

## INTRODUCCIÓN

El mundo está viviendo una economía globalizada con mercados más competitivos, intercambios comerciales y tratados de libre comercio; esto ha llevado a las organizaciones actuales a un proceso de cambio constante el cual se ha venido desarrollando fuertemente de acuerdo a las necesidades de la población. Las empresas mexicanas han tenido que revisar su forma de hacer los negocios y buscar los cambios de paradigmas ante una economía muy deteriorada por el poco poder adquisitivo que está teniendo el cliente. Ante esto las empresas están volteando hacia dentro de sus organizaciones a revisar costos, procesos, estrategias, etc. para ser más competitivos y buscar la calidad en sus productos, servicios y mejorar su productividad.

En este trabajo conoceremos como un Grupo de Empresas Mexicanas, anticipándose a los cambios que se vislumbraban por el Tratado de Libre Comercio en los mercados para venta al detalle de materiales para construcción, ha emprendido un esfuerzo de mejora para detectar y aprovechar las ventajas competitivas con que contaba en ese momento.

Para este Grupo de Empresas Mexicanas que llamaremos por sus siglas G.E.M., no fue suficiente el mejorar poco a poco ante un cambio por reacción, se necesitó de una nueva herramienta que cambiara los paradigmas para poder crecer en puntos de venta e incrementar la rotación de los inventarios.

Estudiando muchas empresas G.E.M. se encontró con la importancia de la centralización de operaciones, es decir, un Centro de Distribución que apoyara a una infinidad de puntos de venta, que acabara con los inventarios de baja rotación que cada punto de venta debía mantener para poder ofrecer un buen servicio. Buscando con esto convertir a los puntos de venta en empresas flexibles, dinámicas y orientadas exclusivamente al cliente.

G.E.M. es un grupo de empresas que a logrado con la Reingeniería dar este paso y centralizar muchas de sus operaciones en un solo punto y obtener una nueva visión de negocio y una gran ventaja competitiva.

De todo esto nace la idea de estudiar los antecedentes, procesos y la organización de la empresa en el primer capítulo para buscar el rediseño de su estructura burocrática dado las necesidades del grupo. El mejoramiento y adecuación de la nave del Centro de Distribución para lograr punto de recepción y distribución con ventas de mayoreo a grandes obras, disposición de productos en cualquier punto de venta y compras institucionales que den una clara ventaja al grupo en los precios que ofrezca a los clientes.

La creación del Centro de Distribución ha sido el apoyo y la base del nacimiento de nuevas filiales o puntos de venta y creación de otros centros; el 3er capítulo hablaremos del papel tan importante que juega el transporte y su logística que conlleva a entregas a tiempo en cantidad y calidad.

La nueva cultura de trabajo que se logró contribuyó a crear un programa de capacitación que ofrece un plan de carrera ó desarrollo al personal del grupo. Los resultados en el nivel administrativo e inventarios fueron capaces de sostener los procesos del Centro de Distribución (C.D.) y de obtener mejoras y logros sorprendentes en el manejo de los materiales y servicio al cliente.