

# Modelo Canvas: Automatización del Proceso de Compras en SGI Hidrocarburos



## PROBLEMA

- Baja trazabilidad en las solicitudes y aprobaciones de compras, generando demoras y falta de control documental.
- Dependencia de procesos manuales (correos, hojas de cálculo) que incrementan errores y retrabajos.
- Falta de integración entre el proceso de compras y los sistemas contables o de inventario, dificultando la gestión integral de datos.

## ALTERNATIVAS EXISTENTES

- Gestión mediante formularios manuales y hojas Excel compartidas.
- Uso de correo electrónico y Google Drive para control básico de compras.
- Adquirir software genéricos de gestión de compras (ERP de terceros).



## SOLUCION

- Desarrollo de una plataforma digital de compras automatizada, integrada al ecosistema tecnológico, con los siguientes módulos:
- Registro y aprobación de solicitudes.
  - Catálogo de proveedores e historial de compras.
  - Alertas automáticas de aprobación y control presupuestal.
  - Panel de indicadores.



## METRICAS CLAVE

- Tiempo promedio de aprobación de compras (meta: reducción del 40%).
- Porcentaje de solicitudes con trazabilidad completa (meta: 100%).
- Disminución de errores en órdenes (meta: <5%).
- Nivel de satisfacción de usuarios internos (meta: ≥90%).
- Ahorro operativo anual (meta: COP \$20.000.000).



## PROPUESTA DE VALOR

Plataforma digital interna que automatice y sistematice el proceso de compras, integrando solicitud, aprobación, seguimiento a proveedores y control presupuestal en un solo entorno, garantizando eficiencia, trazabilidad y transparencia en la gestión de adquisiciones.

## CONCEPTO DE ALTO NIVEL

“El LIMS del área de Compras” — así como el laboratorio cuenta con un sistema interno (LabControl) para gestionar datos analíticos, esta solución replicará su lógica de eficiencia y control, aplicada a la gestión administrativa.



## VENTAJA DESLEAL

Desarrollo interno y personalizado de la solución, completamente adaptado al modelo operativo de SGI Hidrocarburos, lo que garantiza flexibilidad, independencia tecnológica y alineación estratégica con sus demás sistemas digitales. Además, el conocimiento interno del proceso y la cultura organizacional dificulta que competidores externos repliquen fácilmente esta solución.



## CANALES

- Implementación directa en la intranet corporativa de SGI Hidrocarburos.
- Capacitación interna al personal por medio de talleres.
- Comunicación institucional vía correo, boletines y reuniones de lanzamiento.



## SEGMENTOS DE CLIENTES

- Clientes internos: Todas las áreas de SGI Hidrocarburos, quienes requieren agilidad y trazabilidad en la adquisición de insumos y/o servicios.
- Usuarios objetivo: líderes de área, analistas de compras y personal operativo que gestionan solicitudes y aprobación.
- Clientes externos: proveedores estratégicos que interactúan con el sistema de órdenes de compra y entregas.

## PRIMEROS USUARIOS

- Subgerencia
- Coordinación de Compras
- Área de Contabilidad
- Directivos (como usuarios validadores del flujo de requisiciones)



## ESTRUCTURA DE COSTOS

### Costos fijos:

- Desarrollo y programación de la plataforma (COP \$30.000.000).
- Licencias y hosting anual (COP \$5.000.000).
- Capacitación y soporte técnico (COP \$5.000.000).

### Costos variables:

- Actualizaciones periódicas (COP \$2.000.000/año).
- Mantenimiento técnico (COP \$3.000.000/año).



## PUNTO DE EQUILIBRIO

El proyecto alcanzará su punto de equilibrio en 2 años aprox., considerando los ahorros operativos derivados de la digitalización del proceso y la reducción de tiempos de compra.



## FUENTES DE INGRESOS

- Inversión interna (financiamiento propio): COP \$45.000.000 destinados a desarrollo, licencias y capacitación.
- Ahorros derivados de eficiencia operativa: estimado en COP \$20.000.000 anuales por reducción de tiempos y errores.
- Retorno proyectado: recuperación de la inversión en un plazo de 23 años mediante ahorros en costos administrativos.