



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**

corona

TÍTULO DEL INFORME:

**ACTUALIZACIÓN DEL MODELO LOGÍSTICO DEL NEGOCIO DE DECORADOS
PARA LOS CLIENTES MAYORISTAS Y DETALLISTAS DE LA ZONA COSTA
ATLÁNTICA Y CENTRO DEL PAÍS**

PRESENTADO POR:

ANGIE JOHANA SÁNCHEZ RODRÍGUEZ

Código:

2017216078

PRESENTADO A:

JONATHAN JOSÉ FERNÁNDEZ DE CASTRO GALLEGO

Tutor de prácticas profesionales

ELIANA GIRALDO MONSALVE

Tutor empresarial - Jefe inmediato empresa

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE INGENIERÍA
INGENIERÍA INDUSTRIAL
SANTA MARTA - MAGDALENA
2022

TABLA DE CONTENIDO

1.	PRESENTACIÓN	5
2.	OBJETIVOS Y/O FUNCIONES	6
	<i>2.1 Objetivo General.....</i>	<i>6</i>
	<i>2.2 Objetivos Específicos</i>	<i>6</i>
	<i>2.3 Funciones del practicante dentro de la Organización.....</i>	<i>7</i>
3.	JUSTIFICACIÓN	10
4.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	12
	<i>4.1 División de Baños y Cocinas</i>	<i>12</i>
	<i>4.2 División de Superficies, Materiales y Pinturas.....</i>	<i>13</i>
	4.2.1 Colcerámica S.A.....	13
	4.2.1.1 Superficies.....	14
	4.2.1.2 Decorados.....	15
	4.2.2 Suministros de Colombia (SUMICOL S.A.S)	16
	4.2.3 Corlanc S.A.S.....	16
	<i>4.3 División de Insumos Industriales y Energía.....</i>	<i>17</i>
	<i>4.4 División de Mesa Servida.....</i>	<i>17</i>
	<i>4.5 Almacenes Corona.....</i>	<i>18</i>
	<i>4.6 Comercial Corona Colombia</i>	<i>18</i>

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

5. HISTORIA	20
6. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	26
7. SITUACIÓN ACTUAL	30
<i>7.1 Descripción del problema</i>	<i>31</i>
8. BASES TEÓRICAS RELACIONADAS	32
<i>8.1 METODOLOGÍA DDMRP (Demand Driven Material Requirements Planning)</i>	<i>32</i>
<i>8.2 SUPPLY CHAIN (Cadena de Suministro)</i>	<i>33</i>
<i>8.3 LOGÍSTICA.....</i>	<i>34</i>
<i>8.4 LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN</i>	<i>34</i>
<i>8.5 METODOLOGÍA KANBAN</i>	<i>34</i>
9. DESARROLLO DE ACTIVIDADES	36
<i>9.1 Desarrollo del objetivo #1:.....</i>	<i>36</i>
<i>9.2 Desarrollo del objetivo #2:.....</i>	<i>39</i>
<i>9.3 Desarrollo del objetivo #3:.....</i>	<i>40</i>
<i>9.4 Desarrollo del objetivo #4:.....</i>	<i>45</i>
10. CRONOGRAMA.....	53
11. ANÁLISIS FINANCIERO.....	54
12. CONCLUSIONES.....	55

	<p style="text-align: center;">Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado</p>	
---	---	---

12.1 Conclusiones personales 55

BIBLIOGRAFÍA 57

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

1. PRESENTACIÓN

En el presente escrito se encontrará una descripción detallada del proyecto de prácticas desarrollado en la Organización Corona, basado en el modelo logístico actual de los decorados despachados a los clientes Mayoristas y Detallistas de la Zona Costa Atlántica y Centro del país. En este modelo se encontraron algunas deficiencias en cuanto a los altos costos de los fletes, para lo cual se necesitó una reestructuración que permita al área de servicio al cliente tener un balance entre los tiempos de entrega y los costos que le concierne.

Las prácticas profesionales realizadas en la empresa Corona, buscan tener un apoyo en el área de servicio al cliente en la división de Superficies, Materiales y Pinturas, con el fin de tener un mayor y mejor control en el proceso de despacho de los decorados y encontrar estrategias eficientes para la disminución de los costos, aumento de las ventas mensuales y mejorar el tiempo de entrega de cada referencia.

Tras haber analizado, diseñado e implementado nuevas formas de seguimiento a este proceso, se espera que el área evidencie cambios significativos en cuanto al porcentaje de fletes sobre la venta que se viene presentado últimamente y que sea capaz de reconocer las áreas específicas en las que se debe trabajar para seguir en la mejora del proceso.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

2. OBJETIVOS Y/O FUNCIONES

2.1 Objetivo General

Actualizar modelo logístico del negocio de decorados para los clientes de los canales Mayoristas y Detallistas de la zona Costa Atlántica y Centro del país que permita la optimización de los costos asociados a los fletes y que a su vez permita el aumento de las ventas mensuales.

2.2 Objetivos Específicos

- Seleccionar referencias y poblaciones de la zona Costa Atlántica y Centro del país donde se centrará el proyecto.
- Establecer ofertas logísticas por cada población designada.
- Crear un modelo Kanban de reaprovisionamiento basado en la metodología DDMRP donde se lleve un control del inventario por cada referencia.
- Levantar línea de base de datos de los últimos seis (6) meses para conocer información real de los indicadores ventas, velocidad de despacho y costo de fletes.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

2.3 Funciones del practicante dentro de la Organización

- **Actualización de archivo de Consumos Estimados:** este documento de Excel es fundamental para el área del Servicio al Cliente debido a que muestra la realidad de lo que se está facturando día a día e identifica como van en cumplimiento con respecto al plan meta que fue destinado para el mes en curso.
- **Bloqueo de Clientes Mayoristas y Detallistas:** una vez que los clientes han cumplido mínimo el 90% del plan de ventas, se hace un bloqueo de sus pedidos para que los asesores hagan un seguimiento manual y puedan garantizar que estos no se pasen del 100%.
- Generación de alertas a los asesores sobre los clientes Detallistas y Mayoristas que están por cumplir su plan de ventas, para que estos lleven un control manual.
- Repartición de los materiales que ingresan bloqueados al sistema, dependiendo de los planes que se le han dispuesto desde planeación al inicio del mes. Aunque esta repartición debe ser equitativa para llevar un balance entre canales, es importante recalcar que en muchas ocasiones hay pedidos que tienen más prioridad que otros y que deben asignarse en la primera fecha de fabricación. Los programadores de cada planta de producción envían un archivo llamado Plan de Producción, donde se plasman las fechas tentativas de fabricación (de inicio y terminación) de cada material.



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

corona

- **Calcular indicadores OTIF y Velocidad:** el OTIF (On Time In Full) es un indicador de desempeño que dice si se están entregando los pedidos con las especificaciones acordadas con el cliente (cantidad, calidad, precio) en los tiempos y lugar establecidos, es decir, puntualmente. A su vez, el indicador Velocidad mide cuanto se está tardando en días el área en entregar un pedido. Para saber si hay que mejorar, se han establecido unas ofertas logísticas con anterioridad, que son los días máximos que debe esperar un cliente para recibirlo.
- **Cambio de prioridades a los pedidos de Pisos y Paredes de los canales Mayoristas y Detallistas.** Normalmente, no todos los materiales ingresan bloqueados para que se haga una repartición manual. Por ende, la compañía cuenta con un automático llamado Jobs, el cual identifica cuales materiales tienen inventario disponible y asigna los pedidos de todos los canales dependiendo a unas prioridades que se han asignado en el sistema. Por tal motivo, diariamente se debe hacer un cambio de prioridades para los pedidos nuevos y dependiendo de cada zona, asegurarse que estos se asignen primero que otros.
- Envío de informe a los asesores de las líneas a vencer los próximos 3 días al actual, para que ellos hagan una revisión diaria de las posiciones que no se han atendido, las que ya tienen un transporte asignado y las que deben ser direccionadas a los centros correspondientes.
- Enviar informe de disponibilidad para los Freelance de Viste Tu Casa (VTC) vía SMS.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

- **Solucionar sobreasignados:** esto hace alusión a las entregas que se generan en el sistema con cantidades mayores a lo que realmente se encuentra físicamente en el Centro de Distribución. Lo ideal es eliminar todas las entregas para que no existan problemas al momento de la facturación.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

3. JUSTIFICACIÓN

Los costos logísticos son aquellos generados en el transporte de un producto, desde que se obtiene la materia prima hasta que es entregado al cliente. Este, aunque parece ser un tema muy controlado en las organizaciones, suele representar un gasto muy significativo, por lo que se hace necesario realizar constantemente ajustes en el proceso para reconocer aquellos puntos a mejorar y mantener un balance entre tales costos con las ventas que está generando cada mercancía.

Un modelo logístico adecuado es aquel que brinda las herramientas necesarias para estudiar, analizar y minimizar los costos logísticos de una compañía. Una organización que no tenga un modelo previamente definido es aquella que no planifica ni optimiza las rutas de entregas, y es muy posible que estén entregando sus productos en tiempos y trayectos muy largos que pueden estar afectando significativamente el servicio al cliente. Actualmente, la Organización Corona distribuye sus Decorados a través de Paqueteo y este llega al cliente de forma gratuita, es decir, el consumidor paga el precio del producto y no se le cobra el envío hasta su residencia. Sin embargo, este servicio poco a poco aumenta y representa un alto porcentaje de las ventas en el mes.

El proyecto busca definir estrategias en términos de transporte que permita a la Organización entregar los Decorados en las zonas de la Costa Atlántica y Centro del País a tiempo pero que disminuya los costos de fletes que se han venido presentado en los últimos meses con el paqueteo. Para ello, se requiere un análisis detallado de la situación, que permita definir rutas de acceso, poblaciones estratégicas donde se han presentado

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

más volúmenes de ventas en los últimos meses y definir esas fechas de entregas máximas por población que permitirán un balance entre el Servicio al Cliente, Costo de Fletes mensual y velocidad de entrega.

Aunque este proyecto definirá los días máximos de entrega de un pedido por población, es importante mantener informado al cliente sobre los posibles cambios a los que pueda ser sometido, con la intención de seguir manteniendo una relación estrecha con el consumidor final.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

4. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

La Organización Corona es una multinacional colombiana con más de 138 años de historia empresarial dedicada a la manufactura y comercialización de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y el sector de energía. Está compuesta por cuatro Divisiones de Negocios – Baños y Cocinas; Superficies, Materiales y Pinturas; Insumos Industriales y Manejo de Energía; y Mesa Servida – y dos Unidades Comerciales que son Almacenes Corona y Comercial Corona Colombia. Corona cuenta con 20 plantas de manufactura en Colombia, 2 en Estados Unidos, 3 en Centroamérica y 3 en México, así como con una oficina de suministros globales en China. En alianza con Cementos Molins de España, se encuentra desarrollando a través de Empresa Colombiana de Cementos el negocio para la producción y venta de cemento en Colombia. Genera más de 9.000 empleos y exporta sus productos a diversos mercados alrededor del mundo, incluyendo Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Chile, Venezuela, Centro América, el Caribe, Italia, España y el Reino Unido.

4.1 División de Baños y Cocinas

La División de Baños y Cocinas está dedicada al desarrollo y fabricación de productos que conforman soluciones integrales para baños y cocinas. Opera tres plantas de producción en Colombia, dos en Estados Unidos, tres en Centro América, tres en México que cuentan con tecnología de punta y cumplen con los más altos estándares de calidad para ofrecer a sus clientes y consumidores los mejores productos con el respaldo de las marcas Corona, Grival, American Standard, Ambiance, Mansfield, Orchid Ceramics y Vortens. Ofrece una gran variedad de productos que incluyen aparatos sanitarios,

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado</p>	
---	---	---

lavamanos, accesorios, asientos sanitarios, griferías, duchas, herrajes, muebles, elementos de plomería y gasfitería y cocinas.

4.2 División de Superficies, Materiales y Pinturas

La División de Superficies, Materiales y Pinturas está dedicada al desarrollo y fabricación de productos para la construcción y remodelación que incluyen revestimientos (pisos, paredes y decorados), materiales de construcción (pegantes, boquillas, morteros, limpiadores, herramientas de instalación, estucos, yesos, pinturas, acabados texturizados, masillas tipo joint compound, masillas joint free, masillas para revoque en seco, masillas para acabados, aditivos para morteros, juntas, sellos e impermeabilizantes, entre otros) soluciones y sistemas constructivos que hacen más fácil y rápida la construcción mientras se cuida y protege la salud de la familia y la del maestro de obra.

La división de superficies, materiales y pinturas la conforma tres compañías dedicadas a productos específicos, pero todos enfocados a la construcción y remodelación. Las compañías son las siguientes:

4.2.1 Colcerámica S.A

Colcerámica S.A es una empresa de la Organización corona. Es una compañía del sector de la construcción, conformada por tres unidades estratégicas de negocio: Revestimiento, Porcelana Sanitaria y Grifería. La producción en cada una de las unidades contempla los más altos estándares de calidad y procesos de fabricación normalizados y certificados internacionalmente.

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como</p> <p>Opción de Grado</p>	
---	---	---

Actualmente la compañía tiene el liderazgo en ventas en el mercado de Colombia. Para atender la creciente demanda, ColCerámica cuenta con 7 plantas de producción, 9 centros de distribución y más de 3.300 empleados, para cubrir sus diferentes unidades de negocio. La empresa exporta a un total de 19 países en toda América, siendo sus principales destinos Estados Unidos, Canadá, Chile, Venezuela y Ecuador.

Esta compañía, aunque está conformada por tres unidades de negocio, la unidad que hace parte de la división de superficies, materiales y pinturas, es la unidad de Revestimientos. Esta unidad es la más importante dentro de la división y la que mayor demanda tiene. Revestimientos está dividido en dos grandes grupos:

4.2.1.1 Superficies

Dentro de superficies se encuentran todos los productos utilizados para revestir pisos y paredes. Cuenta con 3 plantas de producción dedicadas a la fabricación de pisos y paredes con una gama muy extensa de referencias (SKU), además, la organización Corona cuenta con 4 centros de distribución adicionales en otras ciudades que sirven como abastecimiento por zonas, en Cali y Sabanagrande se encuentran los CEDIS para toda la división, San Francisco es el CEDI para revestimientos y en Soacha es el CEDI para materiales y pinturas. Las plantas de producción también son centros de distribución (CEDI).

Todas las referencias en superficies tienen como unidad de producción una caja, en la que varía su peso y cantidad de baldosas, dependiendo de la referencia y tamaño de cada una.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

Las 3 plantas de producción y los 3 CEDI para superficies están distribuidos de la siguiente manera:

Antioquia:

Planta de Producción Girardota Revestimientos

Cundinamarca:

Planta de Producción Sopo Revestimientos

Planta de Producción Sopo Prestigio

Centro de Distribución San Francisco

Valle del Cauca:

Centro de Distribución Cali

Atlántico:

Centro de Distribución Sabanagrande

4.2.1.2 Decorados

Dentro de decorados, aunque son de igual forma productos para revestir pisos y paredes, son utilizados en menor cantidad con el propósito de embellecer, adornar o dar un mejor acabado a un espacio, como por ejemplo las cenefas que se utilizan en los baños o cocinas, para hacerlas más vivas, alegres y modernas. Todas las referencias de productos en decorados se comercializan por unidades y no es necesario que pertenezcan al mismo

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como</p> <p>Opción de Grado</p>	
---	---	---

lote de producción, ya que cada unidad es exactamente igual sin importar el momento en que sea fabricada.

Las plantas de producción de decorados es la Planta de Producción La Estrella en Antioquia, adicionalmente, cuenta con un centro de distribución específicamente para decorados, ubicado en Antioquia y se llama Centro de Distribución la Vega. Además, también cuenta con almacenamiento en los centros de distribución de San Francisco, Cali y Sabanagrande, para facilitar la distribución por zonas.

4.2.2 Suministros de Colombia (SUMICOL S.A.S)

Es una compañía perteneciente al grupo corona, la cual se dedica a la transformación de minerales no metálicos con mezclas de valor agregado y partes o moldes, para la conformación de piezas para las industrias que atiende (cerámica, pintura, construcción, agroindustria, petróleo, entre otras). Su Unidad de I+D se constituye en el año 2009 y se reconoce por Colciencias como actor del SNCTI mediante resolución 1115 de 2017, vigente hasta octubre de 2020. En esta compañía se fabrican productos como: pegantes, boquillas, morteros, limpiadores, herramientas de instalación, estucos y yesos.

Sumicol cuenta con una planta de producción y se encuentra ubicada en Sabaneta – Antioquia, se llama Planta de Producción Materiales de Construcción, además, cuenta con 3 centros de distribución ubicados en Soacha, Cali y Sabanagrande.

4.2.3 Corlanc S.A.S

Es otra de las compañías pertenecientes a la organización Corona, la cual es responsable de la producción y fabricación de pinturas, acabados texturizados, masillas tipo

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado</p>	
---	---	---

joint compound, masillas joint free, masillas para revoque en seco, masillas para acabados, aditivos para morteros, juntas, sellos e impermeabilizantes, entre otros.

Corlanc está ubicada en Rionegro – Antioquia, con una de las plantas más innovadoras del país que también es el CEDI del departamento. Adicionalmente, cuenta con cobertura en los CEDIS de Soacha, Cali y Sabanagrande.

4.3 División de Insumos Industriales y Energía

Esta División está compuesta de dos negocios. El negocio de Insumos Industriales produce insumos y materias primas para las industrias de cerámica, vidrio, pintura y agricultura. Es una fuente de competitividad para sus clientes ofreciendo un suministro de insumos y minerales estable y de un alto nivel de desempeño. A su vez, el negocio de Energía de esta División fabrica y comercializa de productos y soluciones para las empresas y distribuidores del sector de energía eléctrica e industrial, y es el distribuidor para Colombia de la línea de productos para protección y maniobra de media y alta tensión de Hyundai. Comercializa sus productos en EE. UU. a través de Gamma Insulators y desde el 2013 participa en el negocio de refractarios a través de la adquisición de la Empresa de Refractarios Colombianos (Erecos).

4.4 División de Mesa Servida

La División de Mesa Servida es uno de los fabricantes más antiguos y reconocidos de vajillas de Colombia y Latinoamérica, así mismo comercializa cristalería y cubertería para completar su oferta para la mesa servida. Produce y comercializa tres líneas de productos a través de las marcas Vajillas Corona y Ic (en México y Argentina): una para el

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como</p> <p>Opción de Grado</p>	
---	---	---

hogar con múltiples y variadas colecciones, otra institucional dirigida a atender el mercado de hoteles y restaurantes, y una de Mugs, además de productos exclusivos para marcas europeas como Churchill y Arovo.

4.5 Almacenes Corona

Almacenes Corona es la unidad comercial de Corona que comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos, amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con 38 puntos de venta a nivel nacional que además de vender la más amplia gama de productos Corona y de las mejores marcas nacionales e internacionales se especializa en la ejecución de proyectos completos haciendo más simple la remodelación, aportando valor agregado a los consumidores, facilitando este proceso por medio de asesoría personalizada, diseño computarizado, alternativas de pago y financiación, entrega a domicilio y garantía.

4.6 Comercial Corona Colombia

Comercial Corona Colombia es la Unidad Comercial encargada de las fuerzas de ventas para las Divisiones de Negocios de Baños y Cocinas y de Superficies, Materiales y Pinturas – las dos divisiones de Corona de productos de acabados para la construcción – en Colombia con el objeto de atender a los clientes y consumidores de Corona de una manera más integral y con los más altos niveles de servicio.

En la organización corona, cada división actúa como una empresa separada, ya que cada una efectúa su cadena de suministro de la forma más eficiente posible.

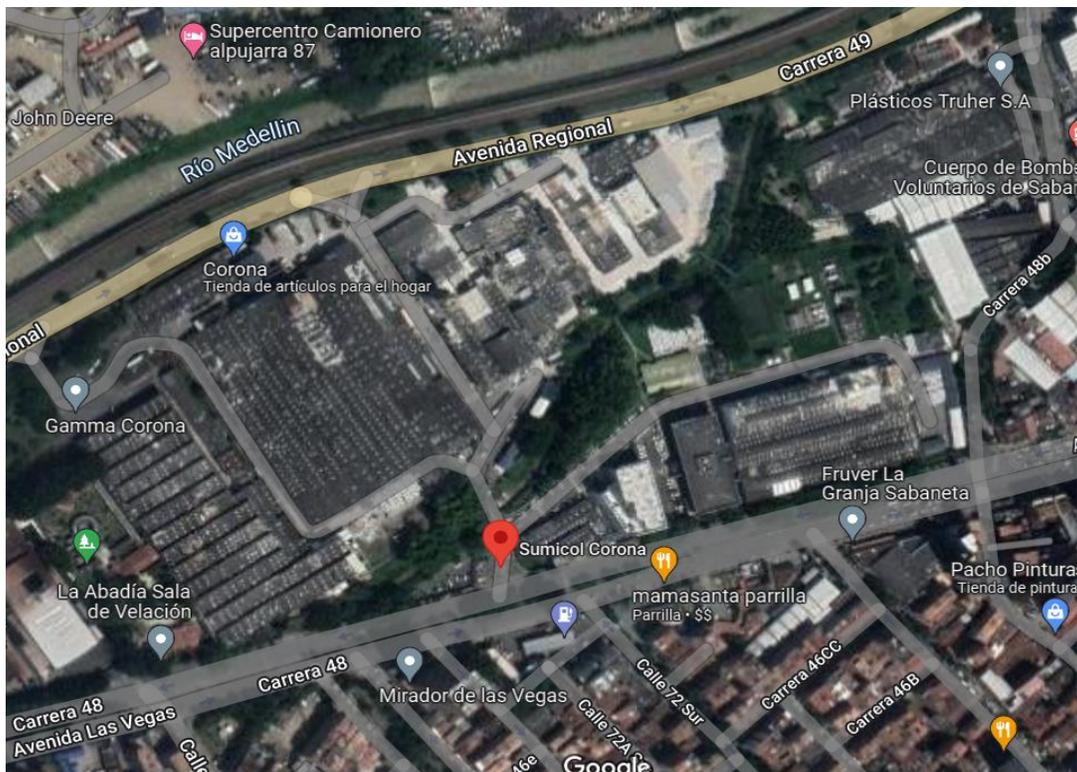


Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

corona

Adicionalmente, como cada división está enfocada a grupos de productos relacionados entre sí, pero completamente diferentes a las otras divisiones, las plantas de producción están focalizadas en lugares diferentes, pero que sean coherentes con la ubicación cercana entre plantas para cada división de negocio, es decir, existen 4 ciudades importantes para el abastecimiento de los productos de la división para el resto del país, y en cada una de estas ciudades se encuentra mínimo una planta de producción o un centro de distribución para cada una de las familias de productos.

Ubicación: La planta de Sumicol S.A.S se encuentra en la Zona Industrial de Sabaneta, departamento de Antioquia, en la Carrera 48 #70 Sur-1 a 70 Sur-163.



	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

5. HISTORIA

1881: Se crea en Antioquia, Colombia, la Compañía Cerámica antioqueña, dedicada a la producción de loza y vidrio. Los primeros 50 años de la empresa no fueron fáciles y en este periodo estuvo en manos de tres grupos distintos y cambió dos veces de razón social, primero Fábrica de Lozas de Caldas (1906) y luego a Locería Colombiana (1931).

1935: Cuando la empresa queda bajo la dirección de la familia Echavarría Olózaga, Locería Colombiana empezó a crecer y a consolidarse como la empresa ejemplar que es hoy.

1948: Se inició una rápida expansión de los negocios con la creación de nuevas empresas, cuyo conjunto se convirtió en lo que hoy es Organización Corona.

1952: Se inicia la fabricación de porcelana sanitaria en el municipio de Madrid, cerca de Bogotá.

1958: Se establece el primer distribuidor independiente para exhibición y venta de productos cerámicos, llamado Bazar Americano.

1960: Se creó Mancesa, dedicada a la producción de sanitarios, en 1963 surgió Grifos y Válvulas Grival y en 1969 la compañía comenzó a exportar sus productos a nuevos mercados.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

1963: Los accionistas de Corona crearon la Fundación Corona, enfocada en la educación, la salud, la vivienda y el desarrollo social de Colombia.

Electro porcelana Gamma S.A. fue fundada en Antioquia, Colombia para la producción de aislantes eléctricos y materiales refractarios.

1970: En la década del 70 se adquieren tornos y hornos alemanes con más capacidad de producción y Corona amplía su portafolio con la elaboración de azulejos.

1980: Se inicia el proceso de renovación de las fábricas con el montaje de la más moderna planta en Latinoamérica para la producción de revestimientos para pisos y paredes en el municipio de Sopó, vecino de Bogotá.

1994: Corona se asocia con Sodimac de Chile para desarrollar la cadena Homecenter y Constructor en Colombia, dedicadas a la comercialización de productos para el mejoramiento del hogar y la construcción.

Se desarrollan los formatos de Hipercentro y Tienda Cerámica para la comercialización de productos para remodelación.

2001: Se crea Lomesa, una empresa para la distribución de vajillas en México.

2004: Se adquiere el control de Mansfield LLC, productora y comercializadora de sanitarios en EE. UU.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

2005: El Grupo Falabella de Chile y Corona se asocian nuevamente para crear Falabella Colombia, dedicada al desarrollo de tiendas por departamento a Colombia.

Asimismo, decidieron incursionar en el negocio de financiamiento comercial y crearon CMR Falabella, que lanzó la tarjeta CMR con un novedoso modelo comercial y de servicio para los consumidores colombianos.

2006: Corona cumple 125 años. La empresa crea una nueva imagen corporativa que integra todos los negocios que conforman la Organización.

2007: Corona abre su nueva fábrica en Sopó Cundinamarca, una de las más modernas en América Latina.

2008: Corona recibe el premio Portafolio a la empresa con la mejor GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO.

2009: Gamma adquiere de LAPP Insulators el negocio de comercialización de aisladores de distribución para Estados Unidos y Canadá.

2010: Corona recibe el premio Portafolio a la empresa más innovadora del país.

2011: Corona celebra sus 130 años. Se cierra una alianza estratégica con Eternit Brasil para desarrollar conjuntamente el negocio de producción y comercialización de pinturas y materiales de construcción, inicialmente en Colombia y más adelante en otros países de Suramérica.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

2012: Gamma Aisladores Corona anuncia alianza con Hyundai Corea para ampliar soluciones para el sector eléctrico.

2013: Corona y Vista Alegre, reconocida multinacional portuguesa, firman un acuerdo con el cual Vajillas Corona se convierte en su distribuidor exclusivo en Colombia de la línea institucional. También, adquiere participación mayoritaria en las operaciones de Incesa y la marca American Standard, así como Erecos y misa, empresas con amplia experiencia en el desarrollo, fabricación y comercialización de productos refractarios de alta calidad.

2014: Corona firma acuerdo para adquirir el cien por ciento de la participación accionaria de Sanitarios Lamosa perteneciente al Grupo Lamosa en México.

2015: Se realizó un acuerdo con la empresa española Cementos Molins para la producción y comercialización de cemento en Colombia. A través de esta alianza se construirá una planta de producción en Antioquia, que tendrá capacidad para 1.350.000 toneladas anuales y generará alrededor de 220 empleos directos y 250 indirectos.

2016: Celebramos nuestro aniversario número 135 con evento en la planta de Vajillas en Caldas donde se revivió el origen de nuestra organización en 1881.

2017: Corona adquirió el 51% de Agromil, empresa colombiana dedicada a la producción y comercialización de productos a base de minerales para el sector agroindustrial.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

2018: El diseño de 5 productos de Corona fue reconocido con 7 premios internacionales, tales como Red Dot, If Desing Award, A Desing Award and Competition y con el premio GOOD DESIGN. En 2019 fue reconocida por la Revista Semana como una de las 25 empresas que han asumido, de manera exitosa, un gran liderazgo dentro de sus comunidades. En ese mismo año, se puso en marcha la planta de Empresa Colombiana de Cementos, que comenzó a comercializar cemento bajo la marca a ALION. Así mismo, se inauguró una planta de Materiales de Construcción y un centro de distribución de acabados Corona en Sabanagrande Atlántico.

Por otra parte, inauguró la plataforma de ecommerce <https://corona.co/> para compras online de acabados y materiales para la remodelación y construcción en el país.

2020: Corona adquirió una nueva planta de sanitarios en Ramos Arizpe, México, la cual contribuye con la transición tecnológica y permitirá suplir la demanda en México y Estados Unidos.

2021: celebró 140 años de historia empresarial y haciendo realidad su propósito central de mejorar vidas y transformando espacios.

2022: Corona adquirió Blackwood Industries en Estados Unidos para emplear su red de distribución de vajillas y consolida su red de retail especializado alcanzando un total de 40 tiendas de formato central corona en Colombia.

Misión: Mejorar la vida de las personas con soluciones y productos para la remodelación y la construcción, viviendo los valores corporativos y desarrollando cada una

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

de las actividades bajo la perspectiva de la triple cuenta de resultados (Gestión Ambiental, Financiera y Social), es decir, están comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta en términos sociales, económicos y ambientales. Promueven el crecimiento inclusivo y sostenible, la competitividad y la institucionalidad de los países donde operan.

Visión: Corona seguirá siendo una multinacional diversificada, enfocada en soluciones y productos para el mejoramiento del hogar y la construcción nueva, especialmente en las Américas, generando valor compartido en términos económicos, sociales y ambientales. También, atraer el mejor talento, promover el desarrollo y bienestar de sus empleados y ayudar a mejorar las condiciones de vida en sus zonas de influencia para que se garantice que las futuras generaciones puedan satisfacer sus necesidades.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

6. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

Servicio al cliente es el área con cara directa a los clientes, son los encargados de recibir sus pedidos, atender sus inquietudes y realizar un seguimiento de ellos en cuanto a satisfacción e inconformidades. Esta área es la encargada de sincronizar el área de planeación con la de logística y transporte, asegurando que el cliente tenga una buena percepción de la empresa y haciendo que sus pedidos sean despachados completos y a tiempo.

En esta área recae todo el peso de los errores que se puedan presentar dentro de la división, ya que como es la cara directa a los clientes, es la responsable de brindar el mejor servicio a los consumidores y de informar cuando algo no esté funcionando como se debe. Aunque internamente las causas de cumplimiento o incumplimiento sean identificadas y catalogadas por un área responsable, externamente, quien asume la responsabilidad es servicio al cliente.

Servicio al cliente juega un papel sumamente fundamental dentro de la división y la compañía, ya que se debe encargar de la asignación de producto manualmente de cada los pedidos que no hayan podido ser programados por el sistema. Esto se da ya que, en negocios como superficies, es necesario que la línea pedida se despache desde un mismo lote y así evitar variaciones en tonalidad o patrones de baldosas.

Además, cuando no hay una referencia en los CEDIS de dónde se debe despachar el pedido dependiendo de la ubicación de este, servicio al cliente también debe encargarse

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como</p> <p>Opción de Grado</p>	
---	---	---

de la programación de traslado del producto, buscando que llegue a tiempo para su despacho.

Como un pedido puede tener varias líneas (un cliente en un solo pedido puede pedir varios productos de diferentes referencias), servicio al cliente debe de asegurarse de generar entregas para todas las líneas de producto y así optimizar también el transporte. No tiene sentido que un consumidor pida tres referencias y le llegue en dos días solo una y dos meses después las otras dos, porque muy seguramente ya no las va a necesitar. Así mismo, servicio al cliente debe informar a los clientes cuando una referencia que solicitaron definitivamente no pueda ser despachada por disponibilidad o, no pueda cumplir con su oferta logística y así llegar a un nuevo acuerdo de entrega.

La oferta logística que tiene la compañía varía entre 3 y 8 días, los cuales dependen del portafolio que se esté ofertando o del cliente.

El área de servicio al cliente está conformada por 22 colaboradores los cuales están divididos de la siguiente manera:

1 Jefe de área de servicio al cliente

1 Colaborador de sincronización y equipo Medellín

1 Colaborador de sincronización y equipo Bogotá

2 Asesores de novedades (logística inversa)

17 Asesores de servicio al cliente, los cuales están distribuidos a los clientes por canal, subcanal y zona.

Los clientes están divididos por canal, subcanal y zona; de esta forma se catalogan y dependiendo del grupo al que pertenezcan, le corresponde un respectivo asesor. Esta división se muestra más detallada en las siguientes tablas:

Canales y subcanales División de Negocios Superficies, Materiales y Pinturas.

CANAL → SUBCANAL ↓	CONSTRUCTOR	DETALLISTAS	MAYORISTA	DIRECTOS	MODERNO
	Instaladores	Detallistas Premium	Mayorista Local	Venta a Empleados	Sodimac
	Socios Comerciales	Detallistas STD	Mayorista Nacional	Ventas Entre Compañía	Ventas Entre Compañía
	Soco Bodega	Detallistas Tradicional	Mayorista STD	Viste Tu Casa	
	Ventas Empresa Sodimac				
	Ventas Entre Compañía				

Zona de ventas División de Negocios Superficies, Materiales y Pinturas.

ZONA	NOMBRE DE ZONA
Zona 0	Zona Cundinamarca
Zona 1	Zona Centro
Zona 2	Zona Nor Oriental
Zona 3	Zona Costa Atlántica
Zona 4	Zona Sur Occidental
Zona 5	Zona Eje Cafetero
Zona 6	Zona Nor Occidental

Como se mencionó anteriormente, el área de servicio al cliente es la encargada de programar y asignar los traslados desde la planta de producción a los CEDIS cuando la disponibilidad sea deficiente y se necesite para el despacho de pedidos dependiendo de la zona. Adicionalmente, esta misma área es la encargada de las novedades y logística inversa, es decir, debe de atender los requerimientos de los clientes cuando sus pedidos

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

no llegan completos o llegan dañados o con averías. El área de servicio al cliente también debe de construir, mostrar y analizar los indicadores de cumplimiento dentro de la división, para así saber cuáles son las deficiencias que se están presentando.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

7. SITUACIÓN ACTUAL

Hoy día, los Decorados son materiales que se fabrican en la Planta de producción ubicada en la Estrella Antioquia, y estas se almacenan en el CEDI La Vega, donde posteriormente son distribuidos a todas las poblaciones de la Zona Costa Atlántica y Centro del país. Actualmente, los decorados se pueden vender por unidad, es decir, si un cliente desea 3 unidades de una referencia, estas se les atiende sin importar su peso ni tamaño. La forma de llegar a los clientes se hace por medio de “paqueteo”, lo cual se refiere a la contratación de una empresa de transporte de mercancías y paquetes a nivel nacional para que este sea el encargado de llevar el material hasta la residencia del consumidor, sin importar la zona donde se encuentre. Al cliente no se le cobra el envío de sus pedidos, por ende, este costo depende de la compañía.

La empresa de transporte actual es Saferbo, la cual se dedica a la mensajería y otros servicios logísticos a nivel Nacional. Este es el encargado de recoger el material desde el CEDI La Vega en Antioquia y entregarlo de manera oportuna a todas las zonas del país. La oferta logística actual es de 48 horas aproximadamente, ya que al ser un medio de transporte que trabaja las 24 horas, puede decirse que es rápido a comparación de otros medios convencionales de la compañía donde normalmente se debe esperar la consolidación de un vehículo completo para empezar el trayecto hacia el destino final.

Normalmente, las empresas transportistas tienen una política estricta donde los costos logísticos que se asume por parte de sus clientes dependen de la distancia del recorrido y del peso de lo que se va a trasladar. De esta manera, la Organización Corona

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

asume estos costos cuando debe enviar un pedido de Decorados, desde la Vega hasta cualquier lugar sin importar que tan lejos sea y que cantidad fue solicitada por el consumidor.

7.1 Descripción del problema

Como se mencionó anteriormente, Saferbo es el encargado de transportar los pedidos de Decorados desde el CEDI La Vega Antioquia hasta todas las poblaciones que hacen parte de la Zona Atlántica y Centro del país. Aunque esta logística parece ser la mejor en cuanto a la rapidez en la que llega el material hasta las manos del cliente, es un detonante alto en cuanto al costo de los fletes que esto conlleva.

Ya que los Decorados son referencias que se pueden pedir desde 1 unidad, la Organización Corona se arriesga a perder rentabilidad al pagar un flete en muchos casos considerablemente mayor al precio del material. En otras palabras, si un cliente ubicado en Barranquilla pide una (1) unidad de un decorado que cuesta \$4.000, muy probablemente Saferbo esté cobrando hasta el doble en llevarlo desde Antioquia hasta Barranquilla.

Es importante recalcar que cada pedido de los clientes se empaqueta y se envía de forma individual, es decir, estos no se mezclan en el mismo paquete aunque vayan para la misma población, de esta manera, Saferbo cobra conforme a sus políticas de peso y trayecto hasta el lugar de residencia de cada consumidor y cada costo de flete es cobrado de forma particular.

Actualmente no se tiene un control de las unidades mínimas que debe pedir un cliente para poderle despachar, por tal motivo, es importante revisar qué tan beneficioso es

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

para la compañía llegar a estas poblaciones tan lejanas y analizar qué factores se deben arriesgar para que exista un balance entre la venta y el costo de los fletes.

8. BASES TEÓRICAS RELACIONADAS

8.1 METODOLOGÍA DDMRP (Demand Driven Material Requirements Planning)

Es una innovadora metodología para la planificación y gestión de inventarios y materiales que permite a las compañías tener una producción acorde a la demanda real del mercado, facilitando una mejor y más rápida toma de decisiones, tanto a nivel de planificación como de ejecución. Esto se aplica de múltiples maneras (incluyendo la lista de materiales) de la cadena de suministro para facilitar la planificación y la ejecución de visibilidad integrada desde el principio hasta el fin de los procesos. La aplicación y gestión de la DDMRP ofrece numerosas ventajas a las empresas, entre ellas:

- Ofrece resultados extraordinarios que incluyen una reducción significativa de la variabilidad y un flujo de material equilibrado en sus cadenas de suministro. De esta manera, los clientes se benefician de un mayor nivel de servicio y una mayor agilidad de las cadenas de suministro, las cuales se basan en una reducción de los plazos de entrega y los costos.
- El DDMRP proporciona las herramientas de planificación y ejecución necesarias para revolucionar las cadenas de suministro de cualquier empresa, escalar adecuadamente los inventarios en lugares estratégicos de la red y amortiguar las volatilidades de la cadena en el mercado.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

- Con estos inventarios estratégicos, se desacopla toda la red de suministro y se absorben las variabilidades y volatilidades inherentes. De esta manera, se permite la visibilidad, el control, la capacidad de respuesta y la agilidad.
- Ofrece una reducción tangible de los inventarios obsoletos, excesivos y un historial probado de mejoras en el servicio al cliente.

8.2 SUPPLY CHAIN (Cadena de Suministro)

La Cadena de Suministro o Supply Chain es el proceso que se genera desde que el cliente realiza un pedido hasta que el producto o servicio ha sido entregado y cobrado. Por tanto, comprende la planificación, ejecución y control de todas las actividades relacionadas con el flujo de materiales y de información desde la compra de materias primas hasta la entrega final del producto al cliente, pasando por su transformación intermedia. Las principales fases que componen la cadena de suministro son tres:

- **Aprovisionamiento:** se refiere a cómo, dónde y cuándo se consiguen y se suministran las materias primas para la fabricación de productos.
- **Producción:** comprende la transformación de las materias primas dando como resultado los productos terminados.
- **Distribución:** esta etapa aborda las actividades que posibilitan que los productos lleguen a su destino final. Esto se logra a través de una red de distribuidores, almacenes, tiendas físicas o plataformas online.



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

corona

8.3 LOGÍSTICA

La logística son todas las actividades que permiten que una materia prima se convierta en mercancía, salga de su punto de producción y llegue al consumidor. Estas actividades logísticas consisten en la planificación de flujos, así como en el control, almacenaje, transporte y distribución del producto en puntos estratégicos.

8.4 LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

La logística de distribución es el conjunto de actividades relacionadas con la gestión de mercancías, desde que salen de la fábrica, directamente de la línea de montaje, hasta que se entregan al cliente que las ha pedido. A lo largo de este trayecto, se realizan diversas acciones de venta, transporte de la mercancía y rendición de cuentas. La logística de distribución optimiza la distribución de mercancías y trabaja para acelerar este proceso, además de hacerlo más seguro y económico. Para lograr este objetivo, es necesario cumplir con un determinado flujo de estrategias que impactan en diversas áreas de la empresa.

8.5 METODOLOGÍA KANBAN

El método Kanban se encarga de organizar el abastecimiento y la producción de bienes en procesos de fabricación que operan bajo la metodología just-in-time (JIT), que es cuando se dispone solo de la materia prima necesaria en el momento adecuado. El objetivo final es ajustar la capacidad de fabricación a la demanda para evitar el sobrestock y las esperas innecesarias entre procesos. El método Kanban es el aliado perfecto del sistema just-in-time o justo a tiempo porque:

- Permite visualizar el desarrollo del trabajo y así identificar cada fase del ciclo de producción o reaprovisionamiento con facilidad.



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**

corona

- Se puede medir el lead time entre procesos, es decir, el tiempo que se tarda en completar cada fase.
- Al enlazar las distintas etapas, funciona como un sistema de control de la producción y de los materiales disponibles en las diferentes instalaciones de almacenaje.
- Se evita caer en situaciones de sobreproducción o exceso de stock, lo que genera un ahorro de espacio de almacenaje.

9. DESARROLLO DE ACTIVIDADES

9.1 Desarrollo del objetivo #1:

Para actualizar el modelo logístico actual de Decorados, es necesario revisar información de meses precedentes y analizar cuáles son las referencias más vendidas y en qué poblaciones de la Costa Atlántica y el Centro del país se centran tales ventas, esto con la intención de realizar un seguimiento más controlado del inventario de cada SKU.

Una vez hecho el análisis pertinente, se crea un portafolio por cada Centro de Distribución. En la Zona Costa, el CEDI está ubicado en Sabanagrande, denotado también como CC35 y en la Zona Centro, está ubicado en San Francisco, y es conocido por el sistema como CC03.

Así, se tomaron 78 referencias que se despacharán a través de una orden de reaprovisionamiento desde la Vega hasta el CC35 y 83 referencias hasta el CC03.

PORTAFOLIO COSTA ATLÁNTICA	
SKU	DESCRIPCION
756101791	BASE DECO BOREAL CAFETERO MULTICO CU
605441601	BASE DECO BROOKLYN NEGRO CU
602021031	BASE DECO CAPPUCCINO BEIGE CU
602141761	BASE DECO INDI TRIANGULO CAFE CU
604091791	BASE DECO NACAR MULTICOLOR CU
607171791	BASE DECO TAMARA MULTICO CU
607251791	BASE DECO TEA TIME MULTICO CU
604741791	BASE DECORADA ALTADENA MULTICOLOR CU
604741601	BASE DECORADA ALTADENA NEGRO CU
602811791	BASE DECORADA BODEGON MULTICOLOR CU
602401031	BASE DECORADA CHIPRE BEIGE CU
602401501	BASE DECORADA CHIPRE GRIS CU
602401601	BASE DECORADA CHIPRE NEGRO CU

PORTAFOLIO CENTRO DEL PAÍS	
SKU	DESCRIPCION
316131151	BASE DECO AGUALINDA AZUL CU
605441601	BASE DECO BROOKLYN NEGRO CU
602011601	BASE DECO CAFEAMOR NEGRO CU
602021031	BASE DECO CAPPUCCINO BEIGE CU.
316151151	BASE DECO FUENTE AZUL CU
607171791	BASE DECO TAMARA MULTICO CU
607251791	BASE DECO TEA TIME MULTICO CU
602811791	BASE DECORADA BODEGON MULTICOLOR CU
602401601	BASE DECORADA CHIPRE NEGRO CU
602401761	BASE DECORADA CHIPRE TAUPE CU
604891601	BASE DECORADA COFFEE TIME NEGRO CU
602061791	BASE DECORADA DULCE CAFE MULTICOLOR CU
602821791	BASE DECORADA KOBE MULTICOLOR CU



Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado



602401761	BASE DECORADA CHIPRE TAUPE CU
602061791	BASE DECORADA DULCE CAFE MULTICOLOR CU
602821791	BASE DECORADA KOBE MULTICOLOR CU
602421791	BASE DECORADA MAROCO MULTICOLOR CU
601241791	BASE DECORADA MORISCOS MULTICOLOR CU
757181791	BASE DECORADA SALENTO MULTICOLOR CU
602801791	BASE DECORADA SALUTARE MULTICOLOR CU
271021161	BRICK AZUL NIEBLA M2 CU
271021631	BRICK AZUL PETROLEO M2 CU
271021011	BRICK BLANCO MATE M2 CU
271021511	BRICK GRIS CLARO M2 CU
271021551	BRICK GRIS GRAFITO M2 CU
271021501	BRICK GRIS METAL M2 CU
271021051	BRICK MARFIL M2 CU
271021771	BRICK TORTORA M2 CU
271021441	BRICK VERDE OLIVA M2 CU
255061151	LISTELLO BABEL AZUL CU
255061761	LISTELLO BABEL CAFE CU
269681601	LISTELLO CAFETIN NEGRO CU
269641791	LISTELLO CALENDIA MULTICO CU
267241791	LISTELLO COLOMBO MULTICOLOR CU
D92591701	LISTELLO GALESIA CAFE CU
269661791	LISTELLO PECATTO MULTICO CU
267601151	LISTELLO ROLEO AZUL CU
267601761	LISTELLO ROLEO CAFE CU
267601601	LISTELLO ROLEO NEGRO CU
437571151	LISTON AGUA CLARA AZUL CU
452781791	LISTON AMAPOLA MULTICOLOR CU
454411791	LISTON AMARANTO MULTICOLOR CU
452741151	LISTON BLU AZUL CU
436731791	LISTON BON APETIT MULTICO CU
452841791	LISTON CALAMONTE COOK MULTICOLOR CU
452731791	LISTON DAMANIA MULTICOLOR CU
459751031	LISTON ESPARTA BEIGE CU
459751791	LISTON ESPARTA MULTICOLOR CU
459771791	LISTON GACELA MULTICOLOR CU
454911031	LISTON GRECO BEIGE CU
454461601	LISTON MARACAIBO NEGRO CU
452661271	LISTON MARQUESA ROJO CU
459811791	LISTON MILCA MULTICO CU
437591791	LISTON MOLIENDA MULTICO CU
454061151	LISTON MONEL AZUL CU
459761791	LISTON MONTECARLO MULTICOLOR CU

271021001	BRICK BLANCO BRILLANTE M2 CU
271021011	BRICK BLANCO MATE M2 CU
376011001	BRICK FACHALETA ACUARELA BLANCO CU
271021511	BRICK GRIS CLARO M2 CU
271021551	BRICK GRIS GRAFITO M2 CU
271021051	BRICK MARFIL M2 CU
205371151	CUADRADO AZIM AZUL CU
319011151	CUADRADO DALLAS AZUL CU
205391791	CUADRADO FAYSAL MULTICO CU
205111791	CUADRADO IDRIS MULTICOLOR CU
205091151	CUADRADO KALED AZUL CU
205081791	CUADRADO MACU MULTICOLOR CU
205061791	CUADRADO MALIK MULTICOLOR CU
205071791	CUADRADO MUNIR MULTICOLOR CU
205101601	CUADRADO NAIR NEGRO CU
345131031	ESCALON BEIGE CU
345131601	ESCALON NEGRO CU
347931761	ESCALON PIEDRA BONITA NEGRO CU
607841601	GUARDAE AZABACHE NEGRO CU
903231761	GUARDAE MADERA TABACO CAFE CD
603011761	GUARDAE MADERA WENGUE CU
603011771	GUARDAE MADERA CEREZO CU
452781791	LISTON AMAPOLA MULTICOLOR CU
454411791	LISTON AMARANTO MULTICOLOR CU
452741151	LISTON BLU AZUL CU
452731791	LISTON DAMANIA MULTICOLOR CU
459751031	LISTON ESPARTA BEIGE CU
459751791	LISTON ESPARTA MULTICOLOR CU
459821601	LISTON ESPARTA NEGRO CU
454911031	LISTON GRECO BEIGE CU
452391791	LISTON KORE MULTICOLOR CU
454461601	LISTON MARACAIBO NEGRO CU
459761791	LISTON MONTECARLO MULTICOLOR CU
434401601	LISTON ROYAL NEGRO CU
452081761	LISTON TERRANOVA CAFE CU
454291031	LISTON ZIMBABWE BEIGE CU
309131791	MOSAICO BRONX MULTICOLOR CU
304831151	MOSAICO CRISTAL CONFETI AZUL CU
304211151	MOSAICO DESERTICO AZUL CU
309141761	MOSAICO ESCOCES CAFE CU
304151791	MOSAICO FRANCESA CUADROS MULTICOLOR CU
309081761	MOSAICO GRAN CANON CAFE CU
309081501	MOSAICO GRAN CANON GRIS CU



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

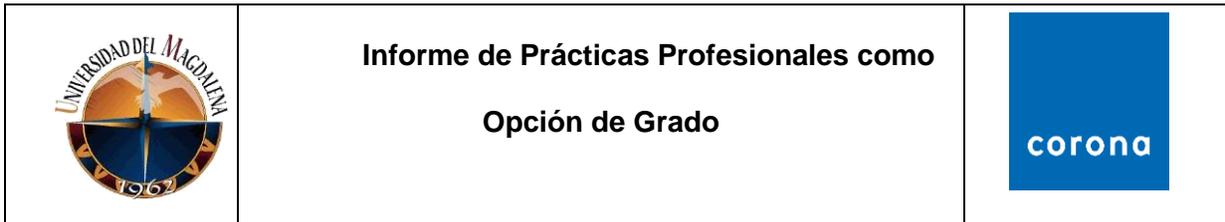


459851791	LISTON NAPOLITANA MULTICO CU
434401601	LISTON ROYAL NEGRO CU
452651791	LISTON SALPICON MULTICOLOR CU
454921031	LISTON SAMOA BEIGE CU
452081761	LISTON TERRANOVA CAFE CU
454291031	LISTON ZIMBABWE BEIGE CU
605271791	MURAL AGUAMARINA MULTICOLOR CU
605381791	MURAL BAMBU MULTICOLOR 3 PCS CU
602701791	MURAL CABO SAN JUAN MULTICOLOR 3 PCS CU
602691791	MURAL CASCADA MULTICOLOR 3 PCS CU
604331791	MURAL CAZORLA MULTICOLOR 2 PCS CU
602311791	MURAL COLONNA MULTICOLOR 2 PCS CU
601601791	MURAL DIVINO NINO 3 PCS CU
601261791	MURAL SAGRADO CORAZON 3 PCS CU
602911791	MURAL THAI MULTICOLOR 3 PCS CU
601611791	MURAL VIRGEN DE CHIQUINQUIRA 3 PCS CU
601251791	MURAL VIRGEN DE GUADALUPE 3 PCS CU
601271791	MURAL VIRGEN DEL CARMEN 3 PCS CU
206591791	PISO COLONIAL MULTICOLOR CD
206571791	PISO CUBIK MULTICOLOR CD
206581151	PISO PORTUGALIA AZUL CD
206561151	PISO URBANO AZUL CD

307881031	MOSAICO MACERATA 2 BEIGE CU
307801791	MOSAICO MACERATA MULTICOLOR CU
326111501	MOSAICO MEDIANOCHE GRIS CU
306431761	MOSAICO PERSEI CAFE CU
308031791	MOSAICO PIEDRA FRANCESA MULTICOLOR CU
307891341	MOSAICO TERRA OCRE CU
308991761	MOSAICO VALQUIRIA CAFE CU
308991601	MOSAICO VALQUIRIA NEGRO CU
605271791	MURAL AGUAMARINA MULTICOLOR CU
602701791	MURAL CABO SAN JUAN MULTICOLOR 3 PCS CU
602691791	MURAL CASCADA MULTICOLOR 3 PCS CU
604331791	MURAL CAZORLA MULTICOLOR 2 PCS CU
602311791	MURAL COLONNA MULTICOLOR 2 PCS CU
601281791	MURAL MARIA AUXILIADORA 3 PCS CU
601261791	MURAL SAGRADO CORAZON 3 PCS CU
601251791	MURAL VIRGEN DE GUADALUPE 3 PCS CU
601271791	MURAL VIRGEN DEL CARMEN 3 PCS CU
206591791	PISO COLONIAL MULTICOLOR CD
206571791	PISO CUBIK MULTICOLOR CD
206231791	PISO PARED MANDALA CAMELIA MULTICOLOR CU
206221791	PISO PARED MANDALA JAZMIN MULTICOLOR CU
206241791	PISO PARED MANDALA LIRIO MULTICOLOR CU
205621791	PISO PARED PALMI CRUZ MULTICOLOR CU
205601791	PISO PARED PALMI LIS MULTICOLOR CU
205611791	PISO PARED PALMI MARCO MULTICOLOR CU
206581151	PISO PORTUGALIA AZUL CD
206561151	PISO URBANO AZUL CD

De la misma manera, se creó un listado de las poblaciones donde se centrará el proyecto:

- **Zona Costa Atlántica:** Barranquilla, Cartagena, Ciénaga, Fonseca, Fundación, Maicao, Malambo, Riohacha, Soledad, Valledupar.
- **Zona Centro:** Bogotá D.C., Duitama, Funza, Girardot, Ibagué, Melgar, Sogamoso, Tunja, Villavicencio, Tenjo, Sopo, Soacha, Mosquera, Madrid, Facatativá, Cota, Chía, Cajicá.



Una vez consolidada esta información, se les envía a los asesores de los canales Mayoristas y Detallistas encargados de cada zona para que garanticen que cada pedido de Decorado se despache desde el centro que correspondan según los portafolios consolidados. Los materiales que no se encuentren en esos listados podrán ser atendidos desde el Centro CC12 (La Vega) sin ninguna novedad. Los asesores tienen la responsabilidad de direccionar cada pedido y monitorear los compromisos acordados con cada cliente.



Buenos días,

Chicos, les comparto el **portafolio** y las poblaciones para las que aplica el proyecto de decorados, por favor su ayuda asegurando que las líneas de pedidos de estas referencias y en esas poblaciones específicas estén direccionadas al CC03 y sean atendidas por este centro. Para las poblaciones q no se encuentren en ese listado se seguirán atendiendo por el CC12. Adicionalmente les comparto mail con la actualización de oferta logística para esta zona y %F/V permitido. Les agradezco mucho este seguimiento.

Muchas gracias y feliz día

9.2 Desarrollo del objetivo #2:

Para potencializar el negocio de Decorados, se han dispuesto ofertas logísticas distintas en cada población. Las ofertas dan una claridad al cliente de cuantos días máximo se va a demorar en recibir su paquete. A su vez, son resultado de un análisis exhaustivo entre variantes como consolidación de carga y flete/venta, quedando de esta manera:

Centro Logístico	Ciudad de atención	Oferta logística
San Francisco	Bogotá - Área Metropolitana	3 días
	Nacional Zona Centro: Duitama, Funza, Melgar, Fusagasugá, Girardot, Ibagué, Sogamoso, Tunja, Villavicencio.	8 días

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

Sabanagrande	Barranquilla - Área Metropolitana	3 días
	Nacional Zona Costa: Ciudades de atención: Cartagena Fundación Ciénaga Fonseca Maicao Riohacha Valledupar	8 días Las poblaciones de: Fonseca, Riohacha y Maicao (Depende de consolidación o % F/V)

Aunque estas ofertas logísticas son fijas para cada población, en muchas ocasiones no hay la consolidación de carga que se necesita para empezar a despachar los pedidos, para lo cual se ha dispuesto la alternativa de enviar el material por paqueteo pero teniendo en cuenta los siguientes datos de %Flete/Venta máximos permitidos:

Zona	% F/V
ZONA CENTRO	5,0% San Francisco
ZONA COSTA ATLÁNTICA	5,0% Sabanagrande

Es decir, si se debe optar por envíos de la forma convencional, se debe evaluar el costo del Flete / Venta. Si este es mayor al 5%, se debe esperar a que exista la carga suficiente para hacer el envío y para estos casos, es necesario hablar con el cliente y mencionarle los posibles retrasos.

9.3 Desarrollo del objetivo #3:

Se diseñó un modelo Kanban de reaprovisionamiento basado en la metodología DDMRP en el que se detalla el inventario de cada referencia por Centro. Recordemos que cada CEDI cuenta con un portafolio específico y cada inventario se debe obtener

	<p>Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado</p>	
---	---	---

individualmente. La disponibilidad de cada referencia se debe extraer del Software que la compañía maneja, por ende, para poder entender la gestión de toda la información que la Organización Corona emplea, es necesario aclararlo:

El término ERP (Enterprise Resource Planning) significa “sistema de planificación de recursos empresariales”. Los ERP son programas que se hacen cargo de distintas operaciones internas de una empresa, desde producción a distribución o incluso recursos humanos. El programa ERP de la Organización Corona es el software SAP (Systems, Applications, Products in Data Processing), este es un sistema informático que hace que las empresas puedan administrar correctamente sus recursos humanos, productivos, logísticos, etc. Cada línea de pedido y el estado con el que se encuentra está depositada en ese programa, en él también está todo el tema de inventarios, procesos y gestión logística, procesos y gestión productiva y de calidad, y una cantidad de información en la cual se basa el funcionamiento de la empresa.

Así, para el análisis del inventario de cada SKU Decorado, se debe bajar un reporte de disponibilidad desde SAP, donde se muestra cuantas unidades hay de cada material en ese momento. Con el Informe de disponibilidad de SAP, se crea una base de datos donde se tiene una lista de todas las referencias, su unidad base de medición, las cantidades que hay en libre utilización (disponible para asignar), Stock en tránsito (cantidades que ya se encuentran en traslados desde el CC12 hasta el centro destino) y por último, el inventario total:



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

Material	Texto breve material	Unidad medida base	Libre utilización	Stock en tránsito	Inventario Total
206561151	PISO URBANO AZUL CD	M2	34,100	27,500	34,100
206571791	PISO CUBIK MULTICOLOR CD	M2	27,500	0,000	27,500
206581151	PISO PORTUGALIA AZUL CD	M2	0,000	55,000	0,000
206591791	PISO COLONIAL MULTICOLOR CD	M2	26,400	27,500	26,400
255061151	LISTELLO BABEL AZUL CU	UN	12,000	0,000	12,000
255061761	LISTELLO BABEL CAFE CU	UN	13,000	0,000	13,000
267241791	LISTELLO COLOMBO MULTICOLOR CU	UN	33,000	0,000	33,000
267601151	LISTELLO ROLEO AZUL CU	UN	13,000	0,000	13,000
267601601	LISTELLO ROLEO NEGRO CU	UN	0,000	0,000	0,000
267601761	LISTELLO ROLEO CAFE CU	UN	10,000	0,000	10,000
269641791	LISTELLO CALENDAS MULTICO CU	UN	145,000	0,000	145,000
269661791	LISTELLO PECATTO MULTICO CU	UN	223,000	0,000	223,000
269681601	LISTELLO CAFETIN NEGRO CU	UN	127,000	0,000	127,000
271021011	BRICK BLANCO MATE M2 CU	M2	26,520	0,000	26,520
271021051	BRICK MARFIL M2 CU	M2	32,240	0,000	32,240
271021511	BRICK GRIS CLARO M2 CU	M2	127,920	0,000	127,920
271021551	BRICK GRIS GRAFITO M2 CU	M2	75,920	0,000	75,920
434401601	LISTON ROYAL NEGRO CU	UN	119,000	187,000	119,000
436731791	LISTON BON APETIT MULTICO CU	UN	62,000	0,000	62,000
437571151	LISTON AGUA CLARA AZUL CU	UN	17,000	0,000	17,000
437591791	LISTON MOLIENDA MULTICO CU	UN	179,000	0,000	179,000
452081761	LISTON TERRANOVA CAFE CU	UN	553,000	460,000	553,000
452731791	LISTON DAMANIA MULTICOLOR CU	UN	384,000	140,000	384,000
452741151	LISTON BLU AZUL CU	UN	241,000	96,000	241,000

Una vez tenemos el inventario, se crea el Modelo Kanban, el cual contiene varios parámetros importantes para determinar el inventario total de cada referencia y el modelo calculado. Estos parámetros son:

- **Modelo calculado DDOM:** “es un modelo de generación de órdenes de suministro y de ejecución operacional que utiliza demanda real en combinación con desacoplamiento estratégico y puntos de control y reservas, tiempo y capacidad para crear un sistema ágil y predecible que promueve y protege el flujo de información relevante y materiales dentro del rango operativo relevante”. (Demand Driven , s.f.)

Con este modelo, se establecen cuáles son las unidades aproximadas que se deben mantener en total (inventario + tránsito) para cumplir con los objetivos comerciales y las



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado



ventas mensuales. Para calcularlo, se crearon varias zonas que servirán de apoyo al programador de reaprovisionamiento, el momento exacto en el que debe crear la orden de los materiales y así, mantener inventario y disminuir costos en los fletes. Estas zonas son:

- **Zona roja:** indica que en inventario ya no hay unidades suficientes para satisfacer la demanda y se debe iniciar inmediatamente el proceso de reaprovisionamiento.
- **Zona amarilla:** indica que aún hay unidades pero es importante realizar seguimiento para no llegar a la zona roja.
- **Zona verde:** indica que el inventario se encuentra a tope, es decir, con las unidades que el modelo DDOM ha indicado.

SKU	DESCRIPCION	Denominación	Ciclo de Vida	SUMI	CENTRO DESTINO	UM	Tope Zona Roja IS	Tope Zona Amarilla	Nuevo Modelo Calculado DDOM Uds
267601151	LISTELLO ROLEO AZUL CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	57,27	105,39	153,52
267601601	LISTELLO ROLEO NEGRO CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	5,95	10,95	34,95
267601761	LISTELLO ROLEO CAFE CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	89,99	165,62	241,24
434401601	LISTON ROYAL NEGRO CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	16,36	30,11	47,11
436731791	LISTON BON APETIT MULTICO CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	32,73	60,23	87,73
437571151	LISTON AGUA CLARA AZUL CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	19,09	35,13	52,13
452081761	LISTON TERRANOVA CAFE CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	92,72	170,64	248,55
454061151	LISTON MONEL AZUL CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	19,09	35,13	55,13
454291031	LISTON ZIMBABWE BEIGE CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	73,63	135,51	197,38
454411791	LISTON AMARANTO MULTICOLOR CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	59,87	110,18	160,50
454461601	LISTON MARACAIBO NEGRO CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	27,27	50,19	73,10
454911031	LISTON GRECO BEIGE CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	35,45	65,24	95,04
459751031	LISTON ESPARTA BEIGE CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	144,54	265,99	387,45
459751791	LISTON ESPARTA MULTICOLOR CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	40,91	75,28	109,66
459761791	LISTON MONTECARLO MULTICOLOR CU	Decorados	Activo	CC12	CC35	UN	155,44	286,07	416,69

De esta manera, se garantiza que siempre haya unidades disponibles para cuando los clientes hagan sus pedidos, lo que permitirá cumplir con las ofertas logísticas definidas en el objetivo anterior y disminuir significativamente los fletes. El proceso de

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

reaprovisionamiento dura aproximadamente 5 días y se lleva a cabo una vez que en inventario hay pocas unidades, es decir, los valores se encuentran entre la Zona Roja y la Zona Amarilla. Estos 5 días se distribuyen de la siguiente manera:

- 1) Existe la necesidad crítica de reaprovisionamiento y se debe crear el pedido en SAP.
- 2) Se prepara la documentación correspondiente, es decir, lo correspondiente a la entrega, alistamiento, contratación y demás. El vehículo dura aproximadamente 2 días en llegar al destino.
- 3) Una vez llega el vehículo, se hace revisión de los materiales para inspeccionar que haya llegado en óptimas condiciones.
- 4) Se ingresa manualmente la disponibilidad a SAP.

Los Decorados son materiales que no pesan mucho, por ende, se opta por enviar las referencias en vehículos consolidados con materiales y pinturas. De esta manera, se garantiza que las SKU lleguen en buen estado y con más rapidez, debido a que no se necesita que exista cierta consolidación de carga de solo Decorados para poder iniciar el transporte de la mercancía.

En resumen, con este objetivo lo importante es llevar un control de cada inventario con respecto a la demanda estimada mensual. Este inventario se debe hallar cada dos días y así estar atentos a cuando el modelo solicite el reaprovisionamiento. Se anexan evidencias de los envíos de correos correspondientes por cada centro:



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado



- Para el CEDI San Francisco (CC03)

Buenas tardes Leidy, comparto el inventario disponible que tenemos del portafolio de Decorados unificado para San Francisco. Anexo archivo con el detalle por Sku's

En resumen:

- En total tenemos disponibles **12073** Uds.
- En tránsito tenemos **16021** Uds. estarían ingresando aprox. El 20 de Junio.

Valores										
Denominación	SUMI	CENTRO DESTINO	UM	Cuenta de SKU	Nuevo Modelo Calculado DDOM Uds	INV- DISPO CC03	Cant. Entrega (+) TRANSITO	Pedidos OR's Sin Despacho		
Decorados	CC12	CC03	CJ	14	1155	787	403	52	103%	
				M2	11	460	211	322	91	116%
				UN	107	24694	11075	15296	344	107%
Total general				132	26309	12073	16021	487	107%	

Cordial saludo

- Para el CEDI de Sabanagrande (Costa Atlántica CC35)

Asunto: Disponibilidad Decorados Costa-CC35 02 mayo 2022

Buenas tardes, comparto el estado de la disponibilidad para la atención de Mayordeta en la zona Costa.

En resumen:

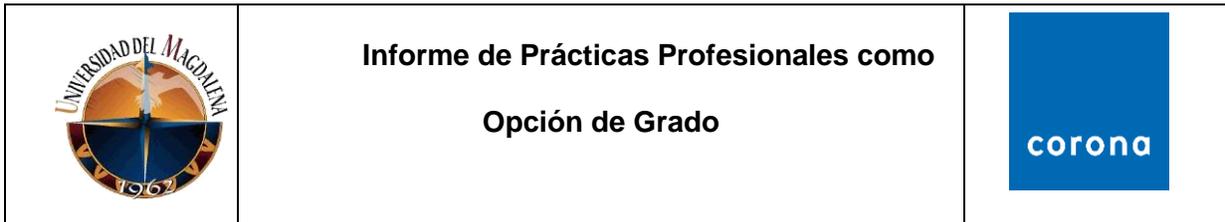
- En total tenemos disponibles **2920** Uds.
- En tránsito tenemos **4142** Uds. estarían ingresando aprox. 05 de mayo. (tenemos un retraso en los tránsitos, esperamos que ya esta semana los estemos ingresando)

Valores										
Denominación	SUMI	CENTRO DESTINO	UM	Cuenta de SKU	Nuevo Modelo Calculado DDOM Uds	INV- DISPO CC35	Cant. Entrega (+) TRANSITO	Pedidos OR's Sin Despacho		
Decorados	CC12	CC35	CJ	12	238	120	156	0	116%	
				M2	13	428	510	0	0	119%
				UN	53	6431	2290	3986	147	98%
Total general				78	7098	2920	4142	147	99%	

Muchas gracias, saludos

9.4 Desarrollo del objetivo #4:

En este objetivo, se levanta línea base de las ventas, costos de los fletes y velocidad de despacho de los últimos seis (6) meses, desde octubre del año 2021. Este servirá para conocer si la implementación del nuevo modelo está mejorando el servicio al cliente o si no está causando ningún cambio significativo.



Ventas: estas cifras son obtenidas de BI. Business Intelligence es un conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitectura técnica, los cuales están enfocados a la administración y creación de conocimiento sobre el medio, a través del análisis de los datos existentes en una organización o empresa. La Organización Corona cuenta con BI para guardar y analizar de forma ordenada toda la información de la compañía. Cada noche a las 00:00 horas, se realiza un proceso en el que se sube a BI toda la información desde el programa SAP, para unificar y organizar toda la información del día con la que se tenía anteriormente.

Así, toda la información que se requiera para cualquier tipo de análisis de datos dentro de la compañía se debe hacer por medio de bases de datos bajadas desde BI, en donde se obtiene la información en tablas parecidas a las de Excel con los datos ordenados y especificados. Estas bases de datos se bajan en forma de plantillas que pueden ser guardadas y configuradas en los equipos de la compañía, para volver a traer la información actualizada en cualquier otro momento.

Es importante saber que el análisis de datos que se puede realizar, es pertinente y coherente hacerlo hasta el día anterior al que se encuentra en curso, ya que cada noche la información en BI se actualiza con lo que pasó durante el día, así que todos los datos de “hoy” no se verán reflejados hasta mañana. Aunque la información de la facturación diaria es arrojada por BI, actualmente la compañía no tiene una plantilla donde se registre solo los datos de los Decorados, por ende, se procede a crear una que arroje los siguientes encabezados:



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**

corona

Mes
Documento Venta
Posición Documento Venta
Centro
Localidad
Canal
Subcanal distribución
Solicitante
Referencia Material
Nombre Material
Sector Material
Categoría
Formato
Fecha de creación del pedido
Fecha de Facturación del pedido
Unidades Venta Neta
Venta Neta

Una vez creada la plantilla, fue necesario entender qué información es la que me arroja cada campo para poder sacar el mejor provecho y ver el valor de la base de datos por completo, de esta forma se obtuvo el significado de cada campo:

- **Mes:** Mes del cual se haya descargado la información.
- **Documento de Venta:** Es el código de identificación de los pedidos.
- **Posición Documento de Venta:** Es el código de identificación de la línea de pedido, estos códigos avanzan de 10 en 10, es decir si un pedido tiene 3 líneas de pedido (3 referencias de producto diferente), las posiciones serán 10, 20 y 30 y están asociadas al mismo Documento de Venta.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

- **Centro:** Centro de distribución o producción donde se encuentra asignada la línea pedida, que puede estar en ubicaciones diferentes como se explicó al inicio del informe. Para este proyecto, los centros serán CC35 y CC03.
- **Localidad:** lugares donde se atenderán los pedidos, es decir, nombres de los pueblos cercanos a la Costa y Centro del país.
- **Canal distribución:** Es el canal al cual pertenece al cliente dependiendo de sus características de pedido.
- **Subcanal distribución:** Es la categoría dentro del canal en la que se incluye el cliente. Esta es la forma de segmentación de la compañía y también es la forma en que divide los clientes para poder ser asignados a cada asesor.
- **Solicitante:** Es el cliente.
- **Referencia Material:** Es el código de identificación de cada de referencia de producto dentro de la compañía. Cada Referencia tiene un código único que lo identifica.
- **Nombre Material:** Es el nombre del producto o material. Por ejemplo, el nombre de material de una referencia de decorados es LISTELLO BABEL AZUL CU y la referencia es 255061151.
- **Sector Material:** corresponde al tipo de material, es decir, si el material corresponde a Decorados, Pisos, Paredes, etc.
- **Categoría:** si el material es cerámico, base decorada, mosaico, etc.
- **Formato:** corresponde a las medidas de una unidad del material.
- **Fecha de creación de pedido:** Es la fecha en la que el cliente realiza el pedido y fue puesto en el sistema SAP para ser posteriormente procesado y asignado.



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

- **Fecha de facturación:** Es la fecha en la que el pedido es facturado. Los pedidos se facturan antes que sea cargado a los camiones, pero el mismo día de cargue, lo que asegura el tiempo de entrega dependiendo del desplazamiento de los carros.
- **Unidades Venta Neta:** unidades que se le han facturado a cada línea de pedido.
- **Venta Neta:** corresponde a la cantidad facturada por cada línea de pedido. Esta es el resultado de las unidades vendidas por el precio de cada una.

Ahora, se procede a descargar toda la información pertinente desde octubre hasta mayo, para revisar como han sido las ventas de Decorados de los clientes Mayoristas y Detallistas de la Zona Costa Atlántica y Centro del país. Teniendo en cuenta que las Ventas en cifras reales es información confidencial de la compañía, se procede a mostrar datos en porcentajes, donde el 100% es el total de las ventas en el lapso octubre – mayo:

- **Venta de Decorados desde CC12 hasta Zona Costa Atlántica:**

Etiquetas de fila	Zona Costa Atlántica
2021	
OCT	10,89%
NOV	12,44%
DIC	9,06%
2022	
ENE	11,22%
FEB	12,98%
MAR	20,91%
ABR	10,68%
MAY	11,82%
Total general	100%



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

- Venta de Decorados desde CC12 hasta Zona Costa Centro:

Etiquetas de fila	Zona Centro
2021	
OCT	17,24%
NOV	13,12%
DIC	13,84%
2022	
ENE	9,13%
FEB	12,07%
MAR	14,98%
ABR	12,95%
MAY	6,67%
Total general	100%

Se puede evidenciar que en mayo, la Zona Costa Atlántica aumentó la venta de decorados en un 1,14% en comparación al mes anterior pero que en la Zona Centro este disminuyó un 6,28%. Se deben estudiar las posibles causas de esta disminución y puede ser base para posibles investigaciones.

Costo de Fletes: los datos de los fletes se extraen de un archivo de Facturación y un archivo de Fletes por entrega mensual que son enviados por el Coordinador de Operaciones de Transporte los primeros días de cada mes. En el primero, se evidencian las líneas de los pedidos que se facturaron durante todo el mes y también, la entrega que se le generó a cada línea, lo cual sirve de insumo para conocer el costo atribuible a cada una. El segundo, es un archivo donde se registran los números de documentos de Transporte, los destinatarios, el origen y destino de cada transporte, y el costo de los Fletes por remesa. De esta manera, se cruzan los dos documentos para conocer el Flete por



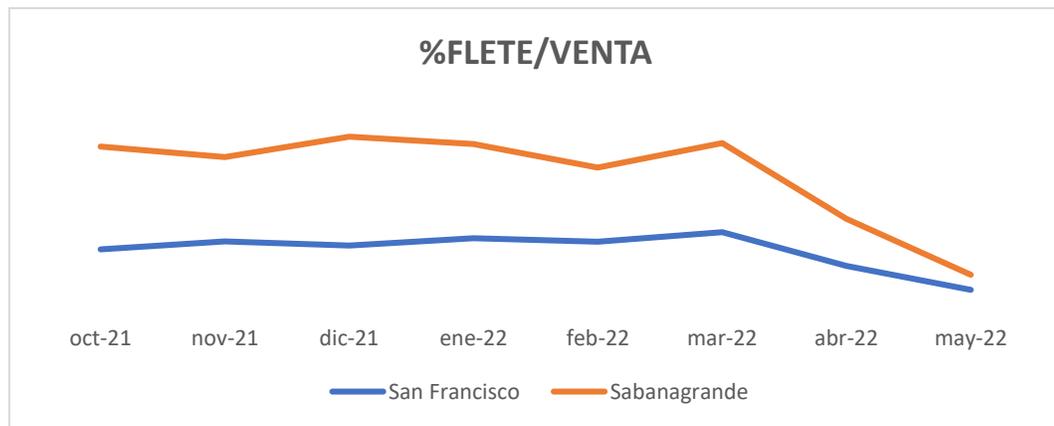
Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado

Entrega de cada pedido de Decorado y así, relacionarlo con la venta Mensual. El %Flete/Venta indica cuanto porcentaje de la venta mensual la compañía lo está destinando para pagar el transporte de sus decorados hasta la residencia de los clientes. De tal manera, entre menor sea este porcentaje, la rentabilidad es mayor.

Así como las ventas, se sacó el %Flete/Venta desde octubre y este mismo formato servirá como insumo para los siguientes meses:

%FLETE/VENTA

	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22
San Francisco	8,80%	9,59%	9,18%	10,62%	9,98%	11,13%	6,19%	2,48%
Sabanagrande	15,30%	12,59%	16,24%	14,08%	11,05%	13,28%	7,02%	2,25%
TOTAL	9,76%	10,20%	10,26%	11,48%	10,22%	11,72%	6,35%	2,40%



Velocidad: hace referencia al número de días que se tarda la compañía en entregar a los clientes Mayoristas y Detallistas cada referencia de Decorado solicitado por ellos. Estas velocidades ya se definieron en el Objetivo #2 y en este paso, se levantará también la línea base en las Localidades que hacen parte del proyecto.



Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado



- Zona Costa Atlántica:

Promedio de VELOCIDAD	Etiquetas de columna								META
Etiquetas de fila	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	
BARRANQUILLA	8	9	6	10	7	12	9	8	3
CARTAGENA	7	7	8	7	5	7	7	9	8
CIENAGA	11	9	35	46	49	144	6	29	8
FONSECA		8			136	44			8
FUNDACION				62		26			8
MAICAO	6	8	27		28	17	7	20	8
MALAMBO	18			42		5	4	4	8
RIOHACHA	17	11	12	87		30	21	14	8
SOLEDAD	12	12	13	20	15		16	45	8
VALLEDUPAR	15	14	13	25	13	11	11	9	8
Total general	9	10	10	25	14	11	10	10	

- Zona Centro:

Promedio de VELOCIDAD	Etiquetas de columna								META
Etiquetas de fila	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	
BOGOTA D.C.	8	9	8	11	5	5	4	3	3
COTA	8	6	11	9	16	13	9	3	8
DUITAMA	10	14	9	12	13	7	7	3	8
FACATATIVA	6	18	19	22	5		6		8
FUNZA	8	10	14	14	7	12	7	2	8
GIRARDOT	9	9	9	28	19	5	11	13	8
IBAGUE	7	7	8	10	4	7	7	4	8
MADRID	5	4	7	10	6	4	5	3	8
MELGAR	16	14	7	29	52			9	8
MOSQUERA		79				10			8
SOACHA	11	10	15	21	7	6	6	3	8
SOGAMOSO	12	10	13	16	12	6	8	4	8
SOPO	7	5	12	10	3	5	6		8
TENJO	7	6		3		12	5	9	8
TUNJA	8	10	10	6	7	6	5	3	8
VILLAVICENCIO	7	12	10	17	14	7	9	3	8
Total general	8	9	10	13	8	6	6	4	

Ya en este punto, se conocen las ventas, costos de los fletes y velocidad por población definida al inicio del proyecto, estos entre el lapso de Octubre 2021 – Mayo 2022. Es importante que el área de Servicio al Cliente haga seguimiento de los pedidos para que puedan ser atendidos dentro de la logística aprobada por los coordinadores y administradores de entrega, y las líneas sean direccionadas al centro que le corresponda.



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**



10. CRONOGRAMA

Se evidencian las fases llevadas a cabo durante el proyecto:

FASES	ACTIVIDAD	SEMANAS															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
FASE I Diagnóstico	Conocer el proceso de transporte actual llevado a cabo en la compañía	■															
	Bajar línea base sobre meses anteriores a Abril y crear archivo de Excel con la información																
	Analizar las zonas con mayores ventas en los últimos meses.	■	■														
FASE II Análisis de zonas y ofertas logísticas	Definir las poblaciones que harán parte del proyecto		■	■													
	Definir oferta logística de cada zona según análisis		■	■	■												
	Revisar ofertas con el área Logística para conocer qué tan probable es poder cumplir con ellas o si se necesita algún cambio					■	■										
	Documentar información de poblaciones y ofertas logísticas consolidadas					■	■										
FASE III Creación Modelo Kanban	Revisión y elección del Modelo de inventario que mejor se ajuste al proceso					■	■										
	Creación de tablas y bases de datos en Excel							■	■	■	■						
	Envío de información a los asesores										■						
FASE IV Documentación de Indicadores	Descargar Ventas, Fletes y Velocidad de los últimos seis meses											■					
	Análisis de la información, creación de tablas y gráficos representativos											■	■	■	■		
	Subir información final a la carpeta pública del área																■



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**

corona

11. ANÁLISIS FINANCIERO

Personal	Días	Salario	JORNAL	JORNAL DIARIO	Horas implementadas
Angie Sánchez	30	\$1.500.000	\$50.000	8	240

GESTIÓN DE PERSONAL O MANO DE OBRA					
#	Descripción	Jornal	Jornal en Horas	Rendimiento	TOTAL
1	Aux. Talento Humano	\$50.000	\$6.250	240	\$1.500.00
TOTAL					\$1.500.000

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

12. CONCLUSIONES

- El paqueteo es un medio de envío rápido, pero en el negocio de Decorados no es rentable debido a que en muchas ocasiones cuesta más el flete que el valor del producto enviado.
- Se logró tener un Modelo que refleja el inventario de cada referencia de Decorado que hace parte del proyecto, lo cual permite mantener controlado el llenado de los almacenes y evitar costos extras.
- Se creó un portafolio de materiales por centro, para mantener un orden por referencia y excluir de la lista los SKU obsoletos o que no generan altas ventas.
- El área de servicio al cliente logró unos cambios significativos, reduciendo en gran manera el porcentaje de flete sobre la venta de Decorados en comparación a los meses anteriores.
- Como futuras líneas de investigación se puede tomar como base el impulso de la venta de los portafolios ya establecidos, esto con la intención de que los materiales sean más atractivos al cliente y pueda haber un aumento de un 15% en las ventas mensuales.

12.1 Conclusiones personales

Una vez terminado el periodo de prácticas afirmo que fue una experiencia enriquecedora donde pude poner en práctica lo aprendido durante mi periodo académico y mucho más. Aprendí a ser más responsable, comprometida y a esforzarme para sacar adelante un puesto que, aunque al comienzo parecía complicado, ahora puedo decir que lo logré.



**Informe de Prácticas Profesionales como
Opción de Grado**

corona

Entrar al mundo laboral no es un camino fácil, sin embargo, la empresa patrocinadora me proporcionó todas las herramientas para poder mostrar genuinamente mis destrezas y desempeñarme de la mejor manera. Tuve apoyo por parte de los coordinadores y la jefe inmediata, lo cual fue fundamental para adaptarme rápidamente, tomar mis propias decisiones y hacerme responsable de ellas. Todo el sacrificio que fue necesario hacer durante los 6 meses, es recompensado con la contratación temporal de mis servicios, lo cual es motivo de felicidad para mí.

	Informe de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	
---	--	---

BIBLIOGRAFÍA

Demand Driven . (s.f.). Obtenido de <http://demanddrivenlatam.com/wp/ddom/>

Descartes. (20 de Agosto de 2021). Obtenido de <https://www.descartes.com/es/resources/blog/que-es-la-logistica-de-distribucion#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20de%20distribuci%C3%B3n%20es,cliente%20que%20las%20ha%20pedido.>

Mecalux. (20 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.mecalux.com.co/blog/supply-chain-que-es>

Sumatec. (01 de Abril de 2019). *Ímpetu Red Informativa*. Obtenido de <https://sumatec.co/impetu-red-informativa/ddmrrp-una-innovadora-metodologia-para-manejar-inventarios/>