



INTRODUCCIÓN

Debido a que nos encontramos en un mundo que es cada vez más competitivo, las empresas deben buscar la manera de que sus operaciones sean más eficientes. Un ejemplo de esto es Interceramic, la cual es una empresa líder en el mercado nacional de azulejos, pisos y muebles de baño.

Esta empresa identificó al Centro de Distribución como área de oportunidad, ya que en ésta etapa de la cadena el único valor agregado que se le da al producto es su transportación hasta el cliente final, por lo que resulta importante la reducción de costos. Para esto analizó la situación actual con un diagrama causa-efecto y se observó que con una distribución de los materiales adecuada se podía lograr importantes mejoras.

Como primera parte, se hicieron propuestas de distribución para aumentar la capacidad del almacén. Una vez logrado esto, se dividió el almacén en siete zonas de acuerdo a las categorías de los productos proporcionadas por la empresa y, dependiendo de su porcentaje de ventas, fueron ubicadas de manera que la de mayor porcentaje se encontrara en la parte más cercana a las puertas del almacén y así sucesivamente.

Posteriormente se hizo una reubicación de los productos de la categoría con mayor porcentaje de ventas, la cual fue con base en el sistema de almacén dedicado. Adicionalmente se hizo una simulación del sistema, y se hicieron las mejoras y se obtuvieron las reducciones en costos, derivadas de la reducción de recursos como insumos del montacargas, personal requerido y reducción de distancias.

Al realizar el análisis costo-beneficio, se pudo observar que haciendo la redistribución con nuestras propuestas e implementando estantería, los beneficios son 2.78 mayores que los costos