional continuo, como cursos y certificaciones.

El aprovechamiento efectivo de los practicantes no solo beneficia a los estudiantes en su formación profesional, sino que también aporta un valor significativo a la empresa. Implementar un programa estructurado que incluya mentoría, evaluaciones continuas, vacantes temporales, y un enfoque fuerte en la comunicación y el seguimiento, puede aumentar significativamente la tasa de contratación de practicantes en Sodimac. Sin embargo, actualmente se presentan impedimentos y razones que se discutieron con el jefe de abastecimiento, el gerente de abastecimiento y recursos humanos para intentar escalar esta propuesta.

A. Falta de Vacantes Disponibles:

Presupuestos Limitados: La empresa puede tener restricciones presupuestarias que impiden la creación de nuevas posiciones.

Cupos Fijos: Muchas áreas operan con un número fijo de empleados, lo cual limita la posibilidad de absorber nuevos talentos.

B. Rendimiento de los Practicantes:

Desempeño Variable: No todos los practicantes cumplen con las expectativas o los estándares requeridos por la empresa.

Falta de Experiencia: La curva de aprendizaje puede ser alta, y algunos practicantes pueden necesitar más tiempo para adaptarse plenamente.

C. Falta de Proyectos a Largo Plazo:

Proyectos Temporales: Muchos practicantes son asignados a proyectos específicos que no requieren una continuidad.

Ausencia de Planificación a Largo Plazo: Falta de una estrategia que contemple la integración de practicantes a largo plazo.

D. Evaluación y Seguimiento:

Procesos de Evaluación Ineficientes: Las evaluaciones de desempeño pueden no ser lo suficientemente rigurosas o estructuradas.

Falta de Feedback: Los practicantes pueden no recibir el feedback necesario para mejorar y alinearse con las expectativas de la empresa.

Con lo anterior, se intentó proponer una inclusión más notoria de personal joven, en este caso para los practicantes, pero de acuerdo con impedimentos de políticas y falta de tiempo, el caso quedó en estudio con la jefatura y gerencia del área donde no se logró con éxito la propuesta. Sin embargo, siento que puede ser una buena oportunidad para que se valore y se tenga más en cuenta el personal joven que mantienen ideas asertivas y concretas en tiempos modernos.

6.6 Soluciones viables

6.6.1 Capacitaciones o entrenamiento

Las capacitaciones y/o entrenamiento en el área de abastecimiento o ya sea en cualquier otra área, son una herramienta clave indispensable para el personal nuevo para que las funciones y roles que deba de ejecutar salgan en su mayoría en un estado bueno, excelente y factible para cada uno de los procesos. Sodimac, aunque cuente con una academia logística propia, el entrenamiento que se ofrece a los practicantes es bueno, sin embargo, los procesos que se van a desempeñar son altamente estrictos y con una densidad alta de trabajo. Es decir, la capacitación está a cargo por un analista, quien explica tanto lo teórico, como lo práctico, pero no ofrecen soportes audiovisuales para tener como referencia para realizar las debidas funciones.

En base a esto, cuestioné la medida de cómo se estaban capacitando a los pasantes y realmente el proceso era cíclico realizado por el mismo analista, llegando a ser agotador. Para esto, propuse en primer lugar, la idea de materializar las explicaciones por medio de manuales y guías de todos los procesos que el practicante iba o podría desempeñar. También propuse dejar las grabaciones realizadas por mí de todos los procesos para fortalecer y maximizar el paso a paso que se encuentran en las guías. Lo anterior permitiría el ahorro de trabajo para el analista encargado del entrenamiento del practicante o algún personal distinto.

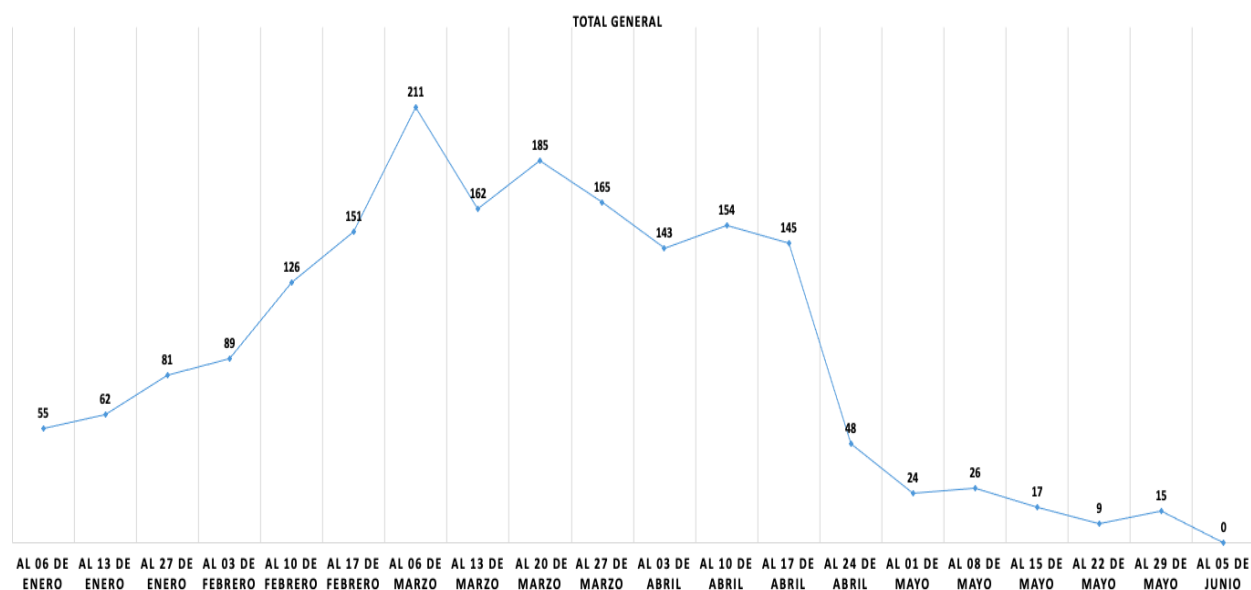
6.6.2 Control de auditoría

Anteriormente, se explicó el proceso de auditoria donde se debía de llevar a cabo un proceso de inspección minucioso de las observaciones para cada orden de compra (PO) generando diferencias para lograr demostrar la evolución de las PO sin observación; se requería mantener la estructura de creación, los comentarios realizados por los analistas debían de cumplir con una estructura predeterminada. Cada analista realiza un archivo Excel llamado *sugerido de compra*, este se mantiene con un formato o esquema para cada familia de productos que procederá a comprar, este archivo actúa como un borrador base para mantener observado el proceso de compra, y deberá de estar en el servicio de la nube para el cargo de datos corporativos para que puedan ser analizados en cualquier momento requerido por cualquier analista, o el practicante.

La realización de estos archivos base, surgen como la necesidad de mantener un control para cada orden de compra que se creará anticipado por datos que ejecuta el área comercial con la información de compra que le indica el proveedor. Entonces, la función principal de la auditoría es verificar que cada analista mantenga un margen de error casi del 0% para que al momento de realizar la digitalización de la información (algo así como la factura electrónica) en el sitio web corporativo, los datos que se redacten, sean los correctos. Sin embargo, el margen de error esperado, no se lograba por cuestiones de tiempo o por cuestión de poca relevancia en el tema de auditoría.

En base a esto, indiqué al equipo de abastecimiento, que de manera voluntaria procedería a corregir los archivos “sugeridos de compra” de cada analista para optar por mejorar la auditoría y reducir las altas variaciones y diferencias encontradas. Para esto, obtuve temporalmente acceso a los sitios web corporativos que usan los analistas para poner realizar los sugeridos de compra; procedí a revisar e inspeccionar cada archivo para realizar los ajustes necesarios teniendo en cuenta la observación creada por el analista y los datos correspondientes a la compra, del proveedor y de los comentarios.

Figura 11. Progresión de observaciones Auditoría



Nota. Reporte elaborado para el área de abastecimiento y el área auditoría

En la figura 10, se logra evidenciar una progresión aritmética de las observaciones acumuladas que fueron reportadas y que, a lo largo, fueron corregidas hasta llegar a erradicar las altas variaciones y diferencias encontradas. Desde la semana 1 (02 al 08 de enero) hasta la semana 10 (06 al 12 de marzo) se logra evidenciar un aumento considerable siendo el punto más alto de inflexión, es por eso por lo que, desde la semana 10 se propone y se empieza a gestionar la debida corrección para la semana 11. Para la semana 17 (24 al 30 de abril) se logra reducir aproximadamente un 67% en comparación a la semana 16, y para la última semana que se logra evidenciar un margen de observaciones cero, para la semana 23 (5 al 11 de junio). En base a lo anterior, se logró reducir las diferencias encontradas, logrando reducir los errores producidos por los analistas, mejorando los procesos de compra y venta y optimizando el tiempo para la eficiencia en general del área.

Tabla 1. Plan de mejoramiento proceso auditoría

Área de gestión	Área de abastecimiento.
Aspectos para mejorar	En general, se debe de mantener una gestión para auditoria mucho más al pendiente, ya que genera inconsistencias en el proceso de compra para abastecimiento y retrasos en la cadena laboral en las diferentes áreas, terminando en sobrecargas innecesarias.
Meta(s)	Reducir las diferencias observadas en el proceso de auditoria para reducir la brecha y errores en la digitalización de la compra.
Objetivo(s)	Identificar las observaciones mencionadas para lograr ejecutar la correcta formulación de los datos.
Accion(es)	• Revisión minuciosa del reporte auditoria y marcar para un periodo de tiempo de 6 meses. • Identificación previa de las PO revisadas por los analistas. • Observar y analizar el tipo de observación redactada por el analista. • Gestionar las correcciones para las observaciones gestionadas. • Reportar ocasionalmente en comités los avances para evaluar el proceso.
Indicador(es)	Cantidad de observaciones gestionadas y cantidad de observaciones por corregir.
Hacer/Verificar	Revisión y gestión voluntaria por el practicante de los sugeridos de compra, para reducir las diferencias demostrando evolución de reportes de auditoría. Inspección oportuna de los datos para su previa corrección.
Responsable(s)	Practicante (Ejecutor del proceso). Analistas (Intermediarios/Soporte). Jefe de abastecimiento (Aprobador gestiones internas)
Recurso(s)	Reportes disponibilidad inventario. Bases de datos del área abastecimiento.
Cronograma	Asignación de auditoría: 24 de enero 2023 (Semana 4) Propuesta de mejora: 06 de marzo 2023 (Semana 10) Inicio de gestión auditoría: 08 de marzo 2023 (Semana 10) Finalización y entrega de resultados: 06 de junio 2023 (Semana 23)

6.6.3 Proyecto productos nuevos

El proyecto de productos nuevos se estableció como una estrategia fundamental para evaluar los conocimientos del practicante donde se debe de demostrar la tenacidad para demostrar resultados convincentes y realistas en pro de la compañía o proceso del área como tal, en este caso, el área de abastecimiento. Esta forma de poner a prueba surgió como plan de acción hacia el practicante, quien, por medio de ideas moldeables y duraderas, pudiese ejecutar eficazmente una necesidad. Para abastecimiento, el proyecto se origina de acuerdo con una problemática real en base a una gestión inconclusa o nada trabajada, siendo la oportunidad para que el practicante logre proponer con precisión, estrategias en pro del problema.

En base a lo anterior, el proyecto consistía en realizar una trazabilidad, medición y gestión para productos que no mantenían una fecha de ultima compra, estos productos se denominaban productos nuevos sin primera venta; productos que no lograban ser clasificados y pasaban su clasificación mezclados con otras gestiones logísticas. Para empezar con la medición, el jefe y el equipo de analistas de abastecimiento, identificaron 3 lógicas que podrían permitir dicha identificación de aquellos productos sin primera venta.

Figura 12. Políticas o lógicas para productos nuevos

PRIMERA LÓGICA	SEGUNDA LÓGICA	TERCERA LÓGICA
6 MESES PULL	7 SEMANAS PULL	3 MESES PULL
3 MESES PUSH – INOUT	7 SEMANAS PUSH – INOUT	2 MESES PUSH – INOUT
Producto codificado nace con el atributo nuevo (Tipología 7) desde que se codifica y se mantiene hasta que cumpla el sexto mes de venta , una vez cumpla dicho mes deja de ser nuevo y se distribuirá de acuerdo a sus ventas en las demás tipologías.	Producto codificado nace con el atributo nuevo (Tipología 7) desde que se codifica y se mantiene hasta que cumpla la sexta semana de venta dejara de ser nuevo y se calcular en el <u>calculo</u> de tipologías actual.- Comienza su medición de Disponibilidad en la séptima semana...	Producto codificado nace con el atributo nuevo (Tipología 7) desde que se codifica y se mantiene hasta que cumpla el tercer mes de venta , una vez cumpla dicho mes deja de ser nuevo y se distribuirá de acuerdo a sus ventas en las demás tipologías.
Condición: Sin tipología 1 y 2	Condición: Sin tipología 1 y 2	Condición: Sin tipología 1 y 2

Nota. Resumen reporte lógicas para las políticas que denominan un resultado óptimo para su previa validación.

Las lógicas que se implementaron fueron establecidas de acuerdo con unos atributos llamados “tipologías” que son como unas denominaciones y características especiales que se designan productos que cumplen con esta naturaleza. También, se tuvo en cuenta 3 sistemas productivos logísticos para la clasificación del inventario denominados “reposiciones”: Pull, Push e Inout. El sistema productivo Push es aquel sistema donde su producción y envíos son basados en las predicciones de la demanda, mientras que el sistema Pull son basados de acuerdo con los pedidos reales (demanda actual del cliente). El sistema Inout es el flujo de aquellos productos que se mantienen gestionados al entrar (almacenamiento) y al salir (envío) del almacén.

Con este criterio y con las lógicas ya establecidas, el próximo paso era ejecutar la medición real de las lógicas para evaluar su rentabilidad al momento de aplicarse. Propuse realizar esta fase del proyecto para determinar la búsqueda de los datos que se debían de identificar en los 5 eslabones del inventario disponible: *Inventario bodega asignado/asignable*, *Inventario bodega existente*, *Inventario existente en tienda*, *Inventario pendiente e inventario facturado*. Para esto, realicé y ejecuté una fórmula matemática con condicionales en el reporte “disponibilidad inventario” que me permitiera lograr la búsqueda de los datos; este reporte mostraba una proyección inventario a futuro de mínimo 6 meses a máximo 1 año.

Una vez realizado la búsqueda de los datos, fue posible identificar el costo unitario de los productos nuevos, donde debía de generar un análisis para identificar el costo unitario y general por cada departamento y familias, así mismo lograr identificar las variaciones porcentuales, la venta perdida y las compras reflejadas en USD para generar un reporte mucho más práctico por medio de una matriz creada como reporte. Además, esta gestión permitiría dar un mejor enfoque de innovación para la disponibilidad de inventario, también genera una gestión eficiente del inventario logrando realizar una clasificación precisa de los productos nuevos ayudando a identificar cuales requerían ser agrupados con un enfoque especial en términos de reposición, almacenamiento y distribución.

Así mismo, se logra un reajuste del pronóstico de la demanda, logrando “desmenuzar” los eslabones del inventario para identificar costos que pueden ser controlados para lograr priorizar recursos logrando la mejora en la toma de decisiones para cada analista y en conjunto con el equipo del área.

Figura 13. Visualización matriz de medición para productos nuevos

Autoguardado

</

Descripción general de los datos: Cada hoja de cálculo contiene información detallada sobre diferentes aspectos del inventario de productos nuevos. A continuación, se presenta un resumen de las hojas de cálculo:

- **PRIMERA LÓGICA (6 MESES PULL/3 MESES PUSH/INOUT):** Proporciona datos sobre inventarios (inventario general reposición pull, push e inout e inventario general nuevos con reposición pull, push e inout), costos unitarios, totales, variaciones y diferencias.
- **SEGUNDA LÓGICA (7 SEMANAS PULL-PUSH/INOUT):** Proporciona datos sobre inventarios (inventario general reposición pull, push e inout e inventario general nuevos con reposición pull, push e inout), costos unitarios, totales, variaciones y diferencias.
- **TERCERA LÓGICA (3 MESES PULL/2 MESES PUSH/INOUT):** Proporciona datos sobre inventarios (inventario general reposición pull, push e inout e inventario general nuevos con reposición pull, push e inout), costos unitarios, totales, variaciones y diferencias.

Figura 14. Total nuevos sin primera venta Pull

REPOSICION	PULL	✓
NUEVOS SIN PRIMERA VENTA	Sin primera venta	✓
ULTIMO INGRESO 2023	2023	✓

NUEVOS SIN PRIMERA VENTA PULL

FAMILIA	Valores				
	Suma de COSTO INV_BOD_A	Suma de COSTO INV_BOD_E	Suma de COSTO EXIST_T	Suma de COSTO PENDIENTE	Suma de COSTO FACTURADA
ACCESORIOS AUTOMOVILES	\$ 71,347,898.00	\$ 0.00	\$ 192,024.04	\$ 474,394,458.04	\$ 2,656,400.84
AIRE LIBRE	\$ 219,367,799.10	\$ 0.00	\$ 33,981.78	\$ 5,447,554,827.57	\$ 223,014,791.32
ASEO	\$ 41,915,903.04	\$ 0.00	\$ 252,505.44	\$ 0.00	\$ 20,275,162.56
BANOS Y COCINAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 854,672,636.78	\$ 281,157,517.62
CASA INTELIGENTE	\$ 5,056,442.40	\$ 0.00	\$ 5,090,494.46	\$ 0.00	\$ 11,489,080.00
DECORACION	\$ 1,175,761,197.68	\$ 0.00	\$ 14,755,928.19	\$ 55,552,772.48	\$ 41,701,288.20
ELECTRICIDAD	\$ 3,658,452.00	\$ 0.00	\$ 11,219,027.14	\$ 11,006,861.88	\$ 51,755,831.80
ELECTROHOGAR	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 251,637,810.68	\$ 0.00
FERRETERIA	\$ 793,461,652.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 607,395,185.60	\$ 0.00
HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 67,604,134.16	\$ 138,393,663.68
ILUMINACION Y VENTILADORES	\$ 560,984,253.69	\$ 0.00	\$ 21,705,588.96	\$ 1,702,288,776.24	\$ 2,340,028,443.89
JARDIN	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 6,742.40	\$ 430,990,012.80	\$ 0.00
MADERA Y TABLEROS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 125,786.56	\$ 0.00	\$ 0.00
MENAJE	\$ 209,736,666.00	\$ 0.00	\$ 175,626.58	\$ 720,589,565.44	\$ 267,946,112.40
MISCELANEOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 673,654,897.88	\$ 287,175,206.88
OBRA GRUESA	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ORGANIZACION	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 341,975.44	\$ 46,150,499.80	\$ 0.00
PINTURA Y ACCESORIOS	\$ 611,760,291.19	\$ 0.00	\$ 258,909,988.80	\$ 0.00	\$ 0.00
PISOS	\$ 345,742,958.95	\$ 0.00	\$ 8,093,116.70	\$ 197,471,563.52	\$ 0.00
PLOMERIA / GASFITERIA	\$ 102,129,386.41	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 39,356,410.39	\$ 0.00
PUERTAS/VENTANAS/MOLDURAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 155,305,762.66	\$ 0.00
TABIQUERIA/TECHUMBRE/AISLACI	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 170,940,509.31	\$ 38,587,718.10
TEMPORADA	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total general	\$ 4,140,922,900.88	\$ 0.00	\$ 320,902,786.49	\$ 11,906,566,685.23	\$ 3,704,181,217.09
					TOTAL
					\$ 20,072,573,589.63

Figura 15. Total nuevos sin primera venta Push/Inout

INVENTARIO	Producto Regular	✓
REPOSICION	(Varios elementos)	✓
NUEVOS SIN PRIMERA VENTA	Sin primera venta	✓
ULTIMO INGRESO 2023	2023	✓

NUEVOS SIN PRIMERA VENTA PUSH/INOUT

FAMILIA	Valores				
	Suma de COSTO INV_BOD_ASI	Suma de COSTO INV_BOD_EX	Suma de COSTO EXIST_TD	Suma de COSTO PENDIENTE	Suma de COSTO FACTURADA
ACCESORIOS AUTOMOVILES	\$ 210,894,860.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 92,531,427.84	\$ 64,879,752.48
AIRE LIBRE	\$ 589,690,566.54	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,502,092,157.46	\$ 21,125,816.25
ASEO	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
BANOS Y COCINAS	\$ 156,730,642.38	\$ 0.00	\$ 1,214,966.22	\$ 0.00	\$ 0.00
CASA INTELIGENTE	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,014,296,932.84	\$ 0.00
DECORACION	\$ 1,051,688,120.50	\$ 0.00	\$ 3,820,735.20	\$ 836,713,983.86	\$ 249,590,703.44
ELECTRICIDAD	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 247,461,170.48	\$ 0.00
ELECTROHOGAR	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 31,080,716.56
FERRETERIA	\$ 10,782,585.60	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 317,815,765.18	\$ 0.00
HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS	\$ 10,162,076.55	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,478,747,830.86	\$ 37,141,280.14
ILUMINACION Y VENTILADORES	\$ 404,459,231.85	\$ 0.00	\$ 106,101,315.64	\$ 0.00	\$ 252,836,838.20
JARDIN	\$ 143,901,546.68	\$ 0.00	\$ 3,206,031.08	\$ 193,974,269.34	\$ 0.00
MADERA Y TABLEROS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MENAJE	\$ 487,357,103.73	\$ 0.00	\$ 45,815,495.36	\$ 1,435,300,365.62	\$ 0.00
MISCELANEOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES	\$ 136,149,135.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,919,987,737.95	\$ 475,405,165.00
OBRA GRUESA	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ORGANIZACION	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PINTURA Y ACCESORIOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PISOS	\$ 17,778,926.02	\$ 0.00	\$ 1,566,425.20	\$ 177,559,674.72	\$ 0.00
PLOMERIA / GASFITERIA	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PUERTAS/VENTANAS/MOLDURAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 494,707,886.00
TABIQUERIA/TECHUMBRE/AISLACI	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 338,680,266.57	\$ 36,845,961.90
TEMPORADA	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 5,602,441,065.77	\$ 412,098,198.36
Total general	\$ 3,219,594,796.21	\$ 0.00	\$ 161,724,968.70	\$ 15,158,202,648.49	\$ 2,075,712,318.33
					TOTAL
					\$ 20,615,234,731.73

Tabla 2. Plan de mejoramiento proyecto productos nuevos

Área de gestión	Área de abastecimiento.
Meta(s)	Concretar la definición de productos nuevos para la ejecución del proyecto.
Objetivo(s)	Definir la medición de las lógicas establecidas para lograr establecer las siguientes fases del proyecto para su finalización.
Indicador(es)	Gestión de medición progresivo.
Responsable(s)	Jefe del área de abastecimiento (Intermediario, Promotor). Analistas (Soporte). Practicante (ejecutor del proyecto). Área comercial (Soporte). Planeación de demanda (Soporte).
Recurso(s)	SGL (Sistema de gestión logística). JDA Software (Análisis de datos). QlikSense (Base de datos en la nube corporativa). Reportes corporativos (disponibilidad inventario 2023). Soporte abastecimiento.
Cronograma	Asignación proyecto: 14 de marzo 2023 (Semana 11). <u>Fase 1</u> (propuesta de idea): 29 de marzo 2023 (Semana 13). <u>Fase 2</u> (propuesta de marcación): 12 de abril 2023 (Semana 15) <u>Fase 3</u> (identificación productos nuevos): 19 de abril 2023 (Semana 16) <u>Fase 4</u> (propuesta de medición): 03 de mayo 2023 (Semana 18) <u>Fase 5</u> (prueba de medición analistas): 10 de mayo 2023 (Semana 19) <u>Fase 6</u> (validación jefatura): 19 de mayo 2023 (Semana 20) <u>Fase 7</u> (medición final lógicas): 26 de mayo 2023 (Semana 21) <u>Fase 8</u> (entrega de proyecto): 03 de junio 2023 (Semana 22)

7. Aportes

Mi rol como practicante en el área de abastecimiento de la compañía Sodimac Homecenter Colombia, desempeñó crucialmente una lista de metas y objetivos tanto personales como profesionales. En primer lugar, considero que mi desempeño respecto a las funciones principales que se me fueron designadas se ejecutó efectivamente dentro de los tiempos y parámetros establecidos justamente para el practicante. Además, por medio de estrategias propias elaboradas gracias a los conocimientos adquiridos previamente en la universidad, se logró formalizar ideas para la realización moldeable para resultados tangibles en la mayoría de los procesos que se me asignaron

En primer lugar, se logró cumplir con la ejecución del proyecto para la marcación de productos nuevos, esto generó un avance progresivo mostrando resultados óptimos para lograr trazar una continuidad para la toma de decisiones dentro del área de abastecimiento y demás áreas. También, se logra dar apoyo a procesos internos y externos de cada analista, siendo mi rol el resultado esperado dentro de cualquier solicitud, abarcando gestiones desde la toma de decisiones con una facultad analítica profesional para dar soluciones y lograr contrarrestar errores de datos.

Es necesario mencionar que, la labor voluntaria que se realizó con la gestión de auditoría, fue un reto complejo que me ayudó a pulir varias destrezas y descubrir habilidades que daba por hecho que no contaba como cualidades. Por esto, ejecutar voluntariamente una gestión que requería un conocimiento y experticia del nivel de un analista, determinó los grandes alcances que se dictaminaron en los resultados para el proceso de las gestiones en auditoría.

En un ámbito general, logré incluir ideologías diferentes para un ambiente y una cultura laboral y organizacional, pudiendo ser razones evaluadas y consideradas a futuro para diferentes formas de visualizar el trabajo de los practicantes que pasan por el área de abastecimiento. A nivel laboral, con un aprendizaje encaminado por mi jefe directo (jefe del área), se lograron todas aquellas peticiones desde la ejecución de archivos y reportes, hasta la oportunidad de dar ideas en los comités; también, existió con la posibilidad de asistir ocasionalmente a reuniones gerenciales como punto de refuerzo para los conocimientos propios del practicante, y la posibilidad de asistir a reuniones con demás áreas.

Conclusiones

Quiero iniciar mencionando que la oportunidad que tuve como pasante en una de las multinacionales retail mas grandes de América Latina, fue extremadamente gratificante y enriquecedora para mi formación profesional y personal. Inicialmente, dar por hecho mi paso por Sodimac, me impulsa a continuar con un eficiente y grato camino de aprendizajes, saciando y fortaleciendo mis metas y objetivos como profesional en Negocios Internacionales.

Durante mi estancia en el área de abastecimiento, tuve la oportunidad de participar activamente en la gestión de inventarios, lo que me permitió comprender en profundidad los procesos logísticos y la cadena de suministro. Mi rol implicó la auditoría de órdenes de compra, un proceso crítico para asegurar la precisión y fiabilidad de las transacciones comerciales. A través de estas actividades, desarrollé una sólida comprensión de la importancia de la exactitud de los datos y la eficiencia en la toma de decisiones.

Además, mi contribución en la marcación de productos nuevos y el apoyo en auditorías internas fue fundamental para mejorar la calidad de la información utilizada en la gestión de inventarios. Este trabajo no solo mejoró la precisión de los datos, sino que también facilitó una mejor coordinación entre diferentes departamentos, destacando la importancia de la comunicación y la colaboración interdepartamental.

Las reuniones periódicas con el equipo gerencial y mi participación en diversos comités fueron experiencias formativas clave. Estas interacciones me proporcionaron una visión estratégica de la empresa y me permitieron comprender mejor los desafíos y oportunidades a nivel gerencial. La exposición a la toma de decisiones de alto nivel me enseñó la importancia de la planificación estratégica y la gestión del talento dentro de una organización.

En el transcurso de mis prácticas, propuse varias mejoras orientadas a la retención de talento y a la optimización de la comunicación interna, que, aunque no hayan sido relevantes, creería que sería una buena oportunidad para ser consideradas a futuro. Estas propuestas se basaron en observaciones detalladas y en un análisis crítico de los procesos actuales, demostrando mi capacidad para identificar áreas de mejora y mi compromiso con el desarrollo organizacional. La implementación de estas mejoras contribuyó a un entorno de trabajo más eficiente y cohesionado, beneficiando tanto a los empleados como a la organización en su conjunto.

La experiencia en Sodimac me permitió desarrollar habilidades analíticas y de gestión de proyectos, fortaleciendo mis capacidades para coordinar y liderar iniciativas. Además, la exposición a un entorno corporativo complejo me ayudó a mejorar mis habilidades de resolución de problemas y a adaptarme rápidamente a diferentes situaciones.

En resumen, mi paso por Sodimac Homecenter fue una etapa crucial en mi formación como profesional en Negocios Internacionales. Las competencias adquiridas y las experiencias vividas durante este periodo serán fundamentales para mi desarrollo futuro. La interacción con diversos niveles jerárquicos y áreas de la empresa me proporcionó una visión integral del funcionamiento corporativo y de la cadena de suministro, elementos esenciales para mi carrera profesional. Mi compromiso con el aprendizaje continuo y la mejora constante se vio reforzado, motivándome a seguir perfeccionando mis habilidades y conocimientos en el ámbito empresarial. Este capítulo en Sodimac Homecenter ha consolidado mis metas y objetivos, impulsándome a perseguir la excelencia en mi trayectoria profesional.

Referencias

- American Express. (2023, mayo 16). *What is a proforma invoice? How and why to use it*.
<https://www.americanexpress.com/en-gb/business/trends-and-insights/articles/what-is-a-proforma-invoice/>
- Arilla, S. (2022, julio 20). *Big Data: aplicaciones prácticas en logística*. SCM Logística Barcelona. <https://www.scmlogistica.es/big-data-y-su-papel-en-la-logistica-moderna/>
- Carreño, A. (2018). *Cadena de suministro y logística*. Fondo Editorial de la PUCP. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SaLNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=logística+cadena+de+suministro&ots=1N5XMCcL2f&sig=fUYOp-AQ6DCWfHHTThZM5QXR4bP4#v=onepage&q&f=false>
- Clúster Logístic de Catalunya (2019, febrero 15). *Todo lo que debes saber sobre la contenerización*. <https://clusterlogistic.org/es/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-contenerizacion/>
- Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Bogotá: Areandina. Fundación Universitaria del Área Andina. Disponible en: <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1335>
- DispatchTrack (s. f.). ¿Qué es forecast? Tipos, modelo en Excel y ejemplo. <https://www.beetrack.com/es/blog/que-es-forecast>
- Falabella (s. f.). Quiénes Somos. <https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/quienes-somos>
- Fulfillment Hub USA (2023, noviembre 21). ¿Qué es el Aviso de Envío Avanzado (ASN) y por qué es importante para tu negocio?. <https://fulfillmenthubusa.com/que-es-el-aviso-de-envio-avanzado-asn-y-por-que-es-importante-para-tu-negocio/>
- Gestión de compras y abastecimiento: actividades y funciones. (2023, enero 22). Indeed. <https://es.indeed.com/orientacion-laboral/desarrollo-profesional/gestion-compras-abastecimiento>
- Kherbash, O., & Mocan, M. L. (2015). A review of logistics and transport sector as a factor of globalization. *Procedia Economics and Finance*, 27, 42–47. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00969-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00969-7)

- Logimat (2024, abril 1). Vocabulario logístico – 15 conceptos que no te puedes perder. <https://www.logimat.com.co/vocabulario-logistico-15-conceptos-que-no-te-puedes-perder/>
- Mendoza, X. (s. f.). ¿Qué es un TMS? Todo lo que necesitas saber. NetLogistik. <https://www.netlogistik.com/es/blog/todo-lo-que-debes-saber-de-un-tms-transportation-management-system>
- PacklinkPro (2018, noviembre 22). *¿Qué es el shipping y cuáles son las tendencias actuales en eCommerce?*. <https://pro.packlink.es/becommerce/shipping-y-tendencias-actuales-en-ecommerce/>
- Posada, A., & Gregorio, J. (2011). Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, CEDIS). *Journal of Economics, Finance, and Administrative Science*, 16(30), 83–96. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-18862011000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Pragma (2023, septiembre 28). *Qué es el e-commerce y cómo funciona*. <https://www.pragma.co/es/blog/que-es-el-ecommerce-y-como-funciona>
- Quick (2023, agosto 31). ¿Qué significa ETA en logística?. <https://blog.quick.com.co/que-significa-eta-en-logistica/>
- Sap (s.f.). *¿Qué es la planificación de requisitos de material (MRP)?*. <https://www.sap.com/latinamerica/products/erp/what-is-mrp.html>
- Universidad Europea (2023, mayo 24). *¿Qué es la logística de almacenamiento?*. <https://universidadeuropea.com/blog/logistica-almacenamiento/>
- Zumaeta, C. (2023, febrero 9). *¿Qué es un ERP en logística?* LatamReady. <https://latamready.blog/que-es-erp-logistica/>