

UNIVERSIDAD CATOLICA LUIS AMIGO

INTEGRACION DE LA MATRIZ KRALJIC EN BISO RCING

MARIANA HERRERA QUINCHIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ARUS S.A.S

INICIO DE PRACTICAS: 01 DICIEMBRE 2024

FIN DE PRACTICAS: 02 DICIEMBRE 2025

MEDELLIN

2025

Contenido

2.	Introducción	5
2.1	Introducción.....	5
2.2	Abstract.....	5
3.	Formulación ante proyecto	6
3.1	Información del contexto corporativo.....	6
3.1.1	Identificación de la empresa	6
3.1.2	Descripción de la empresa	6
3.1.3	Nombre	7
3.1.4	Ubicación	7
3.1.5	Actividad	7
3.1.6	Breve reseña histórica de la empresa.....	7
3.1.6.1	Estructura organizacional	8
3.1.6.2	Misión organizacional	8
3.1.6.3	Visión organizacional	9
3.1.6.4	Valores corporativos.....	9
3.1.7	Descripción de la empresa de su posición e importancia dentro del sector económico propio	9
3.2	Descripción y ubicación el cargo que se desempeño.....	10

3.2.1	Nombre y definición del cargo del practicante en control o intervención en su respectiva empresa	10
3.2.2	Funciones asignadas	10
3.3	Metodología Y Descripción General de las Tareas Desarrolladas	11
3.3.1	Descripción de las funciones asignadas por procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica	11
4.	Seleccionar la intervención, la mejora o el estudio de caso a desarrollar	12
4.1	Pregunta Objeto de estudio	12
5.	4.2 Objetivo General	12
6.	4.3 Objetivos Específicos	13
7.	4.4 Justificación	13
8.	4.5 Alcance del proyecto	14
8.6	Referente	16
8.6.1	Referente Espacia	16
8.6.2	Referente temporal	17
8.6.3	Referente Investigativo	17
8.7	Metodología	21
9.	Desarrollo del Proyecto: Intervención, Mejora o Estudio de Caso	
Desarrollo de Objetivos Específicos		24
5.1	Trabajo de Campo	24

9.2	Propuesta técnica.....	34
9.3	Conclusiones	36
9.4	Recomendaciones.....	38
10.	Resultados.....	38
10.1	Competencia del saber o del hacer desarrolladas en la empresa	38
10.2	Aporte a la empresa	40
10.3	Logros	41
10.4	Dificultades.....	42
10.5	Conclusiones.....	43
10.6	Recomendaciones.....	43
11.	glosario de Términos	44
12.	Bibliografías y Cibergrafías	44

2. Introducción

2.1 Introducion

El presente trabajo tiene como propósito mostrar los aportes y aprendizajes obtenidos durante el desarrollo de prácticas en el área de abastecimiento en ARUS SAS. Durante este periodo de prácticas se evidencio una oportunidad de mejora enfocada en la administración, clasificación de proveedores que están activo en ARUS. A partir de esta idea de mejora se propuso activar dentro de la herramienta de Bisourcing la matriz Kraljic la cual permitirá de manera estratégica segmentar a los proveedores según su nivel de criticidad financiera y en la cadena de suministros dentro de la organización, contribuyendo así a la toma de decisiones y una gestión más eficiente.

El estudio permitió evaluar, segmentar y analizar a los 332 proveedores activos en ARUS S.A.S en el periodo de 1 de junio del 2024 al 1 de junio del 2025 con base a unos criterios formulados, el proceso de activar la matriz kraljic dentro de Bisourcing permitió la creación de instructivos los cuales fortalecerán la autogestión, actualización y continuidad del uso de esta.

2.2 Abstract

The purpose of this paper is to show the contributions and lessons learned during the development of practices in the area of purchasing and procurement at ARUS SAS. During this internship period, an opportunity for improvement was identified, focused on the management and classification of suppliers that are active in ARUS S.A.S . Based on this idea for improvement, it was proposed to activate the Kraljic matrix within the Bisourcing tool, which will allow for the strategic

segmentation of suppliers according to their level of financial criticality and their role in the organization's supply chain, thus contributing to decision-making and more efficient management.

The study made it possible to evaluate, segment, and analyze the 332 active suppliers in ARUS S.A.S during the period from June 1, 2024, to June 1, 2025, based on a set of criteria. The process of activating the Kraljic matrix within Bisourcing allowed for the creation of instructions that will strengthen self-management, updating, and continuity of its use.

3. Formulación ante proyecto

3.1 Información del contexto corporativo

3.1.1 *Identificación de la empresa*

ARUS S.A.S es una empresa del Grupo SURA con más de 34 años de experiencia, especializada en impulsar la transformación digital a través de soluciones tecnológicas innovadoras. Gracias a su conocimiento y talento humano ARUS S.A.S ha logrado potenciar negocios, construimos confianza y crear nuevas oportunidades con para evolucionar cada día.

ARUS S.A.S, con su simplificación en sus procesos, avanza con visión de futuro y diseña experiencias únicas para enfrentar los desafíos actuales con agilidad, calidad, innovación y sostenibilidad.

3.1.2 *Descripción de la empresa*

ARUS S.A.S es una empresa líder en soluciones tecnológicas B2B en Colombia. Ofrecemos servicios diseñados para superar los desafíos y lograr

transformaciones empresariales, a través de Tecnologías Híbridas, Servicios de TI y Soluciones Digitales. Además, contamos con el respaldo de los principales fabricantes de tecnología a nivel mundial.

3.1.3 Nombre

ARUS S.A.S

3.1.4 Ubicación

Cra. 48 #20-34, Piso 11, torre 3, edificio centro empresarial ciudad del rio El Poblado, Medellín, Antioquia.

3.1.5 Actividad

- Servicios de Tecnología de la Información (TI)
- Transformación Digital
- Servicios de Consultoría informática

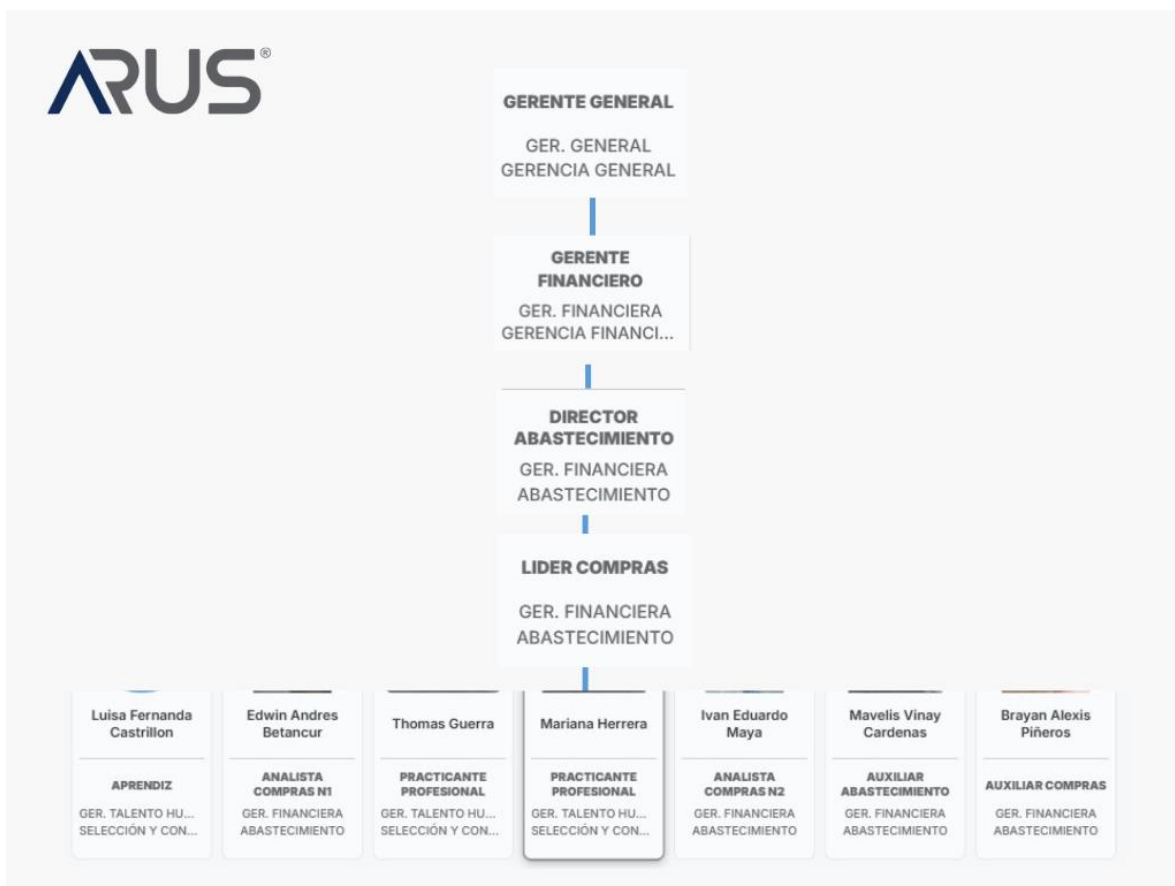
3.1.6 Breve reseña histórica de la empresa

Compuredes nace en el 1988 como una compañía que ofrece soluciones tecnológicas enfocadas en ITO (tercerización de servicios de tecnología de la información), en el 2006 nace en enlace operativo una empresa de outsourcing con el negocio de pila y nomina la cual tiene como objetivo ofrecer servicios de BPO, en el año 2011 Compuredes es adquirido por enlace operativo con el objetivo de aumentar su participación en la categoría de tercerización tecnológica, en el año 2016 ambas compañías se fusionan formando así ARUS S.A.S una compañía de tecnología que hace parte del grupo SURA con 33 años de experiencia y en el 2023

ARUS S.A.S y enlace operativo dividen sus procesos para brindar una mejor experiencia a sus clientes.

La compañía cuenta con presencia regional con acompañamiento a clientes en diferentes países como Estados Unidos, México, Honduras, Costa Rica, Panamá entre otros, a través de aliados estratégicos.

3.1.6.1 Estructura organizacional



3.1.6.2 Misión organizacional

Somos una compañía que garantiza el desarrollo integral de nuestra gente, para fortalecer el modelo de servicio y portafolio siendo una compañía innovadora que evoluciona productos, garantizando su sostenibilidad.

3.1.6.3 *Visión organizacional*

Nuestra visión en ARUS S.A.S es transformar la experiencia financiera, generando entornos híbridos basados en soluciones digitales en toda América Latina, siendo reconocidos como líderes en innovación, tecnología y servicio al cliente.

3.1.6.4 *Valores corporativos*

Unimos lo humano con lo digital

Empatía

Integridad

Pasión

Transparencia

3.1.7 *Descripción de la empresa de su posición e importancia dentro del sector económico propio*

ARUS S.A.S ocupa una posición destacada en el sector tecnológico colombiano, ofreciendo soluciones innovadoras que impulsan la transformación digital de las empresas y contribuyen al desarrollo económico del país. La importancia de la compañía en el sector colombiano se refleja en sus inversiones y crecimiento sostenido. En 2016, la empresa anunció una inversión de 2,5 millones de dólares, destinando el 70% a la transformación tecnológica, con el objetivo de potenciar la tercerización de servicios de ITO (Outsourcing de Tecnologías de la Información) y BPO (Outsourcing de Procesos de Negocio) en la región Caribe y el resto del país.

Gracias a su amplia gama de servicios como lo son la conectividad, entornos híbridos, ciberseguridad, gestión de TI, servicios para entornos de trabajo y soluciones basadas en inteligencia artificial, ARUS S.A.S es vista como una de las compañías más competitivas en el sector.

La compañía se destaca por su capacidad operativa, administrando más de 8.850 servidores físicos y virtuales, atendiendo a más de 79.460 usuarios y gestionando más de 70.946 estaciones de trabajo. Estas cifras evidencian el alcance y la relevancia de ARUS S.A.S en el sector tecnológico del país.

3.2 Descripción y ubicación el cargo que se desempeño

3.2.1 Nombre y definición del cargo del practicante en control o intervención en su respectiva empresa

El cargo que desempeño en mi rol de practicante en la empresa ARUS S.A.S es en el área de compras, donde apoyo en distintos procesos como realizar cotizaciones, aprobaciones de las solicitudes de compras; Además de esas funciones, principalmente tengo asignada desde la unidad "Hub compras" el seguimiento de todas las compras generadas en la compañía, garantizando así el cumplimiento de entrega de mercancía y facturas e informando posibles novedades de estas.

3.2.2 Funciones asignadas

- Aprobación de compras Gasto y del Core de negocio.
- Seguimiento a órdenes de compra abiertas, enfocado en los distintos grupos.
- Generación de informes

- Realización de cotizaciones

3.3 Metodología Y Descripción General de las Tareas Desarrolladas

3.3.1 Descripción de las funciones asignadas por procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica

Función	Procedimiento	Herramienta
Generación de compras Gasto y del Core de negocio.	Realizar seguimiento y aprobación de las compras del gasto y del core de negocio (SET y CICLO DE IMPRESION)	Bizagi (Plataforma donde se generan las solicitudes de compra)
Seguimiento a órdenes de compra abiertas, enfocado en los distintos grupos	Desde 2 archivos de Excel uno llamado "hubcomprasgastos" y "hubcomprassoluciones" se realiza el seguimiento de las ordenes de compras con el fin de que sean entregadas, facturadas y cerradas correctamente	Archivo de Excel, el cual se alimenta diariamente desde la herramienta SAP (Encontramos todas las ordenes de compras generadas)
Generación de informe	Empezando cada mes, se realiza un reporte donde se encuentran las órdenes de compra que quedaron pendientes por entrega o facturación.	Archivo de Excel

4. Seleccionar la intervención, la mejora o el estudio de caso a desarrollar

El presente estudio de caso se desarrollará con base en la matriz Kraljic, la cual permitirá la segmentación y categorización de los proveedores gestionados desde el área de abastecimiento de ARUS S.A.S, Poder identificar cuáles son los proveedores que impactan directamente a la compañía en términos de rentabilidad y cuáles son los que representan un riesgo en los suministros tanto para el gasto interno como para el Core de negocio.

A través de esta matriz, podremos clasificar a los proveedores de activos de ARUS S.A.S en cuatro categorías: Rutinarios, de apalancamiento, cuello de botella y estratégicos.

Implementar la matriz de Kraljic permitirá obtener una visión más clara y estructurada del comportamiento de los proveedores, así mismo del impacto que estos tienen en las operaciones diarias de la compañía tanto internas como de cara a los clientes.

4.1 Pregunta Objeto de estudio

¿De qué manera impacta la aplicación de la matriz Kraljic en las operaciones internas (Gasto) y de cara al mercado (Core de negocio) desde el área de compras?

4.2 Objetivo General

Proponer la integración de la matriz Kraljic a través de la herramienta Bisourcing para que permita la gestión oportuna de los proveedores activos en ARUS S.A.S.

4.3 Objetivos Específicos

Analizar el impacto que se tienen los proveedores según las categorías de la matriz.

Elaborar los criterios los cuales permitirán las segmentaciones de los proveedores en la matriz

Realizar un instructivo donde se evidencie el paso a paso de como clasificar a los proveedores según la matriz de Kraljic en la herramienta de Bisourcing

4.4 Justificación

La implementación de la matriz Kraljic en el área de compras se desarrolla de la necesidad de comprender mejor la influencia tanto positiva como negativa que tiene cada proveedor en las actividades operativas y económicas de la compañía. Actualmente, en ARUS S.A.S en el área de abastecimiento se cuenta con un número de 384 proveedores registrados, y aunque los integrantes del área tienen una idea del papel que cumple cada uno por su relación constante con ellos no hay una categorización clara que permita identificar su impacto real, ya sea en términos de apalancamiento, cuellos de botella, rutinarios o estratégicos.

Se puede ocasionar que, debido a la poca identificación del impacto de los proveedores, dentro del área se limite la toma de decisiones estratégicas. Por ejemplo, en escenarios donde se requiere buscar nuevos proveedores que mejoren la eficiencia por ejemplo en términos de incrementar el indicador de ahorro, o cuando se va a realizar una compra y no se tiene claridad sobre cuál proveedor es el más adecuado. No contar con esta categorización también dificulta la reacción

oportuna ante novedades como incumpliendo con los suministros o fallas en la prestación del servicio por parte de un proveedor.

El desarrollo de este trabajo es relevante porque permitirá al equipo de abastecimiento contar con una visión más clara sobre los proveedores actuales. Esto ayudará a determinar si realmente dichos proveedores aportan al apalancamiento económico y a las actividades diarias de la empresa, o si, por el contrario, generan retrocesos dentro de los procesos y es necesario realizar una depuración y explorar nuevas opciones en el mercado las cuales traigan mayor eficiencia, operatividad y mejoras en la cadena de suministro. La aplicación de la matriz Kraljic permitirá a la compañía identificar el nivel de impacto, tanto positivo como negativo, que puede generar el cambio de un proveedor. Además, facilitará la toma de decisiones, a definir estrategias, reducir riesgos y optimizar la gestión del suministro. De esta manera, la matriz contribuirá a un mejor control tanto de los proveedores actuales como de los que se ingresen en un futuro, brindando al comprador escenarios más claros para la gestión.

4.5 Alcance del proyecto

La complejidad del trabajo se considera de nivel difícil, debido a que, si bien el área de compras ha depurado gran parte de sus proveedores y el número ha disminuido, aún se mantiene un volumen considerable, pues falta eliminar y bloquear algunos en la plataforma Bisourcing que es donde se realiza la administración a los proveedores, Además por el tiempo tan reducido que tiene los comprados es complejo el apoyo en la calificación de los criterios debido al número de proveedores que se encuentran activos. El propósito de este estudio de caso es integrar la matriz

kraljic a través de la herramienta Bisourcing esto con los datos recolectados, permitiendo así la gestión oportuna de los proveedores activos de ARUS S.A.S, formulando y evaluando criterios los cuales permitan definir en que posición de la matriz va cada proveedor. Así mismo se hará el análisis y se determinará de acuerdo con la posición de cada proveedor dentro de la matriz, escenarios de impactos positivos y negativos que se pueden ocasionar con el reemplazo de un proveedor. Adicionalmente, se desarrollará un instructivo de autogestión, del paso a paso para clasificar a los proveedores dentro de la herramienta.

En cuanto a la cobertura, el impacto es significativo para el área de compras y para las diferentes áreas internas, ya que tanto los integrantes actuales como los futuros tendrán la posibilidad de acceder a una visión más clara de los proveedores que se gestionan dentro de ARUS S.A.S, así como del alcance que estos tienen dentro de esta, permitiendo fortalecer un control y seguimiento de los proveedores existentes, al igual que de los nuevos que se vayan incorporando dentro de la compañía, la utilidad que se le dará a la matriz Kraljic es a largo plazo ya que anualmente se realizara una actualización de los datos permitiendo así tener durabilidad dentro del área y la compañía.

Cabe resaltar que la implementación de la matriz no generará costos adicionales para la organización en términos monetario, dado que se utilizará a través de la herramienta Bisourcing, donde ya se encontraba disponible la pestaña de la matriz, esta forma facilitando el seguimiento y la administración de proveedores, convirtiéndose en la base sobre la cual se aplicará la matriz. El recurso

que se utilizó fue el tiempo que llevo realizar el trabajo de grados, el cual inicio en Julio del 2025.

4.6 Referente

4.6.1 Referente Espacia

ARUS S.A.S., Está ubicada en dos zonas de Medellín; Principalmente cuenta con una sede administrativa en el barrio Ciudad del Río, donde le permite estar muy bien ubicada ya que esta zona es conocida por ser un centro empresarial de la ciudad, esto permitiendo acceder varios lugares emblemáticos como lo es el metro de Medellín y sus diferentes rutas de buses, la variedad de restaurantes y lugares recreativos como lo es un parque lineal ideal para la recreación, y el reconocido Museo de Arte Moderno de Medellín (MAMM). Su segunda sede, es su centro de operaciones, el cual está ubicada en Itagüí, Antioquia, alrededor de esta zona podemos encontrar diferentes empresas y el metro de Medellín que queda cerca. Esta empresa de soluciones tecnologías cuenta con una cobertura nacional e internacional tanto de clientes como de proveedores, esto permitiéndole llevar su portafolio de negocios a todo el territorio colombiano, consolidándose como un referente en el mercado gracias a la efectividad y el cumplimiento de las expectativas de sus clientes, tanto en servicios como en suministros.

satisfacción de los clientes en cuanto a que las compras cumplan dentro de la cadena de suministros; Además, se ve la administración de los proveedores, siendo esta la primera y principal actividad del flujo de las compras.

Desde la búsqueda y administración de proveedores inicia el desarrollo de las compras, los inicios y cierres de contratos y el abastecimiento de la organización, ya que para cada una de estas actividades se debe de tener claridad de que proveedor es útil en cada escenario; de allí la importancia de la segmentación de cada uno de estos ya que permite un mayor conocimiento y el control de cada uno de ellos.

“Una correcta segmentación permite identificar posibles riesgos en la cadena de suministro. A través de la segmentación, es más fácil identificar proveedores con altos riesgos financieros, de calidad o logísticos. Comprender las capacidades y limitaciones de cada proveedor ayuda a detectar señales de alerta, como la dependencia excesiva de un solo proveedor o dificultades en la cadena de suministro, que podrían afectar a ciertos segmentos”. (par servicios integrales SAS,2024).

Para el desarrollo de la segmentación de proveedores en el área de compras, existe la matriz de Kraljic “La Matriz de Kraljic es una herramienta utilizada en la gestión de Compras para evaluar el riesgo de proveedores. Permite trabajar de manera más inteligente con los proveedores existentes, conocer el impacto en nuestros resultados de cada producto o servicio a compras y valorar a su vez el riesgo de terceros. El modelo funciona mapeando el impacto en los beneficios de

un producto en un eje y la confianza en el proveedor de ese producto en el otro”. (Villarroel, s,f).

Impacto en los resultados (Eje y): Dentro de la Matriz el eje Y indica la importancia financiera de un proveedor en la empresa, se refiere, al alto impacto que tiene el proveedor para los costos o la rentabilidad de la organización.

Riesgo de suministro (Eje x): El eje X dentro de la matriz Indica la complejidad o la dificultad de asegurar la continuidad del suministro que se manejan con el proveedor.

Los elementos que componen la matriz son:



Villarroel. (s.f). La matriz Kralkic

Proveedores rutinarios (Bajo impacto financiero – Bajo riesgos de suministro): Estos proveedores representan un bajo impacto financiero en la organización, se encuentran en abundancia. Para ARUS S.A.S los proveedores que son clasificados como rutinarios son proveedores de papelería, transporte, cáterin

o alimentos; Proveedores donde las compras en un año oscilen entre los 0 y 99 millones pesos. Son proveedores los cuales no tienen una mayor afectación dentro de la cadena de suministros, si se desea ser remplazado no generan un impacto significativo.

Proveedores de apalancamiento (Alto impacto financiero – Bajo riesgo suministro): Estos proveedores tienen en las compañías un impacto financiero considerable; sin embargo, son proveedores con poco riesgo de oferta. Para ARUS S.A.S, mucho de estos proveedores hacen parte de su Core de negocio, aquí podemos encontrar los mayoristas los cuales proveen las necesidades de cara al cliente. El monto monetario que se les hace normalmente a este tipo de proveedores en el periodo de un año en ARUS S.A.S es de 100 y 1000 millones pesos.

Proveedores cuello de botella (Bajo impacto financiero – alto riesgo de suministro): Los proveedores cuellos de botella tienen un bajo impacto financiero en las compañías, el problema con este tipo de proveedores es que son muy pocos en el mercado, generando así problema dentro de la cadena de suministros, las compras que se les hace a los proveedores cuello de botella en un periodo de un año en ARUS S.A.S suele estar entre 100 y 999 millones de pesos. Un ejemplo de un proveedor cuello de botella en ARUS S.A.S son las transportadoras

Proveedores estratégicos (Alto impacto financiero – alto impacto en los suministros): Este tipo de proveedores tienen un impacto financiero significativo en su organización, Esto demostrando que la compañía aporta una gran cantidad de dinero con estos proveedores o que están directamente relacionados con la diferenciación y las ganancias del mercado de su organización; A Este tipo de

proveedores dentro de ARUS S.A.S en un año se les puede comprar más de 1.000 millones de pesos, estos son utilizados para el Core de negocios.

La implementación de la matriz Kraljic en el área de comprar permite la optimización dentro de la cadena de suministro y protege a la empresa de escenarios inesperados los cuales atenta bajo las actividades de la empresa, Además. “La matriz de Kraljic es una herramienta muy útil para la gestión de compras, ya que permite establecer prioridades, identificar riesgos y oportunidades, mejorar la eficiencia y reducir costos. Además, permite establecer relaciones estratégicas con los proveedores clave y mejorar la colaboración para el desarrollo de soluciones innovadoras” (Zazo,2023).

4.7 Metodología

El método de investigación que será aplicada en el presente estudio de caso será hacia un enfoque cualitativo basado en la recopilación de datos como lo son el tipo de compras y los montos que se le han realizado a los proveedores durante el periodo de 1 de junio del 2024 al 1 de junio del 2025, así mismo, la información que se diligencia al momento de inscribir a los proveedores en la herramienta, junto al conocimiento que tiene cada comprador debido al tiempo que lleva en la compañía.

Se decidió tener este enfoque ya que para el desarrollo y la integración de la segmentación de proveedores dentro de la matriz de Kraljic, se construyeron una serie de criterios los cuales serán evaluados con el apoyo del área de abastecimiento en caso de que no se contara con el conocimiento y la información suficientes para ser evaluados, permitiéndonos obtener así resultados más exactos del posicionamiento de cada proveedor dentro de la matriz.

La metodología aplicada se basa bajo un enfoque subjetivo ya que en base al resultado numérico y del posicionamiento obtenido a los proveedores dará paso a dar opiniones y recomendaciones para estos proveedores; En este sentido el trabajo será desarrollado bajo un enfoque descriptivo y explicativo ya que por medio de este se busca analizar, describir y justificar por qué se realizó la categorización de proveedores de esta forma y el impacto que tuvo está en el área de compras. La técnica utilizada para el presente estudio fue por medio de reuniones semanales con el equipo de abastecimiento donde los compradores aportaron con su experiencia y conocimiento para evaluar proveedores de los cuales no se contaba con la información suficiente.

La población que participo en el desarrollo del caso fueron los integrantes del área de compras ya que por medio de las reuniones los compradores, el directos de abastecimiento y la analista de administración de proveedores, daban la aprobación de que los criterios estuvieran formulados correctamente y apoyaban en la evaluación de estos; Adicionalmente se contó con el apoyo del equipo interno de Bisourcing, ya que por medio de estos se realizó la migración de los criterios formulados a la herramienta de Bisourcing

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos fueron:

La herramienta SAP, la cual nos permitió obtener un dato primordial para la segmentación de los proveedores en la matriz, por medio de esta obtuvimos los montos de compras que se le han realizado a estos en el periodo de 01 de junio 2024 a 01 junio 2025, este dato es nuestro eje Y (Dato cuantitativo)

Nota. Se tomo este periodo ya que anualmente desde el área se hace una evaluación y depuración a los proveedores la cual inicia los 31 de junio de cada año, entonces para iniciar con este proceso la matriz debe de estar actualizada.

La herramienta de Bisourcing, a través de esta se realiza todo el tema de la administración de proveedores; La herramienta fue un gran apoyo para la realización del estudio, ya que dentro de esta ya se encuentra construida la matriz de kraljik; Al interno debíamos de construir los criterios, evaluarlos y posicionarlos en esta.

91-100	10	71	72	73	74	75	96	97	98	99	100
81-90	10	66	67	68	69	70	91	92	93	94	95
71-80	10	61	62	63	64	65	86	87	88	89	90
61-70	10	56	57	58	59	60	81	82	83	84	85
51-60	10	51	52	53	54	55	76	77	78	79	80
41-50	10	21	22	23	24	25	46	47	48	49	50
31-40	10	16	17	18	19	20	41	42	43	44	45
21-30	10	11	12	13	14	15	36	37	38	39	40
11-20	10	6	7	8	9	10	31	32	33	34	35
0-10	10	1	2	3	4	5	26	27	28	29	30
		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		0-10	11-30	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-100

	Rutinario
	Cuello de botella
	Apalancado
	Estratégico

ESCALA	PUNTAJE
Rutinario	0-25
Cuello de botella	26-50
Apalancado	51-75
Estratégico	76-100

Una serie de reuniones con cada uno de los compradores donde hacíamos el ejercicio de verificar que los criterios los cuales nos permitirían clasificar a los proveedores en la matriz estuvieran correctamente formulados, con esta parte verificada por medio de reuniones también los compradores apoyaban evaluando los criterios con los proveedores de los cuales yo no tenía mucha información para poderlos evaluar ya que cada comprador llega a tener una visión más clara de los compartimentos esto permitiendo tener un resultado más preciso de la calificación.

5. Desarrollo del Proyecto: Intervención, Mejora o Estudio de Caso Desarrollo de Objetivos Específicos

5.1 Trabajo de Campo

Formular y evaluar los criterios los cuales permitirán las segmentaciones de los proveedores en la matriz

Para el cumplimiento de este primer objetivo inicialmente se realizaron una serie de criterios los cuales fueron evaluados y ponderados con el apoyo en la aprobación de los integrantes del área, esto con el fin de poder determinar que hacía que un proveedor fuera cuello de botella, de apalancamiento, rutinario o estratégico según su actividad económica.

Los criterios realizados fueron:

Para el eje Y que es en cual se mide el (impacto financiero - cuantitativo) se tuvo en cuenta el monto de compra de cada proveedor durante el periodo de 1 año: Y se realizó una ponderación con un puntaje de 20 a 100

100: Compras de más de 1000 millones

80: Compras de 500-999 millones

60: Compra de 200- 499 millones

40: Compras de 100 - 200 millones

20: Compras de 0 a 99 millones

Nota. El monto de las compras se está tomando por el periodo de 1 año del 1 de junio del 2024 al 1 de junio del 2025

Para el eje X (Impacto en la cadena de suministros) se realizaron 9 criterios a los cuales se les distribuyo un 100%, asignándoles de esta forma una ponderación de acuerdo con el nivel de importancia y también permitiéndonos darles una puntuación a las respuestas:

1. Tiene acceso a información confidencial de la compañía (8%)

0 - NO

4 - Confidencial leve

8- Crítica

2. Impacta la correcta operación de la compañía (15%)

0 - NO

15- SI

3. Afectación a operaciones a clientes (10%)

0 - NO

10- SI

4. Tipo de servicio (10%)

0- NA

1- Remoto

10- Presencial

5. Presta servicios (10%)

0 - NO

10- SI

6. Dependencia hacia el proveedor y los servicios del proveedor (15%)

0 - No hay dependencia

15- Hay dependencia

7. Número de proveedores que pueden suministrar el bien o servicio (12%)

1-Si hay más de un proveedor

6 - Solo hay 2

12- Único

8. Core de negocio (12%)

0 -Si no es Core de negocio

12 - Si es Core de negocio

9. Dependencia logística o geográfica (8%)

0 – N/A

2 - Proveedor nacional con alta disponibilidad en Colombia.

4 - Proveedor nacional con algunos riesgos logísticos.

8 - Proveedor internacional con algunos riesgos logísticos.

Inicialmente se realizó la evaluación de estos criterios dentro de un Excel para después ser pasado a la herramienta Bisourcing, se decidió de esta forma para verificar que los resultados si tuviera concordancia con la actividad del proveedor y así evitar arrojar datos erróneos en la herramienta.

Al finalizar con la evaluación y segmentación dentro de la matriz kraljic encontramos que ARUS S.A.S cuenta con 332 proveedores activos, donde:

Estratégicos: 7 proveedores (2%)

Apalancamiento: 22 proveedores (7%)

Cuello de botella: 106 proveedores (32%)

Rutinarios: 102 proveedores (31%)

Además, se encontró que a 95 proveedores durante el periodo de 1 junio del 2024 al 1 de junio del 2025 no se les realizaron compra, así que, con estos se realizara un análisis para mirar si se bloquearan dentro de la plataforma.

No se le realizaron compra durante el 1 de junio del 2024 al 1 de junio del 2025: 95 proveedores (29%)

Analizar el impacto que tienen los proveedores según las categorías de la matriz.

Para este segundo objetivo se quiere determinar cuál es el impacto positivo y negativo para la organización en las operaciones tanto internas como externas de la compañía en escenarios donde los proveedores según su categoría en la matriz Kralijic quieren ser remplazado por algún motivo.

Dentro del área de compra para tomar la decisión de remplazar a un proveedor inicialmente se realiza bajo un análisis de datos como lo es los montos de compras que se le han realizado anteriormente, como es la comunicación con este proveedor, los incumplimientos o novedades que ha tenido en cuento a la prestación de un servicio o la entrega de un suministro, si en el mercado podemos encontrar fácilmente su remplazo.

Proveedor estratégico: En la compañía un proveedor estratégico refleja relación a largo plazo, este tipo de proveedores aporta gran valor en las operaciones tanto internas como externas permitiéndole a la compañía ser competitiva en el mercado a través de servicios y suministros. El cambio de este proveedor es difícil ya que:

Genera una alta afectación en las operaciones internas y externas de la compañía, ya que son proveedores con los cuales se tiene una alta dependencia y están directamente vinculados al Core del negocio, su remplazo generaría retrasos en la prestación de servicios a los clientes de ARUS S.A.S, así mismo, una mala imagen a la compañía con posibles retiros de clientes, ya que la adaptación de un nuevo proveedor estratégico requiere de capacitación, integración de los procesos internos y renegociación de condiciones.

Ocasiona una pérdida de ventajas competitivas en el mercado, en caso de que el proveedor remplazado fuese clave en la diferenciación del servicio de la compañía.

Pero si vemos el remplazo desde un lado positivo los nuevos proveedores estratégicos reducirían la dependencia con los que se tienen actualmente, logrando así una diversificación y mejora la gestión de riesgo ya que se tienen otras alternativas en caso de incumplimiento generando así en el mercado un valor agregado para la compañía.

Proveedor apalancamiento: Estos proveedores generan un alto impacto en la rentabilidad de la compañía, la gestión con estos proveedores incluye negociaciones de mayor criticidad, la realización de licitaciones, el análisis y reuniones con estos proveedores para optimización de costos y el aseguramiento de los suministros.

El remplazo de estos proveedores conlleva a que la compañía pierda beneficios de relaciones comerciales ya consolidadas, como por ejemplo

descuentos por un gran volumen de compras, rebate o condiciones de crédito, así mismo generando un impacto negativo en los compradores ya que interfiere en el indicador de que se tiene dentro de los procesos del área. También, se puede presentar de que los nuevos proveedores, aunque competitivo en precio, no cumpla con los mismos estándares de calidad o confiabilidad en sus suministros y servicios.

Desde los benéficos que conlleva el cambio de un proveedor de apalancamiento dentro de la compañía se tiene, un nuevo proveedor da la oportunidad de generar ahorros económicos, ya que los nuevos proveedores pueden ofrecer productos y servicios de mejores costos; Este tipo de proveedores tiene un bajo impacto negativo en la cadena de suministros debido a que el mercado hay varias opciones permitiendo así mayor posibilidad y disponibilidad al momento de negociación en precios.

Proveedor Cuello de botella: En ARUS S.A.S el número de proveedores cuello de botella durante este periodo es alto, se le debe de realizar un mayor seguimiento. Si dentro del área se desea reemplazar este tipo de proveedores esto puede generar un impacto positivo ya que, si se cambia y dentro del mercado se encuentra otros con mayor estabilidad, mayor seguridad en la entrega de los servicios y suministros, reduciéndole de esta forma a la compañía riesgos de logística o una mala imagen de cara a los clientes.

Si hablamos del impacto negativo que le puede traer a la compañía el remplazo de un proveedor cuello de botella, sería más apuntando a un riesgo de interrupción en las operaciones ya que como lo mencionaba anteriormente los

servicios y suministros de estos son limitados y el tiempo en buscar a otros en el mercado generaría un impacto en las actividades económicas de los clientes.

Proveedor rutinario: Dentro de ARUS S.A.S los proveedores rutinarios no generaría un alto impacto financiero ni tampoco dentro de la cadena de suministros y esto es positivo ya que si uno de estos proveedores se desea ser cambiando si abra un esfuerzo porque se debe de salir al mercado a buscar el remplazo, pero no generara mayor riesgo para la operación debido a la disponibilidad que se tiene de estos, el remplazo de estos apoya el proceso de depuración ya que pueden inactivar varios proveedores poco eficientes; El impacto negativo que puede traer como lo mencionaba anteriormente es leve, se presentaría retrasos dentro de las actividades diarias del comprador por temas de tramites como lo es el registro de este en Bisourcing.

Realizar un instructivo donde se evidencie el paso a paso de como clasificar a los proveedores según la matriz de Kraljic en la herramienta de Bisourcing.

A través de la herramienta Bisourcing, como se ha mencionado anteriormente, se gestiona todo el proceso de administración de proveedores: desde la solicitud para inscribir un nuevo proveedor en la compañía, la creación de los diferentes contratos, hasta el seguimiento de la documentación que cada proveedor carga en la plataforma.

Para brindar una mejor comprensión sobre cómo se autogestiona la calificación de un nuevo proveedor, a continuación, explico cómo inicia el proceso de inscripción:

Inicialmente, el usuario solicitante debe diligenciar una serie de preguntas para solicitar el ingreso y la creación del nuevo proveedor. Una vez aprobada la solicitud, el proveedor debe cargar en la plataforma una serie de documentos bancarios, financieros y jurídicos, con el fin de completar al 100% su registro en la herramienta.

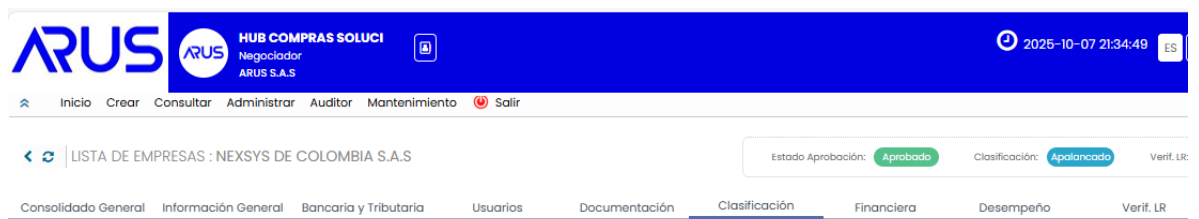
DILIGENCIAMIENTO : 88.13 %

VERIFICACIÓN : 100.00 %

Cuando esta verificado y tenga este porcentaje, significa que el proveedor ya se encuentra registrado en ARUS S.A.S y puede ser calificado en la matriz Kraljic.

Instructivo de la Matriz Kraljic

Una vez el proveedor ya este registrado y este al 100% en la matriz, visualmente dentro de la herramienta aparecerán estas columnas:



El comprador encargado de calificar al proveedor debe dirigirse a la pestaña de Calificación.

Una vez ingrese a la pestaña encontrar los 10 criterio con los cuales el proveedor va a ser calificado:

Id	Tipo	Aspecto	Valor	Observaciones
1		Monto de compras	Más de 1.000 millones	<input type="text"/>
2		Tiene acceso a información confidencial de la compañía	No	<input type="text"/>
3		Impacta la correcta operación de la compañía	No	<input type="text"/>
4		Afectación a operaciones a clientes	Si	<input type="text"/>
5		Tipo de servicio	N/A	<input type="text"/>
6		Presta servicios	No	<input type="text"/>

Al desplegar cada flecha, el comprador ver las opciones para calificar al proveedor según su actividad económica.

También podrá agregar una observación en caso de considerarlo necesario.

Todos los criterios, deberán guardar la



Al momento de guarda la información automáticamente saldrá el resultado según la calificación de los criterios de que tipo de proveedor es

Puntaje: 69.00		
Clasificación: Apalancado		
Puntaje Cualitativo: 38.00		
Puntaje Cuantitativo: 100.00		
Última Fecha evaluada: 2023-09-27		
Evaluador: IVAN EDUARDO MAYA BUSTAMANTE		
Clasificación	Desde	Hasta
Rutinario	0	25
Cuello de Botella	25	50
Apalancado	50	75
Estrategico	75	100

En este cuadro se refleja la calificación obtenida por el proveedor tanto en el eje Y como en el eje X, así como su posición dentro de la matriz. En este caso, durante el periodo comprendido entre el 1 de junio de 2024 y el 1 de junio de 2025, el proveedor A se clasifica como un proveedor apalancado dentro de ARUS.

Al completar este último paso y obtener el resultado, el comprador realiza un análisis para verificar si los resultados coinciden con la actividad económica del proveedor, con el fin de asegurar el asertividad de la información.

5.2 Propuesta técnica

Como parte del proceso de prácticas y con el propósito de identificar una mejora dentro del área de abastecimiento en ARUS S.A.S, se evidencio que dentro del área no se tenía una identificación clara del impacto negativo y positivo que ejerce los proveedores actualmente activos en los procesos internos y de cara al Core de negocios.

El problema radicaba en que, al momento de que un comprador debía tomar la decisión de reemplazar a un proveedor o buscar nuevas alternativas en el mercado debido a una variedad de escenarios que ocurrían con estos o porque simplemente se quería otras alternativas, los compradores no contaban con las

bases e información necesarias para tomar dichas acciones ya que desconocían el nivel de impacto que estos tenían dentro de la compañía o los posibles riesgos que se podían ocasionar en caso de utilizar más los servicios del proveedor. Asimismo, cuando ingresaba un integrante al área resulta complejo comprender qué tipo de proveedores hay dentro de la compañía y cuál es su impacto.

Con base en lo anterior para iniciar la mejora dentro del área, comenzamos llevando a cabo una reunión con el equipo interno de Bisourcing y sus ingenieros, en la cual se explicó el funcionamiento de la matriz Kraljic dentro de Bisourcing y se presentaron ejemplos de cómo otras empresas la tenían implementada, esto permitió tener una visión más clara sobre la formulación y evaluación de los criterios.

Posterior a la reunión con el equipo interno de Bisourcing, se realizó una reunión al interno esto con el fin de definir la manera en la que debía de ir orientados la estructura los criterios y como se debían de desarrollar. Una vez esto definido, se inició con la formulación de los criterios, al tener estos ya completados se realizó una reunión con el líder y el director de abastecimiento, junto con la analista de administración de quienes revisaron y aprobaron la formulación de los criterios.

Tras la aprobación de los criterios, se programó nuevamente una reunión con el equipo de Bisourcing para migrar los criterios a la herramienta e iniciar con la evaluación de cada proveedor. Para evaluar a los proveedores activos en ARUS S.A.S se debe de identificar la actividad que desarrollaba cada uno dentro de los procesos de la organización, para esto se consideraron variable como el tipo de compras que se les realiza, sus montos y la información que se diligencia al momento de inscribirlos en la plataforma. Teniendo esta información se procedió a

evaluar y categorizar a los proveedores con el apoyo de los integrantes de compra por medio de reuniones periódicas las cuales permitieron complementar la información de algunos proveedores cuya actividad e información no era clara. Una vez evaluados todos los proveedores se realizó una reunión donde se validó por las mismas personas que aprobaron los criterios esto con el fin de confirmar de que todos los proveedores hubieran sido clasificados correctamente.

Una vez completada la primera fase que era la formulación de los criterios, su migrarlos a Bisourcing y evaluación de los proveedores. Se procedió a realizar el análisis sobre los escenarios positivos y negativos que podrían presentarse en caso de que algún proveedor fuera reemplazado según su posición de la matriz Kraljic, esto permitiendo tener una visión más clara del impacto que tendría cada decisión dentro de la operación.

Finalmente, se identifica la necesidad de crear un manual instructivo el cual permitirá la autogestión del proceso de calificación de proveedores, este manual facilitara la evaluación de nuevos que se inscriban dentro de la plataforma, además, garantizara la actualización anual del dato de las compras (Eje y) que se le realizaron al proveedor, considerando que los montos de compras varían de un periodo a otro.

5.3 Conclusiones

La implementación de la matriz Kraljic dentro del área de abastecimiento promete traer benéficos significativos dentro de los procesos internos y al Core de negocios, convirtiéndose en una herramienta de apoyo para la toma de decisiones

y el diseño de estratégicas en cuanto de los proveedores. Esta matriz, le brindo a los compradores una visión más clara del impacto que tiene cada proveedor operativo, financieramente y dentro de la cadena de suministros. A través de esta fue posible organizar e identificar a los proveedores activos en ARUS S.A.S según su criticidad. Así mismo, se identificó a aquellos proveedores los cuales no tenían compras durante el periodo de 1 de junio del 2024 y 1 de junio del 2025, esto permitiendo su depuración y bloqueo, manteniendo así la base de datos de proveedor inscritos en ARUS S.A.S actualizada.

La segmentación de la matriz no solo brindo mayor claridad en el rol y la criticidad de los proveedores, sino que también se convirtió en una herramienta dinámica para el análisis, su aplicación nos permitió construir escenarios de impacto negativos y positivos ante la posibilidad de que algún proveedor fuese remplazado. este ejerció de análisis nos permitió comprender la importancia de construir relaciones estables y estratégicas con los proveedores que benefician y aportan valor a los objetivos actuales de ARUS S.A.S, así mismo permitió la replantación de los proveedores que actualmente generan brechas dentro de los procesos.

Los resultados alcanzados a través de la matriz Kraljic permiten la construcción de bases sólidas para futuras estrategias en el área de abastecimiento, fortaleciendo de esta forma la imagen y los procesos de la compañía. De igual manera, este avance permite posicionar al área como un aliado estratégico para el cumplimiento de los objetivos.

5.4 Recomendaciones

Se recomienda que al momento de registrar un nuevo proveedor se le realice la calificación de este, para así evitar la acumulación de proveedores por evaluar ya que esto genera retrasos y llega a ser tedioso cuando se acumula una gran cantidad.

Así mismo, que se cumplan con la actualización anual de los datos, especialmente en el eje Y, ya que esta acción permite mantener una visión clara y precisa sobre la posición de cada proveedor dentro de la matriz y la organización, se debe de tener presente que la variación en los montos de compras influye en el posicionamiento de los proveedores, por lo que mantener la información actualizada permite en el diseño de estrategias más basada en hechos; De igual manera se sugiere que la calificación de los proveedores se realice de forma consciente.

Finalmente, se recomienda realizar un análisis trimestral de los proveedores registrados en la compañía, esto con el fin de que se identifique, bloquee y depure a aquellos proveedores que ya no tienen actividad o relevancia dentro de los procesos de ARUS S.A.S; Esto permitirá tener dentro del área una base de datos actualizada, facilidad en la calificación y actualización.

6. Resultados

6.1 Competencia del saber o del hacer desarrolladas en la empresa

Negociación: Dentro de las funciones que realice en el proceso de Hub de compras desarrolle significativamente mi habilidad para la negociación con

proveedores, ya que al inicio de las practicas asumía el rol de negociadora “acomodadora”, es decir, que cedía ante las otras partes. Sin embargo. Con el tiempo, la práctica y la confianza que me daban desde el área de seguir negociando desarrolle la habilidad de ser una negociadora “colaborativa” buscando que en cada negociación se generara un beneficio mutuo.

Liderar procesos y reuniones: Durante mi año de prácticas tuve la oportunidad de preparar y liderar reuniones de capacitación, seguimientos semanales y mensuales, permitiéndome fortalecer mi habilidad en planeación y presentación de informe. Además, se me permitió liderar y mejorar los procesos de seguimiento del Hub de compras aportando así a una mayor eficiencia y al cumplimiento de los objetivos que se tienen dentro del área.

Análisis de datos: El desarrollar actividades como el análisis de una novedad en facturas, cotizaciones, aprobación en una solicitud de compra y de los seguimientos diarios a las órdenes de compra; Fortaleció mi habilidad analítica, este proceso me permitió tener una visión más reflexiva y critica dentro de los procesos, aprendiendo a cuestionar el cómo y por qué.

Mayor capacidad de manejo de Excel: Al inicio de las practicas contaba con un Excel intermedio, sin embargo, con el uso de la herramienta, la mejora de archivo y el apoyo de mis compañeros logré gestionar de mejor forma el Excel permitiéndome aprender nuevas fórmulas y optimizando los procesos.

Comunicación asertiva: El desempeño de mis labores dentro del proceso de Hub de compras me permitió desarrollar y potencializar mis habilidades

comunicativas, mejorando mi dialecto y mi capacidad de expresión, ya que a diario con la interacción constante con proveedores y usuarios internos en temas relacionados al estado de las ordenes de compras su despacho y facturación logre desarrollar una comunicación mas clara y asertiva.

Manejo de ERP: Aprendí y logré desarrollar un buen manejo de las herramientas que se utilizan dentro del área de abastecimiento como lo es SAP, Bizagi y Bisourcing, esto me permitió ejecutar de forma más autónoma mis funciones y contribuir al cumplimiento de los objetivos del área.

6.2 Aporte a la empresa

Indicador de ahorro: El indicador de ahorro dentro de área de compra y abastecimiento es uno de los más importante, ya que permite medir a final de cada mes el ahorro obtenido en cada negociación esto con el fin de alcanzar una meta a final de año. Durante mi periodo de prácticas gracias a la gestión y acompañamiento dentro de las negociaciones que realice, logre aportar un ahorro aproximado de 11 millones de pesos, contribuyendo de manera significativa al área y optimización de los recursos de la compañía.

Mejora en archivos de Excel: Como parte de mis funciones en los seguimientos de las órdenes de compra, realice mejoras en los archivos de Excel implementando la automatización dentro de estos para facilitar el uso de este. Además, elabore un manual de uso para los usuarios internos de la empresa para permitirles la correcta interpretación y manejo de archivo, con esto se logra el aprovechamiento de la herramienta.

Manuales del proceso de Hub de compras: Desarrollo la documentación de varios manuales los cuales explican detalladamente el funcionamiento del proceso del Hub de compras, esto con el fin de que las personas que ingresaran a desempeñar el cargo tuvieran unas bases de como realizarlo, entre los manuales que realice se destacan:

Manual para la actualización diaria de los archivos del Hub de Compras administrativo (Gasto interno) y de soluciones (Core de negocio).

Manual sobre el ingreso y uso de las plataformas de los proveedores del Core de negocios, esto para realizarle seguimiento a los órdenes de compra que se tiene con cada uno.

Manual para la elaboración de los cuadros de seguimiento para las reuniones semanales que se tiene con los compradores y mensuales con el director de compras.

Manual para el seguimiento que se hacen a inicios de cada mes de las ordenes de compras abiertas.

6.3 Logros

Durante mis prácticas logre fortalecer varias habilidades personales y profesionales. Uno de los principales logros fue el desarrollo de una mejor comunicación y dialogo asertivo en los diferentes espacios con los usuarios internos y los proveedores.

Así mismo, fortalecí mi capacidad de ser más analítica, una de las habilidades que más deseaba fortalecer, gracias al análisis constante de datos y situaciones que se presentaron dentro del área. conocí y adquirir un dominio de las

herramientas de gestión que se utilizan dentro del área como por ejemplo SAP que, aunque al principio se me dificultó y representaba un reto, logré comprenderlo y aplicarlo de manera eficiente dentro de mis labores diarias.

El área de abastecimiento por su dinámica y metodología, me permito desarrollar la habilidad de gestionar el tiempo y de priorizar lo más importante. Además, comprendí cómo el funcionamiento la cadena de suministro de proveedores tecnológicos, ampliando mis conocimientos en términos terminología contables y aduaneros.

6.4 Dificultades

Una de las principales dificultades que enfrente, especialmente en la fase inicial de las practicas, fue la adaptación a los procesos internos de la empresa ya que ARUS S.A.S al ser una empresa de soluciones tecnológicas utiliza una terminología específica y aún más en el área de compras; Esto represento un reto al momento de aprobar las solicitudes de compras ya que era necesario comprender el contexto en que se estaba realizando la compra y se debía determinar si era necesaria para la compañía.

Así mismo, una de las dificultades que tuve al inicio durante mi adaptación en el proceso del Hub de compras fue la comunicación y el entendimiento de las actividades que desarrollaba cada proveedor; Ya que al tener a cargo el seguimiento del gasto interno y del Core de negocio y considerando el alto número de proveedor que ARUS S.A.S tiene activos fue un reto llegar a establecer una relación con ellos.

6.5 Conclusiones

A través de mis funciones, responsabilidad y la confianza que me delegaron durante mi periodo de prácticas en ARUS S.A.S, tuve la oportunidad de desarrollar múltiples habilidades blandas y técnicas con las que no contaba antes de ingresar a la compañía. Me permitió conocer más a fondo cómo se comportan los procesos internos de una empresa.

Realizar mis prácticas en área de abastecimiento me permitió conocer la importancia que tiene el área para las empresas, ya que inicialmente no tenía un conocimiento sobre las funciones que se realizaban dentro de ella, logré evidencia que dentro de esta se desarrolla un sin fin de proceso importante para la compañía y sus objetivos, siendo la encargada de abastecer todas las necesidades internas y de cara a los clientes, Además. Desde el área se gestiona la administración de los proveedores contribuyendo así a la imagen sólida.

Asimismo, conocí que a través del área de compras se genera de valores agregado, entre ellos y puede llegar hacer uno de los más importante es traerle un beneficio económico a la compañía a través de los ahorros en las negociaciones. Finalmente, esta experiencia, me permitió fortalecer mi capacidad del trabajo en el equipo.

6.6 Recomendaciones

Se recomienda que los integrantes del área sigan con el proyecto de la “Ruta Crítica” el cual consiste en que se documente a través de manuales los proceso que tiene cada uno a cargo, esta iniciativa es de gran valor ya que permite que los demás integrantes del equipo cuenten con el conocimiento y las bases sobre las funciones

de los demás compañeros, garantizando la continuidad de los procesos en caso de ausencias.

7. glosario de Términos

Core de negocios: Son las operaciones principales de la compañía

Bisourcing: Herramienta donde se realiza el proceso de administrar y registrar la documentación de los proveedores

SAP: Herramienta informática la cual permite el procesamiento de los datos (órdenes de compra o facturas).

8. Bibliografías y Cibergrafías

ARUS S.A.S soluciones tecnológicas. (2024). En esta oportunidad, nos acompañaron Forrest Liu, CEO Huawei Colombia, Odin, Presidente Huawei EBG Colombia, Liyang. Soluciones tecnológicas que transforman | ARUS

Par servicios integrales SAS. (2024). Segmentación de Proveedores: Mas eficiencia, Menor cantidad de riesgos. <https://www.parservicios.com/segmentacion-de-proveedores-mas-eficiencia-menor-cantidad-de-riesgos/>

Villarroel. (s.f). La matriz Kralkic. <https://forsitis.es/matriz-de-kraljic/>

Sale Business School. (2023). La Matriz de Kraljic y su aplicación para evaluar a proveedores en el Departamento de Compras. Matriz de Kraljic. Sales Business School