

# **Propuesta de mejora en Trade Marketing para Grupo BIOS**

Yohan Andrés Vargas Galvis

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencia Económicas, Administrativas y Contables

Administración de Empresas

Propuesta de Mejora Para la Empresa Comercial + BIOS

Envigado, Colombia

16 de abril de 2024/ 15 de abril del 2025

## Contenido

Introducción .....	5
Resumen .....	6
Formulación Anteproyecto.....	7
Información del Contexto Corporativo.....	7
Grupo Bios / Operadora Avícola de Colombia S.A.S.....	7
Trade Marketing.....	10
Descripción del cargo .....	11
Nombre del cargo.....	11
Funciones asignadas.....	11
Metodología y descripción general de las tareas desarrolladas .....	11
Propuesta de Mejora.....	12
Pregunta Objeto de Estudio .....	13
Objetivo General .....	13
Objetivos Específicos .....	13
Justificación .....	14
Alcance del proyecto .....	15
Referentes .....	16
Referente Espacial .....	16
Referente Temporal .....	16
Referente Teórico.....	17
Metodología.....	19

	3
Desarrollo y Resultados .....	21
Trabajo de Campo .....	21
Propuesta Técnica.....	25
Conclusiones del Proyecto.....	33
Recomendaciones .....	34
Formalizar los procedimientos propuestos .....	34
Asignar responsables.....	34
Capacitación continua del equipo .....	35
Optimizar la estructura de almacenamiento digital.....	35
Extender gradualmente el uso de las herramientas .....	35
Incluir la propuesta en planes de mejora institucional .....	35
Resultados .....	36
Competencias Desarrolladas.....	36
Aportes a la Empresa.....	36
Logros.....	37
Dificultades.....	37
Conclusiones Generales.....	37
Recomendaciones al Practicante.....	38
Glosario .....	39
Trazabilidad .....	39
Power BI.....	39
Dashboard.....	39

	4
Outsourcing .....	40
Acta digital .....	40
Ficha técnica de inventario .....	40
Sistematización .....	40
Accesibilidad .....	40
Automatización de Procesos.....	40
Sustentabilidad.....	40
Sostenibilidad .....	41
Digitalización.....	41
Bibliografía.....	42

## Introducción

La gestión eficiente de los activos y materiales utilizados en procesos operativos representa un desafío constante para las organizaciones, especialmente en áreas como Trade Marketing, donde la ejecución de eventos y activaciones requiere un control riguroso de inventarios y trazabilidad. En este contexto, la alta rotación del personal de outsourcing, el uso excesivo de archivos físicos y la falta de sistematización en los procesos han evidenciado una necesidad urgente de transformación digital en la División de Operaciones y BTL de la empresa intervenida.

Este proyecto surge como una iniciativa de intervención orientada a mejorar los procedimientos de control y seguimiento del inventario de activos fijos y materiales promocionales, mediante la implementación de herramientas digitales que respondan a las dinámicas y particularidades del entorno operativo. La intervención se desarrolló bajo un enfoque cualitativo e interpretativo, con una participación activa del equipo operativo, y se estructuró a partir de la identificación de los principales puntos críticos del proceso, el diseño y validación de soluciones tecnológicas, y la capacitación progresiva del personal en su uso.

A lo largo del desarrollo del proyecto, se aplicaron metodologías de análisis, observación directa, entrevistas semiestructuradas y revisión documental, así como herramientas como la matriz FODA y prototipos funcionales en Excel, Power BI y aplicaciones móviles. Todo ello con el propósito de generar una propuesta que no solo permita reducir el uso del papel y mejorar la trazabilidad, sino también fortalecer la cultura de control y responsabilidad compartida dentro del área de operaciones.

El resultado ha sido un conjunto de procedimientos y herramientas que, si bien requieren ser institucionalizados, han demostrado su aplicabilidad y potencial para optimizar la gestión logística, facilitar la toma de decisiones y alinear la operación con los objetivos de transformación digital de la organización.

### **Resumen**

Este proyecto de intervención se desarrolló en la División de Operaciones y BTL del área de Trade Marketing de Grupo Bios, con el objetivo de proponer procedimientos y herramientas digitales que mejoraran el control del inventario de activos fijos y materiales utilizados en activaciones, reduciendo la dependencia de archivos físicos. A través de un enfoque cualitativo e interpretativo, se identificaron las principales debilidades del proceso actual, caracterizado por la falta de trazabilidad, el uso excesivo de papel y la alta rotación del personal encargado.

Durante un periodo de doce meses, se llevaron a cabo actividades de observación directa, entrevistas semiestructuradas, análisis documental y sesiones colaborativas con el equipo operativo. Se diseñaron e implementaron soluciones digitales como hojas de control en Excel, carpetas organizadas en la nube, una aplicación móvil para la firma de actas digitales (Sign Documents) y tableros dinámicos en Power BI. Estas herramientas permitieron mejorar el registro, seguimiento y análisis de la información relacionada con el préstamo de activos y materiales.

Asimismo, se promovió la participación activa de los colaboradores, quienes recibieron capacitaciones quincenales y retroalimentación constante sobre el uso de las herramientas implementadas. Aunque la propuesta quedó en manos del equipo para su ejecución sostenida, se

logró comprobar la funcionalidad de los procedimientos propuestos y fortalecer la base para una transformación digital alineada con las necesidades reales del proceso logístico.

## **Formulación Anteproyecto**

### **Información del Contexto Corporativo**

#### ***Grupo Bios / Operadora Avícola de Colombia S.A.S***

Grupo Bios es un grupo empresarial, líder del sector agroindustrial en Colombia, que cuenta con múltiples empresas enfocadas en una actividad económica del sector agro que garantizan la presencia en cada eslabón de la cadena de proteína. Desde la genética animal, la alimentación balanceada de animales y producción de proteína para consumo humano.

“Participamos activamente en todos los eslabones de la cadena de proteína, estando presente en todos los momentos de vida de nuestros consumidores”. (Grupo Bios, s.f.).

**Dirección de la Oficina.** carrera 48 #26A sur 181 Centro Integral Las Vegas, oficina 121, Envigado (Antioquia).

**NIT.** 891. 401.858-6.

Si bien, los practicantes profesionales son contratados por Operadora Avícola de Colombia S.A.S, (empresa en la cual se gestiona la unidad estratégica de producción de carne de pollo), el desarrollo de la práctica y la propuesta de mejora se realizó para la empresa **Comercial + Bios**, empresa encargada de la venta y comercialización de los productos de consumo masivo de la organización, a través de los distintos canales de distribución.

**Misión organizacional.** Grupo Bios, expresa el compromiso de sus empresas con el bienestar laboral, destacando su reputación y liderazgo en el sector agroindustrial colombiano.

*“Queremos ser la mejor opción laboral del sector agroindustrial, nos preceden nuestra excelente reputación y liderazgo en el desarrollo del campo colombiano”.* (Grupo Bios. s.f.)

**Visión.** La organización se proyecta en seguir el liderazgo e impacto en el sector agroindustrial colombiano para 2026.

*“Para el año 2026 mantendremos el liderazgo en el sector agroindustrial en Colombia nutriendo a más de 23 millones de personas y 3 millones de animales de compañía generando un impacto positivo”.* (Grupo Bios. s.f.)

**Valores Corporativas.** Con el acrónimo P-A-S-E-O, la compañía fomenta sus valores como parte de la estructura de su cultura organizacional. Según Grupo Bios, *“Nuestros valores son nuestro ADN”.* (s.f.)

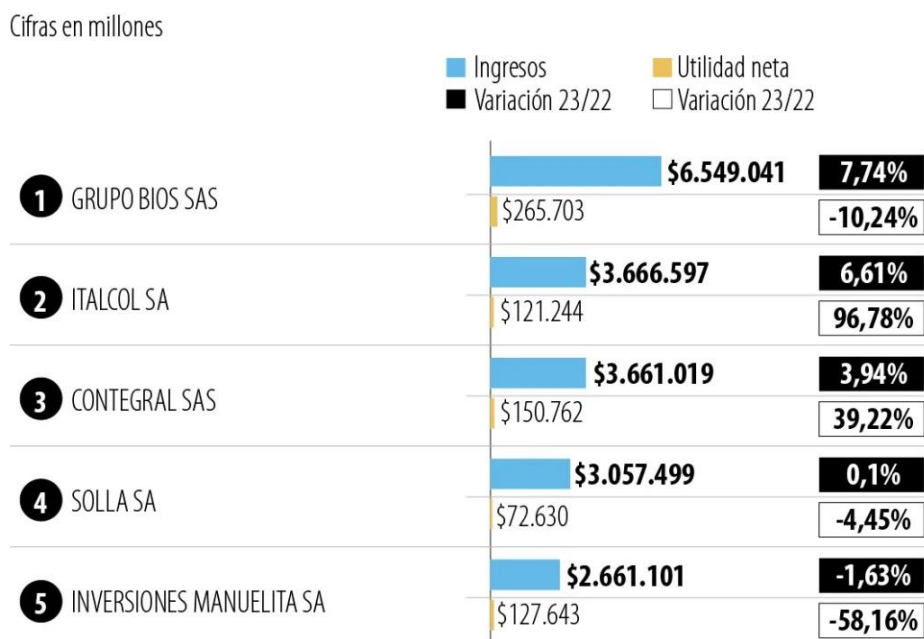
- Pasión: *“comprometidos con lo que hacemos y orgullosos con lo que somos y queremos ser, dispuestos siempre a dar la milla extra”.* (Grupo Bios. s.f.)
- Agilidad: *“tomamos decisiones rápidas y eficientes”.* (Grupo Bios. s.f.)
- Simpleza: *“hacemos que las cosas pasen”.* (Grupo Bios. s.f.)
- Excelencia con humildad y respeto: *“hacemos las cosas bien. Aceptamos que nos podemos equivocar y aprendemos de nuestros errores, nos comunicamos y nos tratamos con respeto y tolerancia”.* (Grupo Bios. s.f.)
- Orientación al cliente: *“actuamos con transparencia, respetando y valorando a los demás”.* (Grupo Bios. s.f.)

Tal como lo menciona la organización a través de sus cuentas oficiales; Grupo Bios se destaca como la compañía líder del sector agroindustrial en Colombia. Diversas publicaciones y

reconocimientos respaldan la posición de la organización en el mercado. Según La República (2024) para el año 2023, “El holding, además de tener una diferencia de casi \$3 billones en ingresos frente al segundo, también lideró en utilidades netas”.

### Figura 1

Líderes del sector agro en Colombia durante el 2023



*Nota:* El gráfico muestra las empresas del sector agroindustrial con mayores ingresos en 2023. Contegral SAS forma parte del Grupo BIOS.

*Fuente:* La República, con datos de la Superintendencia. <https://www.larepublica.co/empresas/grupo-bios-italcol-y-contegral-empresas-que-mas-vendieron-del-agro-durante-2023-3902017>

El grupo empresarial, no solamente se reconoce como líder del sector por sus utilidades netas que generan anualmente. También, se consolida en el primer lugar, gracias a su enfoque integral en sostenibilidad y desarrollo social. La empresa ha implementado programas de responsabilidad social que no solo fortalecen la dignidad humana, sino que también impulsan el desarrollo de las comunidades rurales. A través de la generación de empleo, el apoyo a la

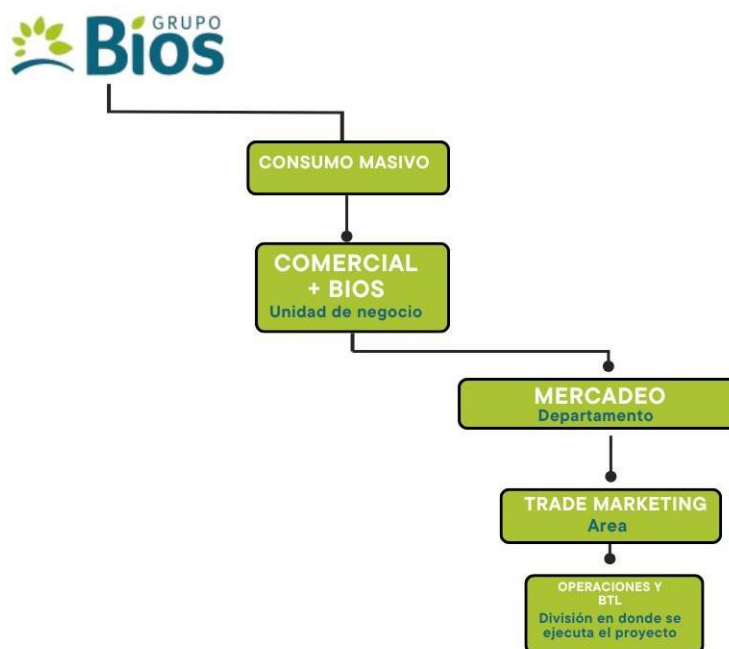
educación y la promoción del emprendimiento, Grupo Bios crea valor compartido e impacto positivo en todos sus grupos de interés. Además, su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se traduce en acciones concretas como la reducción de emisiones, la gestión eficiente de recursos naturales y la promoción de prácticas agrícolas responsables, lo que refuerza su apuesta por un crecimiento sostenible y rentable (Piedrahita, 2023).

### ***Trade Marketing***

Trade Marketing es un área perteneciente al departamento de Mercadeo, y se encarga de ejecutar distintas acciones y actividades de marketing con los canales de distribución para optimizar la visibilidad y el posicionamiento de las distintas marcas de consumo masivo.

### **Figura 2**

*Organigrama de Comercial + Bios y la ubicación de Trade Marketing*



*Fuente: elaboración propia.*

En la Figura 2, se delimita la empresa Comercial + Bios, una de las unidades de negocio del grupo empresarial. Además, se especifica el área en la que se desarrollaron las prácticas y en donde se realizó la propuesta de mejora.

El área esta dividía según las **unidades estratégicas de negocio** (UEN) de consumo masivo: Pollo, Derivados y Sustitutos Cárnicos y Mascotas. Cada UEN, se encarga del desarrollo de las estrategias de marketing para el posicionamiento de sus marcas y canalizan la gestión de los recursos financieros, humanos y materiales, para el desarrollo de las diferentes actividades a través de la división de Operaciones y BTL; división en la cual se enfocaron las practicas, profundizando en el proceso operativo para desarrollar la propuesta de mejora.

### **Descripción del cargo**

#### ***Nombre del cargo***

Practicante profesional del área de Trade Marketing para Comercial + Bios

#### ***Funciones asignadas***

Apoyo en las tareas que intervienen en el proceso administrativo y operativo del área, generando reportes y construyendo procesos de seguimiento y control que permitan tener un proceso 360 de la operación.

### **Metodología y descripción general de las tareas desarrolladas**

**Figura 3***Descripción de las funciones asignadas*

<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recepción y revisión de solicitudes por correo electrónico.</li> <li>•Verificación de inventarios en bodegas propias y de terceros (Zona Logística).</li> <li>•Registro y seguimiento de guías de envío mediante sistema web.</li> <li>•Análisis y control de compras realizadas con tarjetas Sodexo por líderes regionales.</li> <li>•Validación y certificación de actas de entrega de bonos e incentivos.</li> </ul>
<b>PROCEDIMIENTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recepción y revisión de solicitudes por correo electrónico.</li> <li>•Verificación de inventarios en bodegas propias y de terceros (Zona Logística).</li> <li>•Registro y seguimiento de guías de envío mediante sistema web.</li> <li>•Análisis y control de compras realizadas con tarjetas Sodexo por líderes regionales.</li> </ul>
<b>HERRAMIENTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Computador portátil: Asignado al practicante</li> <li>•Celular corporativo: Asignado al practicante</li> <li>•Microsoft Excel: Registro y trazabilidad detallada de solicitudes y movimientos.</li> <li>•Nube y carpeta compartida: Almacenamiento colaborativo de documentos operativos</li> <li>•Aplicación móvil Pluxe: Visualización de movimientos en tarjetas Sodexo.</li> <li>•Plataforma de inventarios: Exclusiva para control de inventarios de las bodegas tercerizadas</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia.*

### **Propuesta de Mejora**

Se ha identificado una oportunidad de mejora en el proceso operativo de la división de Operaciones y BTL, específicamente en el control y seguimiento de los materiales, insumos y elementos utilizados en las activaciones y eventos, los cuales son considerados activos fijos de la compañía.

El problema radica en que estos recursos se almacenan tanto en la bodega principal ubicada en la oficina central, como en bodegas tercerizadas distribuidas a nivel nacional. Desde estos puntos, los materiales son prestados al personal outsourcing o a colaboradores de Grupo Bios para la ejecución de actividades que se desarrollan con alta frecuencia.

Debido al elevado volumen de solicitudes y a la amplia cobertura geográfica, con frecuencia se pierde el rastro de algunos de estos elementos, lo que puede conllevar a su extravío. Esto ocurre a pesar de que existe un procedimiento de entrega formal mediante un documento

físico denominado acta de entrega, en el cual se registran datos como la fecha, el lugar, la bodega de salida y el responsable de recibir los elementos. Sin embargo, este proceso implica un alto consumo de papel y una dependencia considerable de registros físicos.

La situación se agrava particularmente en los casos relacionados con el personal outsourcing, ya que a este se le asignan activos fijos por períodos prolongados, sin una fecha definida de devolución, lo que dificulta aún más el control y la trazabilidad de dichos recursos.

### **Pregunta Objeto de Estudio**

¿Qué tipo de procedimientos y herramientas digitales pueden proponerse para mejorar el control del inventario de activos fijos utilizadas en actividades y reemplazar el uso de archivos físicos, considerando una aplicación práctica?

### **Objetivo General**

Proponer procedimientos y herramientas digitales que mejoren el control del inventario de activos fijos utilizados en activaciones por personal interno y externo, y que además disminuyan la dependencia de archivos físicos en el proceso operativo de la división de Operaciones y BTL de Trade Marketing, durante un periodo de 12 meses.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar las principales limitaciones en el seguimiento de activos y el uso de archivos físicos que afectan la trazabilidad y eficiencia operativa.

- Analizar los recursos utilizados a nivel nacional, así como el personal al que se destinan, con el fin de determinar los activos fijos sujetos a restitución y definir los clientes internos y externos del área.
- Diseñar una propuesta de procedimientos operativos y herramientas digitales orientada a optimizar el control del inventario y reducir la dependencia de registros físicos.
- Comprobar la funcionalidad de los procedimientos propuestos mediante su aplicación parcial en el sistema actual de gestión logística, con la participación de los colaboradores directos como usuarios clave del proceso.

### **Justificación**

El área de Trade Marketing de Grupo Bios se encuentra en una fase de crecimiento y consolidación dentro de la estructura organizacional. En este contexto, el proceso operativo se identifica como una de las fases más críticas, ya que de su correcto funcionamiento depende la ejecución efectiva de las dinámicas planificadas por las unidades estratégicas de negocio. Estas dinámicas tienen como objetivo fortalecer el posicionamiento de las marcas en mercados específicos, generando a su vez una retribución económica que justifica y sustenta las activaciones realizadas.

Para ejecutar dichas estrategias, la empresa realiza inversiones significativas en la adquisición de insumos, materiales y equipos. La pérdida, deterioro o falta de trazabilidad de estos recursos compromete directamente la rentabilidad del área, ya que genera reposiciones no previstas que afectan negativamente el presupuesto asignado por la gerencia. Por ejemplo, si se planifica la compra de diez sartenes eléctricos para cubrir activaciones durante 6 meses, se

espera que dicha inversión sea optimizada y utilizada de acuerdo con lo proyectado, evitando así sobrecostos y desviaciones presupuestales.

En este contexto, desde el rol de practicante en Administración de Empresas, se plantea el desarrollo de una propuesta que permita aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica para contribuir a la sostenibilidad del área. La iniciativa busca diseñar procedimientos operativos apoyados en herramientas digitales, con el propósito de optimizar el control del inventario de activos fijos y reducir la dependencia de archivos físicos.

Esta propuesta no solo pretende fortalecer el proceso operativo, sino que también promueve el mejoramiento continuo, la eficiencia logística y el crecimiento sostenible del área y de la organización en su conjunto. Además, representa una oportunidad para el desarrollo profesional del estudiante, al aplicar metodologías de gestión orientadas a resultados reales dentro del entorno empresarial.

### **Alcance del proyecto**

El proyecto tiene como alcance la formulación de una propuesta funcional de procedimientos operativos y herramientas digitales para el control de inventario de activos fijos utilizados en activaciones. Esta propuesta será presentada a los responsables del proceso y aplicada parcialmente, durante el transcurso de la práctica, en la división de Operaciones y BTL del área de Trade Marketing de Grupo Bios.

Como parte de su implementación preliminar, se capacitará a los colaboradores directamente involucrados, con el fin de validar su aplicabilidad, funcionalidad y relevancia dentro del sistema logístico actual. De esta manera, el proyecto interviene directamente en el proceso operativo del área, sentando las bases para su futura estandarización.

## Referentes

### *Referente Espacial*

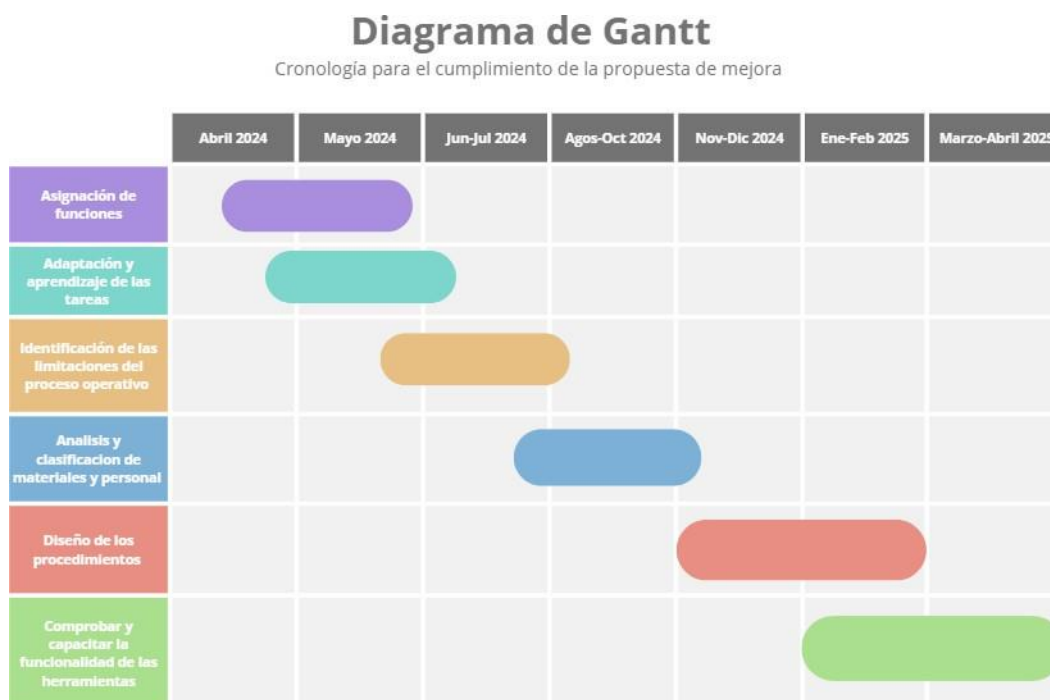
El desarrollo de las prácticas profesionales se lleva a cabo en la ciudad de Envigado (Antioquia), un municipio reconocido por su dinamismo comercial e industrial. Las oficinas principales de Operadora Avícola se encuentran ubicadas en el **Centro Integral las Vegas**, un complejo empresarial estratégico dentro de la ciudad.

El proyecto de intervención está enfocado en el área de Trade Marketing para la empresa Comercial + Bios, la cual opera desde el segundo piso de este mismo centro empresarial, específicamente en la oficina 121. Esta ubicación permite un acceso directo y eficiente a los recursos y equipos necesarios para la ejecución exitosa del proyecto.

### *Referente Temporal*

#### **Figura 4**

#### *Diagrama de Gantt*



*Nota.* Como se muestra en la figura 3, el diagrama presenta la planificación secuencial de las actividades a lo largo de un periodo de 12 meses, iniciando el 16 de abril de 2024, correspondiente al comienzo de la práctica. En él se visualiza el desarrollo progresivo de los objetivos establecidos, distribuidos cronológicamente según su fase de ejecución.

*Fuente: elaboración propia.*

### ***Referente Teórico***

El inventario puede definirse como la clasificación específica de los bienes, productos, activos y recursos que conforman el patrimonio de una organización. En términos operativos, algunos teóricos lo conceptualizan como “la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado” (Díaz, 1999), ya sea para su comercialización directa o para ser utilizados como materia prima en la producción de bienes y servicios.

No obstante, en el contexto del área de Trade Marketing, los bienes incluidos en el inventario no están destinados a la venta ni al proceso productivo, sino que cumplen una función estrictamente promocional. Estos elementos se utilizan para generar una experiencia positiva en el consumidor, fortalecer el reconocimiento de marca y fomentar la fidelización.

En ese sentido, es necesario clasificar los tipos de materiales que conforman el inventario de Trade Marketing:

**Material POP (Point of Purchase).** Son elementos gráficos y publicitarios empleados en puntos de venta con el propósito de difundir la esencia de una marca y sus productos. Estos materiales, como cenefas, pendones, rompe tráfico y chispas, suelen tener un uso temporal, adaptado a campañas específicas.

**Material OBS O Merchandising.** Se trata de artículos promocionales con la identidad gráfica de la marca que se entregan gratuitamente en dinámicas comerciales, con el objetivo de fidelizar y generar recordación.

**Sampling.** Hace referencia a productos en presentaciones pequeñas, utilizados como muestra gratuita en estrategias de degustación, incentivando la aceptación y el conocimiento del producto.

**Activos tangibles.** Son bienes físicos reutilizables, como stands, sartenes eléctricos o neveras, utilizados como soporte para la ejecución de actividades promocionales.

Diversos autores coinciden en la importancia de contar con un sistema de control de inventarios eficiente. Gómez y Brito (2020), en su obra *Administración de Operaciones*, destacan que la información precisa sobre los inventarios contribuye significativamente a la toma de decisiones, reducción de costos y optimización de la cadena de suministro. Para estos autores, “reemplazar inventarios con información significa efectuar un uso intensivo, pero adecuado de los sistemas de información para resolver la problemática que confrontan las organizaciones en el manejo de los inventarios” (Gómez & Brito, 2020, p. 178).

Para que estos sistemas sean efectivos, la información debe cumplir tres requisitos clave: ser **exacta**, reflejando la situación real del inventario; **disponible**, permitiendo acceso en tiempo real; y **confiable**, es decir, libre de errores y completamente verificable.

En línea con lo anterior, Fernández (2017) advierte sobre una de las principales falencias en la gestión de inventarios: la falta de información precisa y oportuna. Según el autor, “las empresas generalmente poseen un elevado vacío de información en la medición de todas aquellas actividades de abastecimiento y distribución de sus productos en los distintos niveles de los canales de distribución” (p. 94). Por tanto, identificar esos vacíos informativos resulta fundamental para la toma de decisiones correctivas que garanticen la eficiencia operativa.

En relación directa con el presente proyecto, la transformación digital representa una estrategia clave para resolver estas problemáticas. Como lo afirma Carmona Arbañil (2023), “la

transformación digital no solo mejora procesos internos, sino que fortalece la ventaja competitiva al adaptar la organización a las exigencias del entorno digital” (p. 160). Complementando esta visión, Martínez Gacharná y Chitiva Arévalo (2022) destacan que “la automatización de datos facilita el uso de herramientas de inteligencia empresarial que optimizan la toma de decisiones basada en información confiable y oportuna” (párr. 5).

Estas perspectivas refuerzan la necesidad de implementar procedimientos digitales eficientes que garanticen la trazabilidad de los activos fijos y reduzcan la dependencia de archivos físicos, especialmente en áreas operativas como la de Trade Marketing.

### **Metodología**

El desarrollo del proyecto se enmarcó dentro del paradigma interpretativo con un enfoque cualitativo, orientado a comprender las dinámicas internas del proceso de control de inventarios en la división de Operaciones y BTL del área de Trade Marketing. Esta perspectiva permitió captar las percepciones, prácticas y significados atribuidos por los actores involucrados, con el objetivo de construir una propuesta de mejora coherente con las necesidades reales del área.

La estrategia metodológica se fundamentó en procesos de análisis y síntesis, los cuales facilitaron la interpretación de la situación actual, la identificación de oportunidades de mejora y la formulación participativa de una propuesta de intervención. Para ello, se descompusieron de manera estructurada las etapas del proceso operativo, explorando tanto sus implicaciones prácticas como simbólicas, especialmente en lo relacionado con la gestión de activos y los sistemas de almacenamiento, tanto propios como tercerizados.

Durante el trabajo de campo, se elaboró una ficha técnica para clasificar detalladamente los materiales utilizados en las activaciones de marca, diferenciando entre materiales de un solo uso y activos tangibles. Paralelamente, se realizó una clasificación del personal involucrado,

estableciendo distinciones entre personal interno y externo. Este análisis, también permitió identificar los procedimientos que demandan el uso excesivo de papel y archivos físicos, destacando la necesidad de digitalizar registros y optimizar la gestión documental.

La recolección y análisis de información se realizó mediante diversas técnicas cualitativas. Se llevó a cabo observación directa en campo para documentar en tiempo real las tareas ejecutadas por el personal, así como entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores clave, con el fin de recoger experiencias, percepciones y prácticas asociadas al control de inventarios. Además, se revisaron documentos y registros internos de inventarios, lo cual permitió contrastar la información empírica con la documental. El uso de una **matriz FODA** facilitó la síntesis de factores internos y externos relevantes para el diagnóstico situacional.

En la fase de diseño de la propuesta, se desarrollaron prototipos funcionales de herramientas de control utilizando Excel, Power BI y aplicaciones móviles, evaluando su aplicabilidad en el entorno operativo real. Estas soluciones fueron validadas mediante consultas a expertos en herramientas digitales, lo que permitió alinear la propuesta con criterios técnicos y operativos pertinentes.

El proceso se llevó a cabo en constante interacción con el equipo del área de operaciones, conformado por la coordinadora, el analista operativo, el practicante profesional y los auxiliares de operaciones. La participación activa de estos actores garantizó una construcción colectiva del conocimiento y aseguró que el modelo de gestión propuesto estuviera contextualizado y respondiera a las condiciones específicas de la operación.

## **Desarrollo y Resultados**

Con el fin de alcanzar los objetivos específicos del proyecto, se diseñó y ejecutó una serie de actividades articuladas que respondieron a las necesidades de cada objetivo, permitiendo así el desarrollo de la intervención propuesta.

### **Trabajo de Campo**

El trabajo de campo correspondiente al primer objetivo específico, se centró en identificar las etapas del proceso donde no se lleva un control completo y detallado de los materiales y recursos prestados al personal interno y externo de la división de Operaciones y BTL.

Para ello, se llevaron a cabo, durante cuatro semanas; observaciones directas durante la ejecución de actividades logísticas, lo que permitió observar prácticas operativas en tiempo real, evidenciar el uso excesivo de documentos físicos y detectar ausencia de procedimientos sistematizados para el seguimiento de los activos. Asimismo, se aplicó una dinámica de lluvia de ideas con el analista operativo y los auxiliares del área, con el fin de recopilar percepciones, identificar puntos críticos del proceso y generar consensos sobre las fallas en el control de inventarios.

Estas acciones facilitaron la identificación de las fases con mayor debilidad en trazabilidad, particularmente en la entrega y devolución de materiales prestados, y permitieron construir un mapa preliminar del flujo operativo con sus principales brechas.

### **Figura 5**

*Matriz FODA*



*Fuente: elaboración propia.*

Como producto de este análisis participativo, se elaboró una matriz FODA, representada en la figura 5; que sintetizó los factores internos y externos que influyen en la situación actual del proceso. Entre las fortalezas destacadas se identificó la existencia de procesos estandarizados, personal capacitado y el uso de herramientas ofimáticas y de inteligencia empresarial con licencia. Las debilidades incluyeron la alta demanda logística, control externo inestable y escasez de personal propio. Dentro de las oportunidades, se reconoció la posibilidad de optimizar los procesos mediante tecnología, digitalización e integración con outsourcing. Finalmente, las amenazas reflejaron la alta rotación del personal tercerizado, la dependencia de terceros para devoluciones y la pérdida de visibilidad sobre los activos.

Esta etapa diagnóstica permitió establecer con claridad las falencias estructurales del proceso de control de inventarios y constituyó la base sobre la cual se proyectarán las acciones de mejora en los siguientes objetivos.

El segundo objetivo específico, se centró en clasificar los tipos de materiales utilizados en las activaciones y al personal encargado de su uso, con el fin de establecer criterios que permitieran mejorar los controles de préstamo y devolución, así como identificar los procedimientos que implican un uso excesivo de documentos físicos.

Durante un periodo de dos meses, se llevó a cabo un trabajo detallado de análisis, recopilación de datos y organización de la información disponible.

**Figura 6**  
*Clasificación de materiales en Trade Marketing*




Clasificación	Referencia	Tipo
Activos Fijos	Electrodomésticos	Sartén eléctrico, Vaporera eléctrica, Freidora de Aire, Horno Microondas, Nevera,
	Equipos tecnológicos	Tablet, Computador Portátil, Televisor, Lámpara, Micrófono Inalámbrico, Bafle de Sonido
	Muebles de publicidad	Carpa Inflable, Mueble de degustación, Stand Móvil, Góndola, Estantería, Mesa Plegable
	Estructuras de lonas	Trimalla, Roll Up, Velero
	Utensilios de cocina	Bowl, Vajilla, Cuchillo, Cuchara, Tenedor, Recipiente de Vidrio, Pinzas, Bandejas de Exhibición y Degustación, Mantel y Sobre mantel
Materiales de un solo uso	Material POP	Cenefa, Saltarín, Afiche, Volante, Ayuda venta, Rompe tráfico, Pendón, Lona, Display, Stoppers
	Merchandising	Cuaderno, Lapicero, Termo, Juguetes de Mascotas, Pin, Llavero, Bolso, Sanduchera, Lonchera, Calendario,
	Dotación	Gorra, Camisa, Chaqueta, Delantal de Chef, Botas de Platina, Guantes, Pantalón,

*Fuente: elaboración propia.*

Para tal fin, se diseñó una ficha técnica de inventario, representada en la figura 6, la cual permitió clasificar de forma estructurada los recursos empleados en cada tipo de activación,

diferenciando entre materiales de un solo uso y los activos. Esta clasificación resultó clave para establecer criterios de control según la naturaleza del activo, su frecuencia de uso y su nivel de rotación.

**Figura 7**  
*Segmentación del personal*

Clasificación	Organización	Especificación	Condición de préstamo de activos fijos	Plazo de devolución
Personal Interno		Personal propio de Mercadeo y Comercial	Los materiales se entregan únicamente al personal que autorizan, en una solicitud formal por correo; los jefes, coordinadores y analistas de las áreas de Mercadeo, incluyendo Trade Marketing. La persona a la que se le entrega el material, debe firmar un acta de entrega y devolución.	Maximo, 4 días de haber finalizado el evento o actividad para la cual se solicita el material.
Personal Externo		Outsourcing que suministra personal especializado en mercaimpulso, cocina y apoyo operativo	Los materiales se entregan únicamente a Líderes y Coordinadores Regionales, quienes firman un acta de entrega y devolución. Ellos son responsables de distribuirlos posteriormente al personal operativo, como mercaimpulsadores y chefs.	Maximo, 4 días de haber finalizado el evento o actividad para la cual se solicita el material.  En el caso de los kits de cocina de los mercaimpulsadores y chefs, el material se devuelve una vez el colaborador no trabaje mas para la empresa o se cierre el cupo en la regional
		Proveedor logístico que presta el servicio de almacenaje y distribución de materiales a gran escala a nivel nacional	No se les asignan recursos en calidad de préstamo, ya que son responsables del inventario en cada una de sus bodegas. Una vez distribuyen los recursos solicitados, no asumen la responsabilidad sobre el control ni la devolución de los activos, salvo en eventos masivos con recolección previamente negociada."	No aplica

*Fuente: elaboración propia.*

Paralelamente, y como se observa en la figura 7, se llevó a cabo una segmentación del personal, distinguiendo entre colaboradores internos (Grupo Bios) y externos (Proveedores). Esta segmentación facilitó evidenciar que:

- El personal interno cuenta con un proceso más estandarizado y formal de préstamo, con solicitudes y registros vía correo electrónico. Sin embargo, los registros se realizan en actas físicas.
- El personal externo, especialmente en el caso del outsourcing, presenta debilidades en la trazabilidad y responsabilidad sobre los activos, lo que

incrementa el riesgo de pérdida en las devoluciones. **Visión y Marketing**, es el outsourcing que suministra el personal de impulso para las activaciones a nivel nacional y desde Operaciones y BTL se les disponen los materiales según autorización de cada UEN del área.

- El proveedor logístico, **Zona Logistik**, cuentan con su propio sistema de control de inventarios. Sin embargo, no asumen control ni responsabilidad sobre los activos, una vez realizan los despachos de materiales, salvo en eventos masivos previamente acordados.

Además, durante el análisis se identificaron procedimientos altamente dependientes del uso de papel y carpetas físicas, particularmente en la solicitud, autorización y devolución de materiales prestados directamente desde la bodega propia de la oficina de Trade, tanto para personal interno como personal externo, lo que afecta la eficiencia operativa y la trazabilidad documental. Esta situación plantea la necesidad de avanzar hacia la digitalización de formularios y registros, reduciendo la dependencia de soportes físicos y aumentando la fiabilidad del proceso.

Este análisis permitió avanzar con una comprensión estructurada de las relaciones entre recursos, usuarios y procedimientos, sentando las bases para la formulación de estrategias de mejora en los controles de inventario en el área de Operaciones y BTL.

### **Propuesta Técnica**

Para consolidar y desarrollar progresivamente la estrategia con base en la información, el análisis sintetizado y las necesidades reales identificadas, se procede a proponer herramientas digitales que permitieran registrar digitalmente el préstamo y devolución de activos fijos, así

como de materiales utilizados en activaciones y eventos, con el fin de reducir el uso de papel y mejorar la trazabilidad del proceso.

Durante un periodo de cuatro meses, se implementó un proceso de búsqueda, prueba y aprobación de una aplicación móvil funcional, fácil de usar para el equipo operativo y adaptable a las condiciones del entorno.

### Figura 8

*Aplicación móvil Sign Documents*



*Nota:* Imagen modificada por el autor a partir de una captura de Google Play Store. *Sign Documents* es la aplicación móvil escogida entre todo el equipo por su funcionalidad y fácil uso; permite diligenciar y firmar actas de forma rápida y compartirlas vía correo electrónico o Whatsapp.

*Fuente:* Google Play Store.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sign.documents.pdf.android.esign.signaturemakerpro>

**Figura 9**  
*Acta digital*

**GRUPO Bios**

**ACTA DE ENTREGA DE MATERIALES, INSUÑOS O RECURSOS**

Por medio de lo presente, se da constancia de la entrega de materiales, recursos e insuños para el (r) (r)

**Daniela Roldan** el día **14/03/2025**

Los cuales se requieren, según lo solicitado y para el asunto: **solicitud bafle para reunión**

**TERMINOS Y CONDICIONES EN EL CASO DE LOS MATERIALES**

Todos los insuños y materiales son propiedad de Tróica Marketing, única encargada de la distribución de estos elementos, para ser implementados en los distintos eventos y/o actividades programadas por el Compañía. Por ninguna razón deben ser utilizados para otras actividades fuera de las ya autorizadas. Al firmar la presente acta, la persona firmante, asume la responsabilidad del manejo e implementación de los materiales entregados. En caso tal, de que se registre el acta, con los elementos pertinentes para devolución, el responsable debe garantizar que se haga la devolución completa del material a un el estado en el que se lo fue entregado.

El Firmante debe asegur que de lo contenido el acta firmado, a través de correo electrónico, o en su defecto, que de lo compartido a su jefe inmediato. Para resolver dudas, respecto al direccionamiento o por novedades con los materiales e insuños, comuníquese con el señor Jairo Sotelo, con: 302278006.

Material, recurso o insuño que se entregó	Estado de entrega	Estado de la devolución
1 bafle con micrófono y adaptador		

FIRMA DE DEVOLUCION: \_\_\_\_\_

DEVOLUCIONES MATERIALES:  SI  NO

FIRMA DE ENTREGA: **Daniela R.**  
C.C. **1152194223**

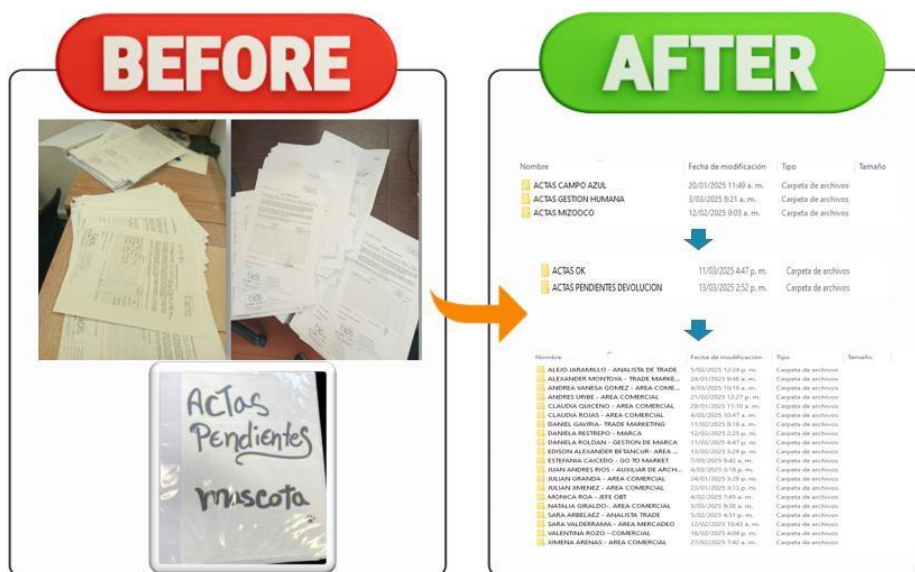
*Nota.* En la figura 9, se aprecia un caso real de un acta diligenciada con la información del material prestado y la firma y cedula de la responsable que solicitó el recurso. El acta fue creada en formato PDF para ser guardada de forma predeterminada en la aplicación móvil.

*Fuente:* elaboración propia.

Tras varias iteraciones, se seleccionó la herramienta **Sign Documents**, una aplicación móvil, disponible para Android y Apple, que pretende reemplazar los formatos físicos por registros digitales, facilitando el llenado de actas de entrega y devolución desde dispositivos móviles. Esta solución no solo abarcó el préstamo de activos fijos, sino también la constancia de entrega de materiales de un solo uso, que se destinan para la ejecución de eventos y activaciones, tanto para personal externo como para personal interno.

**Figura 10**

*Digitalización de las carpetas para archivar actas de entrega*



*Nota:* En la imagen se observa el *antes (before)*, la cantidad de actas físicas que se usaban para constatar la entrega o préstamo de un recurso y también las carpetas físicas donde se almacenaban. En el *después (after)* se observa la transición a carpetas totalmente digitales.

*Fuente:* elaboración propia.

Como complemento a esta herramienta, se estructuraron carpetas digitales en la nube del área de Operaciones, en las cuales se almacena toda la documentación generada en formato digital, organizada por regional, fecha, evento y tipo de recurso. Esta nueva dinámica permitió una mejora significativa en la disponibilidad y consulta de la información, eliminando la necesidad de transportar y archivar documentos físicos.

Paralelamente, y con el fin de cubrir un vacío crítico en el seguimiento del préstamo de activos al personal externo de Visión y Marketing, se diseñaron registros en Excel para capturar datos clave como: fecha de préstamo, unidad de negocio (Pollo, Derivados y Sustitutos Cárnicos, Mascotas), regional, líder responsable y observaciones adicionales.

**Figura 11**

Archivo de Excel para control de activos fijos

Jefe Inmediato: Veronica Jaramillo						Recurso o material prestado									
Nombre del responsable	Cargo	Regional	UEN	Lider	Condicion en la compania	Sarten electrico	Pinzas	cuchillo	Aviso superficie caliente	Extension de luz 5mts	Tabla de pizar	Bandeja Exhibidora degustacion Frikö	Mantel Blanco	Fecha de entrega	Acta de entrega
Elena Giraldo	Lider regional	Antioquia	Frikö	Elena Giraldo	Activo	2	0	2	2	2	2	2	0	15/01/2025	Distribucion de insumos y herramientas chef de marca
Elena Giraldo	Lider regional	Antioquia	Frikö	Elena Giraldo	Activo	0	0	0	0	0	0	1	0	16/01/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Elena Giraldo	Lider regional	Antioquia	Frikö	Elena Giraldo	Activo	0	0	0	0	0	0	1	0	17/01/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Elena Giraldo	Lider regional	Antioquia	Frikö	Elena Giraldo	Activo	12	12	12	12	12	12	12	0	18/01/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Silvia Rodriguez	Embajadora	Bucaramanga	Frikö	Elena Giraldo	Activo	4	4	4	4	4	4	0	0	27/01/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Robeiro Rendon	Coordinador	Rionegro	Frikö	Robeiro Rendon	Activo	1	1	1	1	1	1	0	0	1/04/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Robeiro Rendon	Coordinador	Antioquia	Frikö	Robeiro Rendon	Activo	1	1	1	1	1	1	0	0	1/04/2025	Solicitud Insumos y Herramientas Embajadoras de marca Frikö. Enero 2025
Robeiro Rendon	Coordinador	Antioquia	Frikö	Robeiro Rendon	Activo	0	0	0	0	0	0	0	0	10/04/2025	Solicitud PEV - Activación Choipenos Mirmecaboz Antioquia
TOTAL:						30	36	30	30	30	30	16	0		

*Nota:* En la figura 11, se muestra una de las tablas en Excel que registra los activos fijos en poder del personal de Visión y Marketing (outsourcing), los cuales también se dividen en UEN y cada unidad tiene su líder regional. Para cada UEN (en este caso pollo-Frikö) se creó un libro de Excel, en donde se dividen por hojas según regional.

*Fuente:* elaboración propia.

Debido a la alta rotación del personal de outsourcing (especialmente de los líderes responsables directos de los materiales), se identificó la necesidad de que el procedimiento de control fuera asumido directamente por el equipo de Operaciones y BTL, con el objetivo de garantizar la continuidad y trazabilidad del proceso. No obstante, los líderes de cada Unidad Estratégica de Negocio (UEN) de Visión y Marketing siguen siendo responsables de la devolución de los recursos, según lo estipulado en el acta de entrega que firman al momento de recibirlos.

Además del registro detallado de los materiales entregados (almacenado en la carpeta digital bajo el nombre de la solicitud enviada por correo electrónico), cada archivo de Excel incluye una hoja destinada a observaciones generales. Esta sección permite evidenciar si los

activos fijos han requerido reposiciones por daños de forma recurrente, y en qué regionales ocurre con mayor frecuencia.

Ante la proliferación de archivos dispersos, con gran cantidad de información y datos dispersos, surgió la necesidad de una herramienta que consolidara y visualizara de manera ágil toda la información registrada.

**Figura 12**

*Dashboard en Power BI para UEN Pollo*



*Fuente: elaboración propia.*

**Figura 13**

*Dashboard en Power BI para UEN Sustitutos y Derivados Cárnicos*



*Fuente: elaboración propia.*

Por esta razón, se implementó una solución en Power BI. Tal como se observan en las figuras 12 y 13, esta herramienta permitió centralizar los datos provenientes de múltiples libros de Excel, facilitando el seguimiento de los préstamos por unidad de negocio, región y responsable. Esta plataforma no solo mejoró la transparencia del proceso, sino que brindó a líderes de Visión y Marketing y al equipo de Trade Marketing una herramienta práctica para la toma de decisiones, la auditoría interna, el análisis de tendencias y garantizar mayor trazabilidad sobre el uso de los activos.

Con el propósito de comprobar la funcionalidad de los procedimientos y herramientas digitales propuestas, se implementó una fase de validación parcial dentro del sistema actual de gestión logística. Esta etapa, que tuvo una duración de tres meses, se centró en la aplicación

práctica de las soluciones diseñadas, con la participación directa del equipo operativo, quienes actuaron como usuarios clave del proceso.

Durante este tiempo, se desarrollaron jornadas de capacitación y sesiones de retroalimentación cada dos semanas, los días martes, enfocadas en el uso básico de **Power BI** y de la aplicación móvil **Sign Documents**. Estas actividades fueron lideradas por la persona encargada del proyecto (el practicante), quien además se capacitó de forma autónoma en el manejo de Power BI, accediendo a cursos informales y recursos digitales con el fin de adquirir los conocimientos necesarios para su posterior transmisión al equipo.

La aplicación móvil fue utilizada para firmar digitalmente actas de entrega, tanto por el personal interno como externo que reclamaba materiales directamente en la bodega principal de la oficina. Paralelamente, se estableció un acuerdo con el operador logístico de las bodegas tercerizadas, de modo que todo colaborador que retirara materiales en dichas sedes firmara igualmente una constancia de entrega, la cual era enviada posteriormente al área de operaciones.

Las actas digitales, tanto las generadas en la oficina como las recibidas del proveedor, se almacenaban en carpetas digitales organizadas rigurosamente por: tipo de personal, unidad estratégica de negocio (UEN) a la que pertenece, nombre del colaborador, y un criterio de estado dividido en dos carpetas: **actas pendientes y actas OK**. Cada dos semanas, se realizaba una revisión de las carpetas de actas pendientes para asegurar que estuvieran vacías, lo cual garantizaba que ningún activo fijo se mantuviera en condición de préstamo sin registro de devolución.

Para facilitar la validación de Power BI al proceso, se instaló la herramienta, la cual cuenta con todas las licencias empresariales, en todos los equipos de cómputo del área de operaciones, y la aplicación móvil en los teléfonos corporativos del personal. Se creó un usuario

único para centralizar y sincronizar la gestión de información desde todos los dispositivos móviles.

Aunque no se realizó una medición formal del impacto ni una evaluación sistemática de los resultados, esta etapa permitió observar de forma preliminar la viabilidad de las herramientas propuestas en el entorno operativo real. La continuidad, ajustes y consolidación del modelo quedaron a disposición del equipo operativo, quienes cuentan ahora con una base técnica funcional sobre la cual seguir desarrollando el sistema de control digital en el área de operaciones y activaciones.

### **Conclusiones del Proyecto**

El presente proyecto permitió evidenciar las falencias existentes en el control del inventario de activos fijos y materiales utilizados en las activaciones del área de Operaciones y BTL de Trade Marketing, y plantear soluciones basadas en herramientas digitales que aportan trazabilidad, orden y reducción del uso de recursos físicos.

En primera instancia, se logró identificar de manera detallada las etapas del proceso con mayores debilidades en el registro y seguimiento de materiales, especialmente aquellos entregados al personal externo. Este diagnóstico fue clave para mapear los puntos críticos y formular una intervención pertinente a partir de la realidad operativa de la organización.

Posteriormente, el diseño de procedimientos y herramientas digitales permitió avanzar hacia un modelo de gestión más eficiente y menos dependiente del papel. Estas soluciones fueron desarrolladas con una visión práctica y adaptadas a las capacidades tecnológicas del equipo humano.

El proceso de implementación parcial de las herramientas digitales permitió validar su utilidad en un entorno real. Si bien no se consolidó un modelo definitivo ni se aplicó una

evaluación formal de impacto, se establecieron bases sólidas que la organización puede continuar desarrollando. El equipo fue capacitado regularmente y se creó una cultura de mejora continua alrededor del uso de datos y medios digitales para la toma de decisiones.

Este proyecto también evidenció la importancia de la apropiación tecnológica por parte del equipo humano. La capacitación constante, la sistematización de los procedimientos, y la organización de la información en plataformas accesibles fueron aspectos fundamentales para asegurar la sostenibilidad de la intervención propuesta.

Finalmente, se concluye que la automatización de procesos no solo mejora la eficiencia operativa, sino que fortalece la capacidad de respuesta del área de operaciones ante las exigencias del entorno actual, y promueve una cultura organizacional basada en la trazabilidad, la responsabilidad compartida y el uso inteligente de la información.

## **Recomendaciones**

### ***Formalizar los procedimientos propuestos***

Se recomienda documentar y oficializar los nuevos procedimientos de control de inventarios y préstamo de materiales, incluyendo el uso de herramientas como la aplicación Sign Documents y Power BI. Esto permitirá que los procesos sean replicables, auditables y sostenibles en el tiempo, especialmente ante los cambios constantes de personal.

### ***Asignar responsables***

Es fundamental que se designe un responsable permanente dentro del equipo de Operaciones y BTL para el seguimiento de las actas digitales, la actualización de los registros y la supervisión del cumplimiento de las devoluciones. Esto garantizará continuidad y mejor control operativo.

### ***Capacitación continua del equipo***

Se sugiere institucionalizar jornadas de capacitación y retroalimentación periódicas, al menos una vez al mes, para reforzar el uso adecuado de las herramientas digitales. Esto es especialmente relevante dada la alta rotación del personal, y garantizará que el conocimiento no se pierda con los cambios de líderes.

### ***Optimizar la estructura de almacenamiento digital***

Se recomienda revisar y ajustar regularmente la organización de las carpetas digitales (por tipo de personal, unidad de negocio, estado del acta, etc.) para facilitar el acceso, el control y la trazabilidad de los documentos. También se debe mantener el hábito de revisar cada dos semanas la carpeta de actas pendientes.

### ***Extender gradualmente el uso de las herramientas***

Se sugiere evaluar la posibilidad de implementar la aplicación digital de actas y los dashboards de Power BI en otros procesos logísticos o administrativos de Trade Marketing que también dependan del papel o carezcan de trazabilidad.

### ***Incluir la propuesta en planes de mejora institucional***

Finalmente, se recomienda que los avances de este proyecto se integren en el plan estratégico del área de Trade Marketing y se incluyan en los informes de gestión, de manera que los coordinadores y jefes del área reconozcan su valor y destinen los recursos necesarios para su continuidad y expansión.

## **Resultados**

### **Competencias Desarrolladas**

Durante el desarrollo del proyecto, se fortalecieron competencias tanto técnicas como blandas. A nivel técnico, se adquirieron habilidades en el uso y aplicación de herramientas digitales como Microsoft Excel, Power BI y aplicaciones móviles, orientadas al control de inventarios y visualización de datos. También se profundizó en metodologías de diagnóstico organizacional, análisis cualitativo y diseño de procedimientos operativos.

En cuanto a competencias blandas, se desarrollaron destrezas en liderazgo, comunicación efectiva, gestión del cambio, resolución de problemas y formación de equipos. La capacidad para facilitar espacios de capacitación, promover el trabajo colaborativo e incentivar la adopción de nuevas prácticas fue clave en el proceso de intervención.

### **Aportes a la Empresa**

El proyecto aportó a la empresa una propuesta técnica viable y contextualizada para optimizar el control de inventarios de activos fijos y materiales promocionales. Se entregaron herramientas digitales personalizadas, guías prácticas de uso, formatos estandarizados y un sistema de carpetas digitales que fortalecieron la trazabilidad y organización de la información.

Además, se impulsó una cultura de mejora continua, promoviendo el uso responsable de la tecnología y la sistematización de procesos operativos, reduciendo así la dependencia del papel. El equipo de operaciones adquirió conocimientos que hoy les permiten gestionar con mayor eficiencia sus recursos y responsabilidades.

## **Logros**

- Identificación precisa de los puntos críticos del proceso logístico de inventario.
- Diseño e implementación de herramientas digitales ajustadas a la operación diaria.
- Capacitación periódica y apropiación gradual por parte del equipo operativo.
- Reducción del uso de papel mediante actas digitales y almacenamiento en la nube.
- Visualización centralizada de la información mediante tableros de Power BI.
- Mejora en la trazabilidad del préstamo y devolución de materiales.

## **Dificultades**

- Alta rotación del personal de outsourcing, lo cual afectó la continuidad de los procesos.
- Limitaciones técnicas iniciales para el manejo de Power BI y aplicaciones móviles.
- Reticencia inicial al cambio por parte de algunos colaboradores.
- Dificultad para consolidar un modelo definitivo debido a la transición del proyecto a manos del equipo interno, sin posibilidad de seguimiento posterior por parte del practicante.

## **Conclusiones Generales**

El desarrollo del proyecto permitió al practicante integrarse de manera activa en los procesos de mejora continua dentro del área de Trade Marketing y Operaciones, enfrentando desafíos reales relacionados con la trazabilidad, sistematización y gestión de activos. A lo largo

de los meses de implementación, se evidenció una evolución significativa en las competencias técnicas, especialmente en el manejo de herramientas digitales como Power BI y plataformas de firma electrónica. El rol fue determinante para identificar falencias operativas, proponer soluciones viables y acompañar la ejecución parcial de nuevas metodologías que facilitaran el control documental y logístico.

Asimismo, las practicas permitieron el desarrollo y fortalecimiento de habilidades blandas esenciales como liderazgo, comunicación asertiva, y adaptabilidad al cambio, debido a la constante interacción con diferentes actores de la empresa y la gestión autónoma de tareas. La experiencia consolidó la capacidad para diseñar procesos, asumir responsabilidades críticas y proponer estrategias basadas en evidencia, con visión de mejora operativa y sustentabilidad en el tiempo.

No se limitó a cumplir tareas asignadas; se identificaron oportunidades de mejora, se propusieron soluciones y se ejecutaron. Un desarrollo integral que prepara al practicante para asumir nuevos retos profesionales.

### **Recomendaciones al Practicante**

Para futuros desafíos profesionales, se recomienda que el practicante mantenga el enfoque analítico y propositivo, fortaleciendo la capacidad de liderar proyectos desde una perspectiva más estratégica. Será clave continuar con el perfeccionamiento en herramientas de análisis de datos y gestión digital, además de explorar conocimientos relacionados con automatización y transformación digital.

Así mismo, se aconseja buscar espacios para seguir aplicando lo aprendido involucrándose en otros procesos organizacionales donde se pueda aplicar las capacidades de

análisis, sistematización y optimización. Entre más experiencia se adquieran, aplicando estas habilidades, más consolidado será el perfil profesional.

Finalmente, se destaca la importancia de conservar y fortalecer el enfoque colaborativo que lo caracterizó durante las prácticas, reconociendo que el trabajo en equipo y la escucha activa son pilares esenciales para liderar transformaciones efectivas dentro de cualquier organización.

## **Glosario**

### **Trazabilidad**

Capacidad de seguir el rastro de un producto, activo o información a lo largo de todas las etapas del proceso logístico y administrativo, desde su origen hasta su destino final, garantizando transparencia y control.

### **Power BI**

Plataforma de inteligencia empresarial desarrollada por Microsoft que permite transformar datos sin procesar en informes visuales interactivos y personalizados, facilitando la toma de decisiones basada en datos.

### **Dashboard**

Panel visual que muestra datos clave mediante gráficos o indicadores, facilitando la toma de decisiones.

**Outsourcing**

Práctica empresarial mediante la cual se delegan procesos o servicios a terceros externos para optimizar costos y eficiencia.

**Acta digital**

Documento electrónico que registra formalmente una acción (como entrega o devolución de materiales), firmado digitalmente para validar su autenticidad.

**Ficha técnica de inventario**

Documento estructurado que contiene información detallada sobre los materiales o activos de una empresa, como nombre, categoría, uso y estado.

**Sistematización**

Organización estructurada y lógica de información o experiencias para facilitar su análisis y reutilización.

**Accesibilidad**

Facilidad con la que los usuarios pueden utilizar y entender herramientas o sistemas, especialmente digitales.

**Automatización de Procesos**

Implementación de tecnologías que permiten ejecutar tareas repetitivas o complejas sin intervención manual continua, mejorando la eficiencia y reduciendo errores operativos.

**Sustentabilidad**

Capacidad de un sistema para mantenerse en el tiempo mediante el uso equilibrado de recursos, sin comprometer la disponibilidad de estos para generaciones futuras. Este concepto se

enfoca en la preservación del entorno natural mediante prácticas responsables que reduzcan el impacto ambiental.

### **Sostenibilidad**

Enfoque integral que busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas, considerando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado ambiental y bienestar social.

### **Digitalización**

Proceso mediante el cual se convierten procesos, documentos, servicios o productos físicos en formatos digitales, con el fin de optimizar la eficiencia, la accesibilidad y la trazabilidad de la información dentro de una organización.

## Bibliografía

La República. (2024, julio 6). *Grupo Bios, Itacol y Contegral, empresas que más vendieron del agro durante 2023*. <https://www.larepublica.co/empresas/grupo-bios-italcol-y-contegral-empresas-que-mas-vendieron-del-agro-durante-2023-3902017>

Piedrahíta Montoya, S. (2024, junio 14). *¿Puede la agroindustria ser sostenible? Conozca cómo esta empresa líder está marcando la diferencia en el sector*. Cambio Colombia. <https://cambiocolombia.com/contenido-especial/esta-es-la-empresa-agroindustrial-lider-en-sostenibilidad>

Díaz, R. (1999). *Administración de inventarios*. McGraw-Hill Interamericana.

Cruz Fernández, A. (2017). *Gestión de inventarios: COML0210*. IC Editorial. <https://books.google.es/books?id=s1cpEAAAQBAJ>

Carmona Arbañil, C. A. (2023). *Transformación digital como estrategia de mejora en las organizaciones*. *Horizonte Empresarial*, 10(1), 157–169. <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2481>

Martínez Gacharná, J. A., & Chitiva Arévalo, J. A. (2022). *La importancia de la digitalización en el Gobierno de Datos organizacional*. RSM Colombia. <https://www.rsm.global/colombia/es/insights/la-importancia-de-la-digitalizacion-en-el-gobierno-de-datos-organizacional>

- Gómez, I., & Brito, J. (2020). *Administración de operaciones* (5.ª ed.). Pearson Educación.
- Ballou, R. H. (2020). *Logística: Administración de la cadena de suministro* (5.ª ed.). Pearson Educación.
- Microsoft. (s.f.). *Power BI: Plataforma de inteligencia empresarial*. Recuperado de <https://powerbi.microsoft.com/es-es/>
- Few, S. (2013). *El diseño de dashboards de información: Comunicación visual efectiva de datos*. Gestión 2000.
- Greaver, M. F. (2001). *Outsourcing estratégico: Un enfoque estructurado para decisiones e iniciativas de tercerización* (2.ª ed.). McGraw-Hill.
- Gobierno de Colombia. (2018). *Lineamientos para el uso de la firma digital y electrónica en la administración pública*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. <https://www.mintic.gov.co>
- Greaver, M. F. (2001). *Outsourcing estratégico: Un enfoque estructurado para decisiones e iniciativas de tercerización* (2.ª ed.). McGraw-Hill.
- Jara, O. H. (2018). *La sistematización de experiencias: Práctica y teoría para otros mundos posibles*. Universidad del Valle, Instituto de Educación y Pedagogía.
- Vargas-Hernández, J. G. (2018). *Sustentabilidad empresarial y competitividad*. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 28(2), 45–58.
- Sánchez, L. F. (2020). *Automatización de procesos empresariales: Eficiencia y transformación digital*. Ediciones de la U.
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). *Nuestro futuro común (Informe Brundtland)*. Naciones Unidas.

Fundación Telefónica. (2016). *La transformación digital en la empresa española*. Ariel /  
Fundación Telefónica.