



UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO  
FACULTAD DE INGENIERÍA.  
INGENIERÍA CIVIL INDUSTRIAL

## INFORME DE PRÁCTICA I

NRC: 12224 / 6926

Empresa: Bravium Chile SPA  
Alumno: Edgardo López Morales

**Santiago – Chile**  
**Junio, 2025**

### IDENTIFICACIÓN DEL ALUMNO:

ALUMNO	Edgardo Andrés López Morales
RUN	19.389.787-8
TELÉFONO	+56985059009
EMAIL INSTITUCIONAL	e.lopezmorales@uandresbello.edu

### IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA:

EMPRESA	Bravium Chile SPA
DIRECCIÓN*	CALLE: Alonso de Córdova NÚMERO: 5670 COMUNA: Las Condes CIUDAD: Santiago
TIPO DE EMPRESA	<input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA <input type="checkbox"/> INSTITUCIÓN PÚBLICA
RUBRO	<div> <input type="checkbox"/> AGRICOLA           <input type="checkbox"/> FINANCIERA         </div> <div> <input checked="" type="checkbox"/> COMERCIO           <input type="checkbox"/> TRANSPORTE         </div> <div> <input type="checkbox"/> MANUFACTURERA           <input type="checkbox"/> SALUD         </div> <div> <input type="checkbox"/> MINERIA           <input type="checkbox"/> SERVICIOS         </div> <div> <input type="checkbox"/> OTRO; _____         </div>

## IDENTIFICACIÓN DEL SUPERVISOR:

SUPERVISOR (A)	Cristian Soto Silva
ACTIVIDAD / CARGO	Especialista en Excelencia Operacional
EMAIL	cristian.soto@bravium.io
FONO DE CONTACTO	+56 9 9128 0709

## INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE PRÁCTICA:

FECHA DE INICIO:	08/04/2025
FECHA DE FINALIZACIÓN	30/06/2025
FECHA DE ENTREGA DE INFORME	02/07/2025

**Sin firma no se acepta el  
informe**

  
cristian soto

  
DANIELA ÁVILA RAMÍREZ  
Gerente Comercial  
Bravium Chile SpA

  
FIRMA SUPERVISOR



## TABLA DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN.....	6
2.	IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
2.1	Identificación de la Organización: .....	7
2.2	Descripción de la Unidad de Trabajo.....	8
3.	ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	8
3.1	Descripción de las Tareas Asignadas .....	8
3.2	Identificación de Oportunidades de Mejora .....	9
3.3	Mejora y Sugerencia en los Procesos .....	10
3.4	Modelo de Datos.....	13
3.5	Bitácora.....	18
4.	ANÁLISIS DE PROCESO DE PRÁCTICA.....	22
4.1	Competencias técnicas desarrolladas o fortalecidas durante la realización de la práctica, asociadas al perfil de egreso .....	22
5.	CONCLUSIONES.....	24
6.	ANEXO: EVIDENCIAS DETALLADAS.....	25

## 1. INTRODUCCIÓN

La realización de una práctica laboral representa una instancia crucial en la formación de un Ingeniero Civil Industrial, pues permite aplicar conocimientos teóricos en un entorno real de trabajo, enfrentando desafíos concretos y dinámicas propias del mundo profesional. Durante este proceso se fortalecen no solo habilidades técnicas, sino que también se adquieren competencias transversales como trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión de procesos y comunicación efectiva.

La práctica se llevó a cabo en la empresa Bravium Chile SPA, una compañía del rubro tecnológico dedicada a la fidelización de clientes mediante plataformas digitales de canje de puntos. La empresa opera en diversos países de Latinoamérica y su modelo de negocio se basa en la conexión de ecosistemas digitales para fortalecer la relación entre marcas y sus usuarios finales. El área específica en la que se desarrolló la práctica fue el área de logística y postventa, con foco en la operación de LATAM Pass, uno de los principales clientes de Bravium.

Desde mi perspectiva de estudiante, esta experiencia ha sido enriquecedora, ya que ha permitido conocer desde dentro el funcionamiento de una empresa multinacional, así como entender los flujos logísticos, la comunicación y las implicancias que estos tienen en la satisfacción del cliente final. El proceso de práctica ha exigido habilidades de análisis, adaptabilidad, manejo de herramientas digitales y un enfoque constante en la mejora continua, lo que ha contribuido significativamente al desarrollo profesional y personal.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

### 2.1 Identificación de la Organización:

Bravium Chile SPA es una empresa de origen brasileño con presencia en varios países de Latinoamérica, entre ellos Chile, México, Colombia, Argentina, Uruguay y Perú. Su modelo de negocio se basa en brindar soluciones de fidelización para empresas a través de plataformas digitales que operan bajo el formato de ecommerce, pero con una lógica de canje de productos por puntos acumulados por los usuarios.

Bravium surge en Brasil como una empresa orientada a conectar marcas con consumidores mediante ecosistemas digitales personalizados. Su foco está en transformar experiencias de fidelización en acciones medibles, utilizando plataformas escalables y soluciones tecnológicas adaptables.

**Misión:** Conectar marcas y personas a través de experiencias de fidelización significativas, personalizadas y medibles.

**Visión:** Ser líderes en innovación tecnológica aplicada a la fidelización de clientes en Latinoamérica.

En cuanto a la estructura organizacional, Bravium Chile está compuesta por un equipo ejecutivo liderado por la Gerente Comercial, Daniela Ávila, e incluye personal en áreas de operaciones, compras, catálogo, cuentas claves, y logística. A su vez, se apoya en equipos regionales y soporte de Brasil para la operación de las plataformas.

El rubro económico de Bravium es Servicios tecnológicos y comercio digital. Y sus principales servicios son la administración de plataformas de canje de puntos, gestión logística, soporte a usuarios y desarrollo de campañas de marketing digital (Día de la Madre, CyberDay, etc.).

#### **Clientes principales:**

LATAM PASS (79% de los canjes, 39% de las ganancias).

BAYER AGRÍCOLA CHILE (20% de los canjes, 60% de las ganancias).

ITAÚ (1% de los canjes y 1% de las ganancias).

## 2.2 Descripción de la Unidad de Trabajo.

### Área de Trabajo: Logística / Postventa LATAM PASS.

#### Funciones del Área:

- Seguimiento de entregas de productos.
- Coordinación con operador logístico (LOGINSA) y courier (Blueexpress).
- Atención de reclamos y postventa de clientes.
- Gestión de inventario físico y virtual.
- Resolución de problemas asociados a productos defectuosos, desistimientos, devoluciones y quiebres de stock.

#### Equipo de trabajo:

Daniela Ávila – Gerente Comercial.

Cristian Soto – Especialista en Excelencia Operacional (supervisor directo).

Tamara Leyton – Analista de Compras.

Pamela Castillo – Analista de Catálogo.

Victoria Leiva – KAM Bayer.

Equipo logístico de Loginsa y soporte técnico desde Brasil.

## 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

### 3.1 Descripción de las Tareas Asignadas

Durante la práctica, desempeñé funciones en el área de logística y postventa del programa LATAM Pass. Las principales tareas incluyeron:

- Ingreso y control de reclamos de usuarios (desistimientos, devoluciones, errores en productos, productos defectuosos, etc.).
- Coordinación con operadores logísticos de LOGINSA y la empresa de courier Blueexpress para la gestión de envíos.
- Apoyo en la elaboración de reportes de seguimiento en Excel.
- Validación de stock entre catálogo digital y bodega física.
- Actualización de casos de postventa.
- Comunicación con proveedores para gestionar reemplazos y reposiciones.



Las tareas recién mencionadas están directamente relacionadas con los procesos de logística inversa, atención al cliente, control de calidad y gestión de la cadena de suministro. Utilicé herramientas como Excel avanzado, Power BI, Google Workspace, y plataformas internas de Bravium y LOGINSA.

### 3.2 Identificación de Oportunidades de Mejora

Problema	Causa:
<b>Falta de trazabilidad de productos en procesos de postventa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A veces es poco eficiente el sistema central, dado que no notifica en tiempo real el estado del caso.</li> <li>- Dependencia de correos electrónicos para confirmar acciones con operadores logísticos.</li> <li>-Falta de integración entre plataformas del cliente (LATAM), Bravium y LOGINSA</li> </ul>
<b>Inconsistencias entre el stock físico en bodega y el stock digital publicado en la plataforma de canjes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existencia de productos no físicos (como pasajes, reservas, experiencias o maquinaria bajo pedido) que no se almacenan en bodega, pero que figuran como disponibles en la plataforma.</li> <li>-Falta de sincronización en tiempo real entre los sistemas de publicación y los inventarios reales.</li> <li>-Procesos manuales de carga y actualización de stock, propensos a errores humanos o desajustes en el traspaso de información.</li> </ul>

### 3.3 Mejora y Sugerencia en los Procesos

En base a la(s) oportunidad de mejora identificada, identifique algunas tecnologías o productos innovadores que se puedan integrar a los procesos y que agreguen valor o que permitan dar solución en forma parcial o completa al problema.

#### **Producto/Tecnología 1: Sistema ERP ligero con trazabilidad logística**

Uno de los principales desafíos identificados fue la inconsistencia entre los productos disponibles físicamente y aquellos visibles en la plataforma de canjes. Esto se relaciona con la falta de integración entre las distintas áreas (catálogo, compras y logística), lo que genera descoordinación y errores en la visualización de disponibilidad, impactando directamente en la satisfacción del cliente y aumentando la carga del equipo postventa.

Frente a esto, se sugiere la incorporación de un sistema ERP (Enterprise Resource Planning) liviano, como Zoho Inventory u Odoo, los cuales permiten integrar en una sola plataforma los módulos de compras, ventas, inventario y logística. Ambas herramientas ofrecen:

- Gestión centralizada de productos, pedidos y stock en tiempo real.
- Trazabilidad por pedido y por producto, permitiendo conocer su estado exacto en la cadena de suministro.
- Notificaciones automáticas para alertar de quiebres de stock, pedidos detenidos o retrasos.
- Integración con plataformas de ecommerce o sistemas de canje personalizados mediante API o módulos externos.

### Proveedor y acceso:

- **Zoho Inventory:** [www.zoho.com/inventory](http://www.zoho.com/inventory)
- **Odoo:** [www.odoo.com](http://www.odoo.com) – código abierto, altamente personalizable.

Ambos pueden implementarse en modalidad cloud (SaaS) y cuentan con versiones gratuitas o de bajo costo para empresas pequeñas y medianas.

Complete la siguiente tabla, en la cual se relaciona los productos/tecnologías propuestas con las causas de los problemas:

	Producto 1	Producto 2
trazabilidad	X	X
falta integración	X	X
errores manuales	X	

Estas herramientas permitirían mejorar la calidad del servicio postventa, reducir los tiempos de respuesta y asegurar la consistencia en la gestión de stock. Además, agregan valor al reducir la dependencia de tareas manuales y aumentar la escalabilidad del proceso.

### Producto/Tecnología 2: Automatización de flujos de comunicación

Otro cuello de botella frecuente en los procesos observados fue la gran cantidad de tareas manuales asociadas a la gestión de reclamos en Movidesk, así como la coordinación logística posterior con proveedores y áreas internas. Aunque Movidesk centraliza los tickets de clientes, gran parte del seguimiento operativo, la asignación interna y la actualización de estados se realiza de forma manual, lo que incrementa el riesgo de errores, demoras y pérdida de trazabilidad.

Para abordar esta problemática, se propone la implementación de herramientas de automatización como Power Automate o Zapier, que permiten conectar diferentes plataformas utilizadas por la empresa y automatizar tareas repetitivas. Algunas de las automatizaciones útiles serían:

- Automatizar flujos dentro de Movidesk, como: cuando se recibe un ticket de reclamo, se crear automáticamente una tarea interna asignada a un responsable del equipo o marcarla con una etiqueta específica según el tipo de caso.
- Enviar respuestas automáticas a los clientes cuando el estado del ticket cambia (por ejemplo, cuando el pedido es despachado, devuelto o compensado).
- Generar registros automáticos de eventos en una base de datos compartida (como Google Sheets o Excel Online) para facilitar el seguimiento y posterior análisis de tiempos de respuesta, causas frecuentes y eficiencia del proceso.
- Conectar plataformas como Gmail, Outlook, Movidesk, PRW, Excel o Google Sheets entre sí.

Estas herramientas permiten, además, programar recordatorios automáticos, conectar Movidesk con otras plataformas utilizadas por Bravium (como PRW o bases de datos de seguimiento logístico) y mantener una trazabilidad completa sin depender del envío manual de correos electrónicos o el uso de múltiples archivos Excel.

#### **Proveedor y acceso:**

**Power Automate:** es parte de la suite de Microsoft 365, con licencias disponibles para organizaciones que ya utilicen Outlook, Teams o Excel Online.

**Zapier:** está disponible en [www.zapier.com](http://www.zapier.com) y permite integrar más de 6.000 aplicaciones. Tiene planes gratuitos y de pago según el volumen de tareas mensuales.

### 3.4 Modelo de Datos

#### Importancia del Diseño de un Modelo de Datos

En el contexto de la práctica profesional en Bravium Chile, se detectó la necesidad de contar con una fuente única y confiable de información que permita visualizar, analizar y tomar decisiones sobre los procesos postventa, la trazabilidad de los pedidos y la gestión de reclamos. La falta de integración entre plataformas, el uso de múltiples planillas manuales y la actualización fragmentada de datos genera duplicidades, errores humanos y dificultades para obtener métricas precisas en tiempo real.

Diseñar un modelo de datos estructurado permite resolver estos problemas mediante la consolidación de información clave en un sistema único, relacional y dinámico. Esto no solo facilita la toma de decisiones basada en evidencia, sino que también mejora la eficiencia operativa al permitir el seguimiento de pedidos, tiempos de respuesta, causas frecuentes de reclamos, niveles de stock y desempeño por proveedor o campaña.

Además, este modelo permite generar reportes automáticos, visualizaciones interactivas y alertas ante desviaciones relevantes, apoyando así la transformación digital de la empresa y profesionalizando la gestión de datos en el área logística y postventa.

#### Levantamiento de Requerimientos

Dado que Bravium Chile ya dispone de la mayoría de los datos relevantes para la trazabilidad de pedidos, reclamos y desempeño logístico, el levantamiento de requerimientos se orientó a identificar qué datos ya existen, cómo están almacenados, su calidad actual y cómo deben relacionarse para apoyar la toma de decisiones.

En esta etapa, el foco estuvo en evaluar la estructura, origen y frecuencia de actualización de cada fuente de datos, con el objetivo de integrarlas en un modelo relacional funcional y visualizable mediante dashboards.

### **Diagnóstico de situación actual:**

- Los datos de clientes, pedidos y productos se encuentran registrados en plataformas internas como PRW o en planillas compartidas.
- Los reclamos postventa se gestionan a través de Movidesk, pero la información suele estar fragmentada (algunos casos cerrados sin resolución registrada, tiempos incompletos, etc.).
- No existe actualmente una vista unificada que relacione pedidos, productos y reclamos en un solo flujo, lo que dificulta el análisis integral de causas y tiempos.

### **Requerimientos refinados:**

En base a esto, se definieron los siguientes requerimientos funcionales del modelo:

- Integración de fuentes heterogéneas: Consolidar datos de PRW, planillas manuales y Movidesk en un único repositorio estructurado.
- Normalización de formatos: Unificar nombres de productos, estados de pedido, fechas y tipologías de reclamos para evitar duplicidades.
- Relaciones claras entre entidades: Establecer claves que permitan relacionar clientes con pedidos, productos y reclamos.
- Trazabilidad completa: Poder seguir un pedido desde su canje hasta su entrega o resolución postventa.
- Actualización automática o periódica: Minimizar tareas manuales y mantener la información actualizada para la toma de decisiones semanal.
- Capacidad de generar KPIs clave tales como:
  - Tiempo promedio de resolución de reclamos
  - Porcentaje de pedidos entregados en 5 días
  - Tasa de devoluciones

- Ranking de productos mas vendidos
- Ranking productos con mayores incidentes de fabrica
- Volumen de ventas por campaña, ciudad y canal

### **Datos requeridos:**

#### **Productos:**

SKU / Código del producto

Nombre del producto

Proveedor asociado

Stock disponible / stock comprometido

Numero de orden

#### **Gestión de reclamos:**

Motivo

Fecha de ingreso del ticket

Fecha de resolución

Tiempo de respuesta (días hábiles)

Canal de ingreso del reclamo (Movidesk, email interno, etc.)

#### **Datos complementarios:**

Región y ciudad de despacho

Campaña asociada

Método de envío (Loginsa, externo, reenvío por fuera)

### **Diseño del Modelo de Datos**

Se propone un modelo relacional que puede ser implementado en herramientas como Power BI, Google Sheets + Looker Studio (ex Data Studio), o bases SQL livianas si se requiere escalabilidad futura. A continuación, se detalla el esquema básico de entidades y relaciones:

## Tablas principales:

### Clientes

cliente\_id (PK)  
nombre  
correo

### Pedidos

pedido\_id (PK)  
cliente\_id (FK)  
fecha\_canje  
estado\_envio  
estado\_postventa  
ciudad  
region  
campaña  
metodo\_envio

### Productos

sku (PK)  
nombre\_producto  
proveedor  
stock\_disponible  
stock\_comprometido

### Detalle\_Pedido (relación entre pedidos y productos)

detalle\_id (PK)  
pedido\_id (FK)  
sku (FK)  
cantidad

### Reclamos\_Postventa

reclamo\_id (PK)  
pedido\_id (FK)  
tipo\_reclamo  
fecha\_ingreso  
fecha\_resolución  
dias\_respuesta  
canal\_ingreso  
resuelto\_por



### Relaciones clave:

- 1 cliente puede tener muchos pedidos → relación 1:N
- 1 pedido puede incluir muchos productos → relación N:M resuelta con tabla intermedia
- 1 pedido puede tener de 0 a 1 reclamos asociados

### Visualización esperada:

El modelo permitiría construir dashboards dinámicos con indicadores como:

- Tiempo promedio de resolución de reclamos
- Productos con mayor número de reclamos
- Nivel de cumplimiento de entregas por campaña
- Mapa de calor de reclamos por región
- Top 10 productos más vendidos y con más devoluciones

### Tecnologías sugeridas:

**Power BI:** para conexión directa a Excel, Google Sheets o SQL.

**Google Sheets + Looker Studio:** para dashboards colaborativos en la nube.

**Airtable o Notion (modo base de datos):** si se quiere una visualización editable e intuitiva para equipos no técnicos.

### 3.5 Bitácora

Complete en la siguiente tabla las actividades que ha realizado a la fecha en la práctica, especifique si la modalidad de la semana ha sido; virtual, presencial o híbrida.

SEM.	DÍAS	ACTIVIDADES	MODALIDAD
1	1-5	<p>Inducción general y bienvenida al equipo.</p> <p>Recepción de computador en calidad de préstamo.</p> <p>Participación en reuniones de planificación semanal.</p> <p>Tareas asignadas: respuesta a tickets de reclamo de clientes LATAM Pass, principalmente relacionados con pedidos no entregados o problemas de calidad.</p> <p>Inicio del proceso de solicitud de credenciales para plataformas internas (PRW y Movidesk).</p> <p>Observación de los procesos de gestión de pedidos y comunicación con proveedores.</p>	Híbrida
2	5-10	<p>Credenciales de acceso a plataformas Movidesk y PRW habilitadas parcialmente.</p> <p>Continuación en la gestión de reclamos, esta vez con uso de Movidesk para comunicación directa con Bravium LATAM.</p> <p>Se me asignó el ingreso de órdenes de compra al sistema, con supervisión directa.</p> <p>Participación en reuniones de análisis de métricas e identificación de cuellos de botella.</p>	Híbrida

		Comienzo del seguimiento a productos con quiebre de stock para detectar pedidos estancados.	
3		<p>Acceso completo a plataformas PRW y Movidesk.</p> <p>Inicio del contacto directo con otras áreas que gestionaban compras a proveedores.</p> <p>Consulta por fechas de llegada de productos pendientes, enfocándome en pedidos detenidos por quiebre de stock.</p> <p>Comienzo de la gestión de devoluciones: coordinación de retiro de productos por desistimiento, fallas o insatisfacción del cliente.</p> <p>Inicio del contacto por correo con Gladys y Genessis, responsables de los distintos procesos de retiro y reenvío de productos.</p> <p>Participación continua en reuniones semanales de coordinación.</p>	Híbrida
4		<p>Inicio del proceso de finalización de tickets de reclamo, revisando la entrega efectiva del pedido y notificando a Bravium LATAM o al cliente.</p> <p>Participación en reunión con el contacto directo de Loginsa, operador logístico, para solicitar mejoras en la atención de nuestras necesidades.</p> <p>Coordinación de órdenes de expedición de pedidos por fuera del sistema regular, ya sea por compensación,</p>	Híbrida

		<p>sustitución o solución a quiebres.</p> <p>Coordinación de correos múltiples que incluían a Loginsa, mi supervisor, y en algunos casos a la encargada de Bayer, dependiendo del cliente.</p> <p>Participación en análisis de campañas y desempeño logístico de semanas anteriores.</p>	
5		<p>Se me asignó la deshabilitación de productos en la plataforma interna, que ya no serían adquiridos o que se habían agotado definitivamente.</p> <p>Continuación de tareas de coordinación logística, envío por fuera y finalización de reclamos.</p> <p>Análisis de datos relacionados con reclamos: cálculo de tiempos promedio de resolución y categorización de motivos más frecuentes.</p> <p>Reuniones con equipo interno para proponer mejoras en clasificación de casos y tiempos de respuesta.</p>	Híbrida
6		<p>Elaboración de informes de ventas por campaña y por mes.</p> <p>Análisis de productos más vendidos del año 2025.</p> <p>Cálculo de indicadores de eficiencia logística, como:</p> <p>Tasa de pedidos entregados dentro de los 5 primeros días.</p>	Híbrida

		<p>Tasa de pedidos con más de 10 días de demora.</p> <p>Comparativa de ventas por ciudad y categoría de producto.</p> <p>Presentación preliminar de hallazgos en reunión de cierre semanal.</p>	
7		<p>Continuación de análisis de datos y redacción de informes para el equipo.</p> <p>Participación en reuniones de cierre con propuestas de mejoras para la gestión de reclamos y seguimiento de stock.</p> <p>Apoyo en tareas administrativas recurrentes como ingreso de órdenes, envío por fuera y verificación de entregas.</p> <p>Preparación de documentación y respaldo para traspaso de funciones y cierre de práctica.</p>	Híbrida

## 4. ANÁLISIS DE PROCESO DE PRÁCTICA.

### 4.1 Competencias técnicas desarrolladas o fortalecidas durante la realización de la práctica, asociadas al perfil de egreso

Durante la práctica en Bravium Chile SPA, pude fortalecer competencias técnicas fundamentales para un Ingeniero Civil Industrial, tales como:

- Gestión logística y cadena de suministro: Aprendí a coordinar procesos de distribución, seguimiento de pedidos y control de inventarios, comprendiendo la importancia de la sincronización entre los distintos actores (proveedores, operadores logísticos y clientes finales).
- Uso de herramientas tecnológicas: Manejo avanzado de Excel para análisis de datos y reportes, familiarización con plataformas de gestión logística y ERP, además de herramientas colaborativas como Microsoft Teams y Power BI para el seguimiento de indicadores.
- Análisis y optimización de procesos: Participé en la identificación de cuellos de botella y generación de propuestas de mejora, aplicando metodologías básicas de análisis de procesos y gestión de calidad.
- Comunicación técnica: Desarrollé habilidades para reportar y documentar procesos, problemas y soluciones de manera clara y profesional, facilitando la coordinación con equipos multidisciplinarios.

Estas competencias contribuyen a complementar mi perfil profesional, integrando conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas que aportan valor a la operación y gestión empresarial.

### 4.2 Competencias transversales desarrolladas o fortalecidas durante la realización de la práctica, asociadas al perfil de egreso

A lo largo de la práctica también fortalecí varias competencias transversales indispensables en el mundo laboral:

- Trabajo en equipo: Colaboré activamente con distintos equipos internos y externos, aprendiendo a integrar diferentes puntos de vista y habilidades para alcanzar objetivos comunes.
- Resolución de problemas: Me enfrenté a situaciones que requirieron análisis rápido y propuestas concretas para resolver inconvenientes operativos, mejorando mi capacidad de toma de decisiones bajo presión.
- Comunicación efectiva: Desarrollé la capacidad de comunicar ideas y reportes tanto oralmente como por escrito, adaptándome a distintos interlocutores y contextos.

- Adaptabilidad y aprendizaje continuo: La dinámica de la empresa exigió adaptarme rápidamente a cambios en procesos y tecnologías, manteniendo una actitud proactiva para aprender y aportar soluciones.

#### 4.3 Recomendaciones al director de Carrera

En base a la experiencia de la práctica realizada, realice algunas recomendaciones que permitan fortalecer los lazos con el centro de práctica o mejorar el proceso de búsqueda o desarrollo de la práctica I:

- Potenciar la vinculación con empresas tecnológicas que operen en sectores dinámicos y con fuerte componente digital, para ampliar la experiencia de los estudiantes en contextos de innovación y transformación digital.
- Incorporar en el plan de estudios casos prácticos y simulaciones basadas en operaciones logísticas y comercio electrónico, que reflejen las tendencias actuales del mercado.
- Establecer canales de feedback regulares entre alumnos, supervisores y la universidad para mejorar la experiencia y resultados de la práctica.

#### 4.4 Recomendaciones al Supervisor o Jefe Directo

- Facilitar la rotación o exposición del practicante a distintas áreas relacionadas, para ampliar la comprensión integral de los procesos y la empresa.
- Incluir sesiones de mentoría periódicas para orientar el desarrollo profesional y técnico del practicante.
- Proveer materiales o recursos adicionales sobre las herramientas tecnológicas usadas, para acelerar la curva de aprendizaje.
- Potenciar la participación activa del practicante en proyectos de mejora continua, promoviendo la innovación y autonomía.

## 5. CONCLUSIONES

La práctica profesional realizada en Bravium Chile SPA representó una instancia de gran valor formativo, tanto en lo técnico como en lo personal. Esta experiencia me permitió aplicar herramientas y conocimientos adquiridos durante la carrera, pero también me enfrentó a dinámicas reales de trabajo en un entorno con alta demanda operativa, lo que me exigió adaptabilidad, proactividad y una comprensión sistémica de los procesos logísticos y postventa. A través de la gestión de reclamos, coordinación con proveedores, análisis de datos y uso de plataformas como Movidesk y PRW, comprendí cómo las decisiones diarias, aunque operativas, tienen un impacto directo en la experiencia del cliente final y en los resultados de la empresa.

Uno de los aspectos más valiosos fue identificar oportunidades de mejora reales dentro del proceso, como la falta de trazabilidad en los pedidos o la fragmentación de información entre sistemas, donde a partir del análisis de los procesos observados, elaboré propuestas de mejora como un modelo de datos relacional y la automatización de flujos de comunicación que, si bien no se implementaron durante la práctica, el ejercicio de identificar estos espacios de mejora me permitió comprender con mayor claridad el rol que puede desempeñar un ingeniero civil industrial desde una perspectiva estratégica, enfocada en la eficiencia operativa, la integración tecnológica y la mejora continua.

Además, reforcé competencias transversales clave como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y el análisis crítico, las cuales son pilares fundamentales del perfil de egreso. La práctica también me ayudó a fortalecer mi interés por el área de operaciones y logística, reafirmando mi motivación por seguir desarrollándome profesionalmente en contextos donde se combinen datos, procesos y experiencia de usuario. Esta vivencia me deja no solo aprendizajes técnicos aplicables, sino también una mayor claridad sobre cómo quiero ejercer mi rol como futuro ingeniero, con compromiso, visión integral y orientación al cambio positivo dentro de las organizaciones.



## 6. ANEXO: EVIDENCIAS DETALLADAS

Evidencia N°1									
Enero	Ticket	Motivo	Aberto em	1º resposta	Status	Data da última ação	Categoria	Tiempo 1era respuesta (dias)	Tiempo finalizado (dias)
	479343	Atraso	31-01-2025	01-02-2025	Finalizado	19-02-2025	Produto não entregue	1	14
	476398	Desestimiento	27-01-2025	27-01-2025	Finalizado	27-01-2025	Solicitação de serviço	1	1
	477350	Entrega incompleta	28-01-2025	28-01-2025	Finalizado	30-01-2025	Produto não entregue	1	3
	478202	Atraso	29-01-2025	29-01-2025	Finalizado	25-02-2025	Produto não entregue	1	20
	463840	Producto dañado	06-01-2025	07-01-2025	Finalizado	07-01-2025	Solicitação de serviço	2	2
	463929	Entrega incompleta	06-01-2025	07-01-2025	Finalizado	08-01-2025	Produto não entregue	2	3
	464122	Entrega incompleta	06-01-2025	07-01-2025	Finalizado	07-01-2025	Produto não entregue	2	2
	465049	Entrega incompleta	07-01-2025	15-01-2025	Finalizado	23-01-2025	Produto não entregue	7	13
	465118	Producto dañado	07-01-2025	15-01-2025	Finalizado	23-01-2025	Outros	7	13
	465136	Entrega incompleta	07-01-2025	17-01-2025	Finalizado	07-02-2025	Produto não entregue	9	24
	467761	Producto con problemas	10-01-2025	28-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Solicitação de serviço	13	13
	467792	Producto con problemas	10-01-2025	24-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Outros	11	13
	467873	Solicitud de servicio	10-01-2025	15-01-2025	Finalizado	15-01-2025	Outros	4	4
	469116	Entrega incompleta	13-01-2025	15-01-2025	Finalizado	15-01-2025	Produto não entregue	3	3

469210	Producto dañado	13-01-2025	24-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Solicitação de serviço	10	12
469224	Producto no entregado (estado entregado)	13-01-2025	24-01-2025	Finalizado	24-01-2025	Produto não entregue	10	10
469449	Atraso	14-01-2025	15-01-2025	Finalizado	15-01-2025	Produto não entregue	2	2
470221	Desestimio	15-01-2025	15-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Solicitação de serviço	1	10
475168	Atraso	23-01-2025	24-01-2025	Finalizado	24-01-2025	Produto não entregue	2	2
475212	Desestimio	23-01-2025	28-01-2025	Finalizado	25-02-2025	Outros	4	24
475248	Producto dañado	23-01-2025	28-01-2025	Finalizado	11-02-2025	Outros	4	14
473626	Atraso	21-01-2025	21-01-2025	Finalizado	27-01-2025	Produto não entregue	1	5
473746	Producto con problemas	21-01-2025	22-01-2025	Finalizado	01-02-2025	Solicitação de serviço	2	9
473845	Atraso	21-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	2	6
473864	Atraso	21-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	2	6
473870	Producto con problemas	21-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	2	6
474151	Desestimio	22-01-2025	22-01-2025	Finalizado	22-01-2025	Solicitação de serviço	1	1
470447	Entrega incompleta	15-01-2025	16-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	2	10
470455	Entrega incompleta	15-01-2025	23-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	7	10
470461	Entrega incompleta	15-01-2025	16-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	2	10
470471	Entrega incompleta	15-01-2025	23-01-2025	Finalizado	23-01-2025	Produto não entregue	7	7

47047 8	Desestimio	15-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Outros	6	10
47048 1	Desestimio	15-01-2025	16-01-2025	Finalizado	27-01-2025	Outros	2	9
47053 9	Atraso	15-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	6	10
47059 6	Producto con problemas	15-01-2025	16-01-2025	Finalizado	16-01-2025	Solicitação de serviço	2	2
47133 3	Producto con problemas	16-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Solicitação de serviço	5	9
47133 8	Atraso	16-01-2025	16-01-2025	Finalizado	16-01-2025	Produto não entregue	1	1
47136 1	Producto erróneo	16-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Solicitação de serviço	5	9
47137 2	Desestimio	16-01-2025	22-01-2025	Finalizado	22-01-2025	Solicitação de serviço	5	5
47138 9	Atraso	16-01-2025	22-01-2025	Finalizado	28-01-2025	Produto não entregue	5	9

Promedio (días)	1era respuesta	Finalizar
	4	8,4

Categorias	No entregue	Solicitud de servicio	Outros	Problema	total
(cantidad)	22	11	7	0	40
	55%	28%	18%	0%	100%

Recolección de datos de ticket de reclamos, calculando tiempos de la primera respuesta y tiempo de finalización de reclamo por mes, para posteriormente calcular indicadores. La tabla de la evidencia solo considera el mes de enero, no obstante, esta tabla se hizo para enero, febrero, marzo, abril y mayo.

## Evidencia N°2

### Enero

Motivo	Cantidad	%
Atraso	10	25%
Desestimiento	7	18%
Entrega incompleta	10	25%
Producto erróneo	1	3%
Producto dañado	4	10%
Producto con problemas	6	15%
Solicitud de servicio	1	3%
Producto no entregado (estado entregado)	1	3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>1</b>

### Febrero

Motivo	Cantidad	%
Atraso	5	28%
Desestimiento	2	11%
Entrega incompleta	2	11%
Producto erróneo	1	6%
Producto dañado	1	6%
Producto con problemas	1	6%
Solicitud de servicio	3	17%
Producto no entregado (estado entregado)	3	17%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

### Marzo

Motivo	Cantidad	%
Atraso	12	27%
Desestimiento	9	20%
Entrega incompleta	5	11%
Producto erróneo	4	9%
Producto dañado	4	9%
Producto con problemas	6	14%
Solicitud de servicio	4	9%
Producto no entregado (estado entregado)	0	0%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Abril

Motivo	Cantidad	%
Atraso	17	44%
Desestimio	6	15%
Entrega incompleta	4	10%
Producto erróneo	1	3%
Producto dañado	2	5%
Producto con problemas	5	13%
Solicitud de servicio	4	10%
Producto no entregado (estado entregado)	0	0%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

Mayo

Motivo	Cantidad	%
Atraso	8	21%
Desestimio	5	13%
Entrega incompleta	6	16%
Producto erróneo	0	0%
Producto dañado	2	5%
Producto con problemas	8	21%
Solicitud de servicio	7	18%
Producto no entregado (estado entregado)	2	5%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Analisis de la recolección de datos de motivos de reclamos

### Evidencia N°3

Motivo/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Atraso	10	5	12	17	8
Desestimio	7	2	9	6	5
Entrega incompleta	10	2	5	4	6
Producto erróneo	1	1	4	1	0
Producto dañado	4	1	4	2	2
Producto con problemas	6	1	6	5	8
Solicitud de servicio	1	3	4	4	7
Producto no entregado (estado entregado)	1	3	0	0	2
	40	18	44	39	38

Total Reclamos/Motivo (Enero-Mayo)	Media Motivo/mes	Mediana	Desv St	Frecuencia Relativa
52	10,4	10	4,03	29%
29	5,8	6	2,32	16%
27	5,4	5	2,65	15%
7	1,4	1	1,36	4%
13	2,6	2	1,20	7%
26	5,2	6	2,32	15%
19	3,8	4	1,94	11%
6	1,2	1	1,17	3%
179	35,8	39	9,13	100%

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Promedio tiempo en finalizar ticket (Días)	8,4	10	10	7	8

Tasa Prods con fallo	22%	(Prod con problemas (proveedor) y Prod dañado (empresa transporte))
Tasa reclamos logísticos	59%	(Atraso, entrega incompleta, producto erróneo, producto dañado y no entregado)
Tasa cambios	26%	(Producto erróneo, Prod dañado y prod con problemas)
Tasa retirar productos	42%	(Desestimio, producto erróneo, prod dañado, prod con problemas)

#### Observaciones:

Los motivos mas frecuentes son Atraso, Desestimio, Entrega incompleta y producto con problemas.

Entrega incompleta refiere a cuando le llega el pedido por separado (confunde)

Se diferencia Producto dañado (por empresa de transporte) y producto con problemas (de fabrica).

Solicitud de servicio abarca todo lo que es cambio de dirección, solicitud de factura, entrega de informacion, etc.

De los motivos mas frecuentes solo podemos controlar (en cuanto a logística) Atraso y Entrega incompleta, pues la mayoría de desestimientos son porque al cliente no le gustó el producto o no cumplio con sus expectativas, y Producto con problemas depende netamente del proveedor.

### Análisis general de reclamos LATAM PASS

## Evidencia N°4

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Cant. Canjes entregados	1620	1286	1520	2411	1897	1724	10458

Moda	Media	Mediana	desvSt
2	4,5	4,5	4,1448

Días con mas de 100 canjes	41	29%
Entregas en menos de 5 días	8231	79%
entregas en mas de 10 días	1087	10%

Etiquetas de fila	Promedio de Tiempo (días)
+ ene	5,5
+ feb	5,1
+ mar	4,4
+ abr	4,1
+ may	4,2
+ jun	4,1
Total general	4,5

	Días con mas canjes 2025
Etiquetas de fila	Cuenta de ItemStatusName
12-jun	254
13-jun	193
08-abr	187
07-jun	185
11-jun	183
06-may	179
03-abr	173
29-abr	163
02-abr	157
22-abr	152
17-abr	147 (extracto)

## Análisis de canjes

## Evidencia N°5

Productos mas canjeados 2025	Cantidad
Audífonos Bluetooth In Ear TWS ANC BUDS30 Master-G	575
Sandwichera Panini Thomas TH-975	540
Audífonos Inalámbricos Bluetooth Táctil I12 Tws Blanco	490
Termo Stanley Classic Lava   591 ml	464
Multimixer Oster 2612	463

Suma de Tiempo (días)	Etiquet	ene	feb	mar	abr	may	jun	Total Entregue	Total gener
Etiquetas de fila	Entregue								
Audífonos Bluetooth In Ear TWS ANC BUDS30 Master-G		316	51	45	65	36	62	575	57
CL9199		316	51	45	65	36	62	575	57
Sandwichera Panini Thomas TH-975		16	106	118	100	113	87	540	54
CL8805		16	106	118	100	113	87	540	54
Audífonos Inalámbricos Bluetooth Táctil I12 Tws Blanco		49	21	4	165	199	52	490	49
CL9155		49	21	4	165	199	52	490	49
Termo Stanley Classic Lava   591 ml		450				14		464	46
CL9537		450				14		464	46
Multimixer Oster 2612		31	49	66	162	76	79	463	46
CL8793		31	49	66	162	76	79	463	46
Plancha De Ropa Oster GCSTBS6052		103	105	81	78	58	33	458	45
CL8802		103	105	81	78	58	33	458	45
Tostador De Pan Thomas TH-126		45	26	36	130	107	38	382	38
CL8814		45	26	36	130	107	38	382	38
Freidora de aire 6 L Clear Fry Mouvoir			40	143	95	39	64	381	38
CL9968			40	143	95	39	64	381	38
Smart TV LED 32" Android HD Bluetooth MGAE32F Master-G		160	40	84	90			374	37
CL9339		160	40	84	90			374	37
Freidora de aire 6 L Fry Mouvoir			13	48	112	32	161	366	36
CL9969			13	48	112	32	161	366	36
Multimixer Oster 2609		18	33	35	74	94	91	345	34
CL8792		18	33	35	74	94	91	345	34
Microondas Thomas TH-20S01		26	73	20	84	66	75	344	34
CL8791		26	73	20	84	66	75	344	34
Plancha Thomas TH-7300		29	16	30	81	95	85	336	33
CL8803		29	16	30	81	95	85	336	33

(extracto)

Análisis de productos mas vendidos por mes y campaña.



## Evidencia N°6

Etiquetas de fila	Cuenta de ItemId	Etiquetas de fila	Cuenta de IdItemOrder
Santiago	5156	BRBCL	2371
Cachapoal	637	BRMCL	50
Valparaíso	516	GPCL01	72
de Concepción	486	GPCL03	5823
Cautín	438	GPCL04	1332
Maipo	315	GPCL06	152
Talca	261	GPCL07	88
Curicó	256	GPCL08	293
Chacabuco	251	GPCL09	2
Cordillera	244	GPCL22	101
Colchagua	243	GPCL31	233
Talagante	211	GPCL34	22
Linares	202	GPCL36	24
Llanquihue	174	GPCL37	82
Diguillín	160	GPCL39	934
Elqui	159	GPCL47	31
Osorno	151	ITACL	34
Marga Marga	145	<b>Total general</b>	<b>11644</b>
Malleco	144		
Quillota	142		
Valdivia	132		
San Felipe de			
Aconcagua	130		
Los Andes	121		
Antofagasta	121		
Melipilla	100		
Bío-Bío	72		
Ranco	67		
Iquique	65		
San Antonio	62		
Punilla	55		
Copiapó	53		
Arica	48		
Limarí	48		
Magallanes	44		
Arauco	35		
Chiloé	31		
El Loa	30		
Petorca	23		
Cauquenes	21		

Coihaique	20
Huasco	13
Choapa	11
Cardenal Caro	8
última Esperanza	7
Tocopilla	6
Itata	6
Aysen	5
Capitán Prat	4
Isla de Pascua	3
Concepción	2
Chañaral	2
Los Angeles	1
San Felipe	1
	1
Tierra del Fuego	1
Valparaíso	1
Viña del Mar	1
Antártica Chilena	1
Chillán	1
Tucapel	1
<b>Total general</b>	<b>11645</b>

Recolección de datos de canjes por ciudad, y de canjes por campaña.

