



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

INFORME DE PASANTÍA REALIZADA EN LA EMPRESA:

ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”

PASANTÍA DE EXTENSIÓN PROFESIONAL OCUPACIONAL PARA OPTAR AL

GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN
LOGÍSTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL

.

Tutor: Mgtr. Robert Nicholson

Autora: Basilia Angelica López Briceño

Ciudad de Panamá, 30 de diciembre de 2025



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

INFORME DE PASANTÍA REALIZADA EN LA EMPRESA:
ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”

PASANTÍA DE EXTENSIÓN PROFESIONAL OCUPACIONAL PARA OPTAR AL

GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN LOGÍSTICA
Y COMERCIO INTERNACIONAL

Autora: Basilia Angelica López Briceño

Ciudad de Panamá, 30 de diciembre de 2025



Ciudad de Panamá, 20 de diciembre de 2025.

Profesor (a)

Héctor Mazurkiewicz

Comité de Titulación de Estudios de Grado y Postgrado.

En mi carácter de Tutor de Pasantía de Extensión Ocupacional Profesional (PEOP), presentado por el (la) Bachiller, Basilia Angelica López Briceño, para optar por el grado de Lic. en Administración con énfasis Logística y Comercio Internacional considero que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,

Mgtr. Robert Nicholson

Tutor de Pasantía



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA OPCIÓN DE TITULACIÓN DE
PASANTIA DE EXTENSIÓN OCUPACIONAL PROFESIONAL

Carrera de Licenciatura: Lic. en Administración con énfasis Logística y Comercio Internacional

Estudiante: Basilia Angelica López Briceño

Tutor (a): Mgtr, Prof. (a) ROBERT NICHOLSON

Título tentativo Pasantía de Extensión Ocupacional Profesional (PEOP).

Línea de Investigación: Administración de Empresas

SESIÓN	FECHA	HORA REUNIÓN	ASPECTO TRATADO	OBSERVACIÓN
1	29-08-25	9:00am	Presentación de las ideas de trabajo	Análisis de actividades
2	12-09-25	10:00 am	Revisión de las actividades a ejecutar	Feedback de las actividades Planteadas
3	12-11-25	6:00 pm	Seguimiento en la ejecución de las actividades	Socialización de las experiencias y recomendaciones.
4	26-11-25	6:00 pm	Revisión aspectos generales del informe.	Recomendaciones para la redacción de los aspectos generales del informe

5	05-12-25	7:00pm	Revisión capítulo I	Sugerencias de mejora en los organigramas
6	12-12-25	6:30pm	Revisión capítulo II	Sugerencia de mejora en la redacción.
7	22-12-25	7:10pm	Revisión Capítulo III	Sugerencias en la propuesta para mejora de la problemática
8	07-01-26	8:00 pm	Revisión de alternativas	Sugerencias para mejorar
9	12-01-26	8:00 pm	Revisión II de alternativas	Revisión de correcciones.
10	22-01-26	7:00 pm	Revisiones finales	Revisión general final

Título definitivo: INFORME DE PASANTÍA REALIZADA EN LA EMPRESA ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”.

Comentarios finales acerca de la investigación: Declaramos que las especificaciones anteriores representan el proceso de dirección del trabajo de grado



Firma Tutor



Firma Estudiante

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
PORTADA INTERNA	2
CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.	3
INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA OPCIÓN DE TITULACIÓN DE	4
ÍNDICE GENERAL	6
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN.....	11
Capítulo I. MARCO DE REFERENCIA DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN DONDE REALIZÓ LA PASANTÍA	12
1. Definición de la universidad y carrera que se estudia	12
2. Licenciatura en Administración con énfasis en Logística y Comercio Internacional .	12
3. Antecedentes de la Empresa Alimentos del Istmo S.A “PepsiCo”	13
4. Misión de la Empresa Alimentos del Istmo, “Pepsico”	14
5. Visión de la Empresa Alimentos del Istmo, “Pepsico”	14
6. Estructura Organizacional Empresa Alimentos del Istmo, “PepsiCo”	14
7. Descripción de la Actividad.....	15
8. Departamento Donde se Realizó la Pasantía.....	15
8.1 Estructura Organizativa del Departamento	16
8.2 Descripción del Cargo Ocupado	16
8.3 Relación del Departamento con Otros Departamentos	16

8.4 Importancia del Departamento de Supply Chain	17
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA.....	18
1. Funciones Realizadas.	18
2. Análisis de Desempeño.	21
2.1 Limitaciones y Dificultades Presentadas	21
2.2 Aportes y Conocimientos de la Experiencia a la Formación Profesional.	21
2.3 Relación de la Pasantía con la Carrera Estudiada.	22
2.4 Cronograma de Actividades (Fechas, Tipos de Gráficos y Especificaciones).	23
CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO OBSERVACIONAL	28
1. Descripción de la Problemática Observada.....	28
2. Alternativas de Solución a la Problemática Planteada.....	28
CONCLUSIONES	30
RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN	32
ANEXOS.....	33
GLOSARIO DE TÉRMINOS DE SUPPLY CHAIN	36

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. cronograma de actividades (semanas 1 y 2).	23
Tabla 2. Cronograma de actividades (semanas 3 y 4).	25
Tabla 3. Cronograma de actividades (semanas 5 y 6)	26
Tabla 4. Cronograma de actividades (semanas 7 y 8).	27

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura organizacional de la empresa alimentos del istmo PepsiCo	15
Figura 2: Estructura organizativa del departamento	16
Figura 3: Ciclo de S&OP- S&OE	20
Figura 4: Building Block Input	20



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

INFORME DE PASANTÍA REALIZADA EN LA EMPRESA:
ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”

Autora: Basilia Angelica López Briceño

Tutor: Mgtr. Robert Nicholson

Año: 2025

RESUMEN

Esta práctica profesional realizada en la empresa PepsiCo, permitió adquirir conocimientos más amplios y relacionarlos con los aprendizajes teóricos adquiridos en todas las etapas de la vida universitaria, permitiendo tener un aprendizaje integral. PepsiCo como empresa multinacional que lidera las principales marcas de alimentos en todo el mundo, mantiene procesos robustos en el área de Supply Chain, específicamente en el área de planeación de la demanda mediante los ciclos de Sales Operations Planning (SOP) y Sales Operation Execution (SOE), siendo estos la columna vertebral en la planificación y producción del portafolio para las unidades de negocio como son: Galletas, Snacks y Alimentos manejando un portafolio de 300 productos entre todas las categorías, siendo producidos en 7 plantas de producción diferentes. En la práctica realizada se observó la importancia que tiene para el negocio la digitalización de todas sus áreas especialmente en Supply chain, esto se comprueba con la herramienta digital llamada digital SOP (DSNOP). En sincronía con esto, se detectaron algunas oportunidades dentro del proceso para la presentación de la data a los equipos funcionales, se propuso como solución el diseño e implementación de un dashboard dinámico alimentado con información proveniente de DS&OP.

Descriptores: Comunicación, aprendizaje, atención al cliente, inventario, órdenes de compra, análisis, proyecciones



REPUBLIC OF PANAMA
INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY
FACULTY OF ADMINISTRATIVE, BUSINESS, AND MANAGEMENT SCIENCES

INTERNSHIP REPORT AT THE COMPANY:

ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”

Author: Basilia Angelica López Briceño

Tutor: Mgtr. Robert Nicholson

Year: 2025

ABSTRACT

This professional internship carried out at PepsiCo enabled the acquisition of broader knowledge and its integration with theoretical learning developed throughout all stages of university education, resulting in a comprehensive learning experience. As a multinational company leading major food brands worldwide, PepsiCo maintains robust processes within its Supply Chain area, specifically in demand planning through the Sales and Operations Planning (SOP) and Sales Operations Execution (SOE) cycles. These processes serve as the backbone for planning and production across business units such as Biscuits, Snacks, and Foods, managing a portfolio of 300 products across categories, produced in seven different manufacturing plants. During the internship, the importance of digital transformation across all business areas, especially within the Supply Chain was observed. This is evidenced by the use of the digital tool known as Digital SOP (DSNOP). In alignment with this, several improvement opportunities were identified in the way data is presented to functional teams. As a solution, the design and implementation of a dynamic dashboard was proposed, fed by information from DS&OP.

Keywords: Communication, learning, customer service, inventory, purchase orders, analysis, forecasting

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como finalidad dar a conocer las actividades realizadas durante las 8 semanas de pasantía en la empresa Alimentos del Istmo S.A “PepsiCo”. En el departamento de Supply Chain, específicamente el departamento de planeación de la demanda. Este proceso que lleva la empresa se utiliza para prever la demanda de sus productos o servicios por parte de los clientes. El objetivo de la planificación de la demanda es garantizar que la empresa pueda satisfacer la demanda de los clientes sin producir en exceso ni en defecto. La planeación de la demanda se suele realizar con métodos estadísticos, como el análisis de series temporales y la gestión de la demanda. Este tipo de análisis examina los datos históricos para identificar las tendencias que pueden utilizarse para predecir la demanda futura. Es una parte fundamental del proceso de gestión de la cadena de suministro y se utiliza para crear planes de producción que garanticen la disponibilidad de los productos correctos en el momento adecuado.

Ahora, bien dentro de estas pasantías podemos conocer el proceso de S&OP (Planificación de ventas y operaciones) y cada una de sus etapas, siendo un proceso de planificación integrado que alinea la demanda, el suministro y la planificación financiera, y se gestiona como parte de la planificación maestra de la compañía. S&OP está diseñado y ejecutado para apoyar la toma de decisiones ejecutivas relacionadas con la aprobación de un plan material y financiero factible y rentable. De igual manera el S&OE que forma parte de ciclo S&OP permitiendo tener una reacción a corto plazo para garantizar los volúmenes necesarios de la venta teniendo el orden necesario antes los procesos de producción.

Capítulo I. MARCO DE REFERENCIA DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN DONDE REALIZÓ LA PASANTÍA

1. Definición de la universidad y carrera que se estudia

UNICyT (Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología) Nuestro modelo pedagógico trabaja alineado con el aprendizaje colaborativo, donde los estudiantes son el centro del proceso de enseñanza y aprendizaje. Los programas académicos de pregrado, grado y postgrado que ofrece la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT) articulan todo un sistema de recursos orientados a facilitar su aprendizaje, basado en el principio de aprender a aprender. De esta forma, el escenario de aprendizaje se estructura poniendo a su disposición, por un lado, todos los recursos necesarios para optimizar su aprendizaje y, por otro, herramientas tecnológicas que permitan la interacción y participación con el resto de los agentes de la comunidad educativa que intervienen en el proceso educativo. Además, ponemos en marcha estrategias pedagógicas que guían y orientan su aprendizaje para facilitar el camino a la consecución de los objetivos establecidos en las acciones formativas.

2. Licenciatura en Administración con énfasis en Logística y Comercio Internacional

Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Logística y Comercio Internacional emitida por la UNICyT proporciona conjunto integral de conocimientos, habilidades, valores y competencias que permiten al profesional desempeñarse de manera eficiente en el ámbito empresarial, financiero, logístico y del comercio internacional. Este profesional está capacitado para comprender y analizar los procesos organizacionales, gestionar estratégicamente recursos, tomar decisiones económicas y financieras, y liderar equipos de trabajo. Asimismo, actúa con ética, responsabilidad social y compromiso con el entorno, promoviendo la innovación, el desarrollo sostenible y el trabajo colaborativo, contribuyendo al bienestar de la organización y de la sociedad.

3. Antecedentes de la Empresa Alimentos del Istmo S.A “PepsiCo”

La primera Pepsi-Cola fue creada por Caleb D. Bradham, un farmacéutico de New Bern, Carolina del Norte, quien buscaba replicar el éxito reciente de Coca-Cola mediante una bebida dulce con sabor a cola. En 1898 bautizó su creación como Pepsi-Cola, la cual tuvo una rápida aceptación en el mercado local.

Debido al éxito de la bebida, en 1902 Bradham fundó oficialmente la Pepsi-Cola Company. Con el tiempo, la marca amplió su presencia y fortaleció su operación dentro del sector de bebidas carbonatadas en Estados Unidos.

En 1965, la Pepsi-Cola Company se fusionó con Frito-Lay, Inc., dando lugar a PepsiCo, Inc., una corporación orientada a la fabricación, comercialización y distribución de bebidas y aperitivos. Esta fusión consolidó a la empresa dentro de dos grandes segmentos de consumo: snacks y bebidas.

Actualmente, PepsiCo, Inc. es una de las mayores empresas de alimentos y bebidas del mundo. Cuenta con siete divisiones corporativas (tres en Norteamérica y cuatro en otras regiones del mundo), gestiona marcas globales como Frito-Lay, Gatorade, Mountain Dew, Pepsi y Quaker

Oats, y está profundamente arraigada en la cultura popular estadounidense.

La empresa mantiene un historial sólido de crecimiento y estabilidad, destacando el aumento anual de su dividendo durante más de 50 años, lo que la posiciona como líder en dividendos. Para 2023, las marcas de PepsiCo estaban presentes en más de 200 países, atendiendo a más de mil millones de clientes diariamente.

En Panamá, PepsiCo opera mediante la razón social Alimentos del Istmo S.A. (ADISA), importando productos desde diversas plantas en Centroamérica y Estados Unidos. Maneja un portafolio dividido en tres categorías: galletas, snacks y foods, con aproximadamente 300 ítems y marcas como Doritos, Lays, Cheetos, Kachitos, Tostitos, Chokis, Florentinas, Arcoiris, Mamut, Emperador, Quaker, Pearl Milling Company, Honey Monster, entre otras.

La distribución local se realiza a través de la empresa panameña FEDURO, encargada de abastecer puntos de venta en todo el país. La sede corporativa de PepsiCo, Inc. se encuentra en Purchase, Nueva York, Estados Unidos.

4. Misión de la Empresa Alimentos del Istmo, “Pepsico”

Según PepsiCo (2025) “Crea más sonrisas con cada sorbo y cada bocado, atendiendo a más consumidores, más ocasiones, más puntos de contacto”

5. Visión de la Empresa Alimentos del Istmo, “Pepsico”

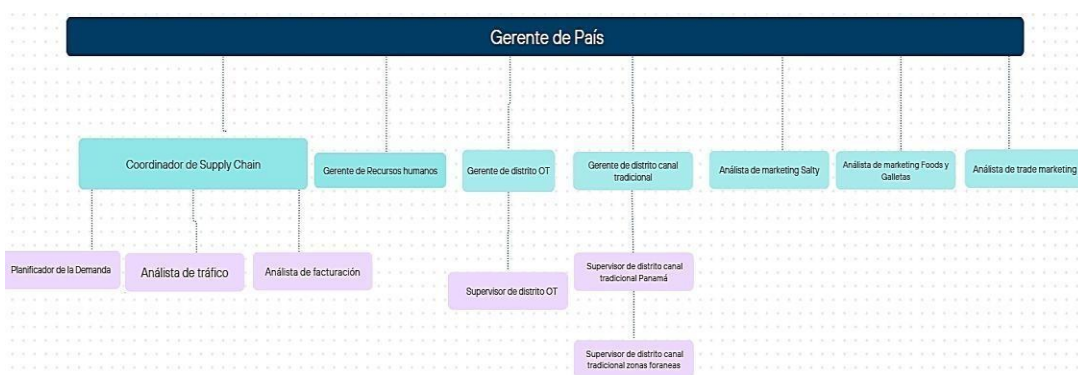
Para PepsiCo (2025) “Nuestra Misión principal es ser una empresa de alimentos global, admirada y líder en su clase, que coloca la sustentabilidad en el centro de nuestra estrategia comercial, buscando impulsar el crecimiento y construir un futuro más fuerte y resiliente para PepsiCo y las comunidades donde operamos. Nos basamos en la historia y el progreso que hemos logrado desde la fundación de PepsiCo en 1965 y sentamos una base aún más sólida para las próximas décadas. Alcanzar nuestra visión requiere que nos retemos continuamente para ser más rápidos, más fuertes y mejores”

6. Estructura Organizacional Empresa Alimentos del Istmo, “PepsiCo”

PepsiCo, Panamá está conformado por un equipo de ventas que atienden todo el territorio panameño como líder nacional tenemos al Gerente de país al cual le reportan el coordinador de Supply Chain (que a su vez tiene bajo su mando al planificador de la demanda, el analista de tráfico y analista de facturación) de igual forma, los gerentes de distrito del canal OT y tradicional (tienen bajo su mando a los supervisores de venta de OT y canal tradicional y los analista de marketing para las categorías de salty, foods, galletas, el analista de marketing y el gerente de recursos humanos ver figura 1.

Figura 1:

Estructura organizacional de la empresa alimentos del istmo PepsiCo



Nota: Detalle de la estructura funcional del país

7. Descripción de la Actividad.

Revisión Forecast estadísticos con base en la venta sell out del cliente, revisión de KPI's, fill rate, forecast accuracy, días de inventario (DOH).

Construcción de reportería para tracking de inventario en tránsito, inventario en piso y ordenes futuras.

Análisis de las iniciativas comerciales para la ejecución del ciclo de SOP y SOE.

Llevar a cabo el ciclo de Sales Operation Planning (SOP) mensual y Sales Operation Executive (SOE).

8. Departamento Donde se Realizó la Pasantía.

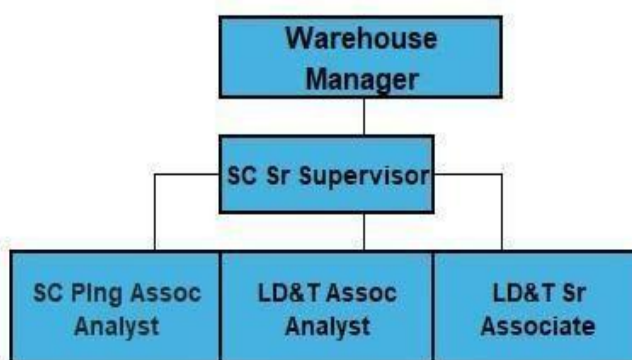
Supply Chain: Planeación de la Demanda

8.1 Estructura Organizativa del Departamento

El departamento de Supply chain Panamá, está liderado por un manager regional, supervisor senior, analista de planeación de la demanda, un analista de tráfico y un analista de facturación, ver figura 2.

Figura 2:

Estructura organizativa del departamento



Nota: *Estructura de Supply Chain en Centroamérica*

8.2 Descripción del Cargo Ocupado

El cargo desempeñado fue de analista de planeación de la demanda, en el cual pude realizar actividades referentes al análisis de forecast estadístico con base a la venta de los clientes y liderar la agenda para Panamá de Sales Operatió Plannig mediante las reuniones que se llevan a cabo en el ciclo mensual y a su vez liderar la agenda Sales Operation Executive, mediante reuniones permite ajustar el forecast a un escenario a corto plazo. Adicional, llevar a cabo la agenda de revisión de inventarios y tránsitos con el cliente para dar trazabilidad de los pedidos colocados y monitoreo de fill rate.

8.3 Relación del Departamento con Otros Departamentos

Es de suma importancia la relación del departamento de Supply Chain específicamente con los departamentos comerciales y de marketing, ya que, debe existir una comunicación efectiva y estrecha en cuanto a los volúmenes de productos

proyectados para las producciones futuras, las variaciones de la demanda deben ser canalizadas con previa antelación según el leadtime del Sku para poder contar con el pedido a tiempo, todos estos factores se van revisando en las sesiones del Ciclo de SOP. Mediante las reuniones de PMR donde se revisan al detalle las iniciativas propuestas por el los equipos y el volumen requerido para las producciones, luego se pasa a la sesión de DMR donde una vez se une el estadístico y las iniciativas se lleva a un escenario consensuado entre las partes para que luego planta evalúe la capacidad de producción y por último bajo el escenario restricto comunicar el número final en Gross y volumen al equipo financiero y gerente comercial.

8.4 Importancia del Departamento de Supply Chain

Krajewski et al. (2008), mencionan que “la gestión de la cadena de suministro consiste en formular una estrategia para organizar, controlar y motivar a los recursos participantes en el flujo de servicios y materiales dentro de esta. Con una adecuada estrategia, aspecto esencial de la administración de la cadena de suministro, su busca satisfacer las prioridades competitivas de la empresa, es decir, los autores, definen a la cadena de suministro como una gestión estratégica y, con base a esto, es posible argumentar que se puede manejar cadenas de suministro en el ramo de los negocios; pero, lo más importante es una eficiente y efectiva administración de los recursos y buenas relaciones entre proveedores y clientes”.

Serra (2005), afirma que “quien crea valor para el consumidor final no es la empresa del último eslabón de la cadena, sino la combinación de las actuaciones de todos sus miembros. De esto podemos decir que La gestión de la cadena de suministro es un enfoque estratégico que consiste en planificar, organizar, controlar y coordinar los recursos, procesos y actores involucrados en el flujo de materiales y servicios, con el fin de satisfacer las prioridades competitivas de la empresa. Esta gestión se basa en la eficiencia en el manejo de recursos y en la integración y colaboración de todos los miembros de la cadena, ya que el valor final para el cliente no es generado por una sola empresa, sino por la acción conjunta de todos los participantes.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA

1. Funciones Realizadas.

Según Severn (2025), “La planificación de la demanda es un proceso clave dentro de la gestión de la cadena de suministro (Supply Chain) que implica predecir y anticipar la cantidad de un producto o servicio que los clientes comprarán en el futuro”.

El objetivo principal de la planificación de la demanda es asegurarse de que una organización pueda satisfacer de manera eficiente y efectiva las necesidades de sus clientes al garantizar que haya suficiente inventario o capacidad de producción disponible para cumplir con la demanda prevista. La planificación de la demanda agrupa procesos de pronóstico, colaboración interfuncional, gestión de la incertidumbre, optimización de inventario, ciclo de vida del producto. Partiendo de estas definiciones, observamos que la práctica profesional realizada tiene estrecha relación con el área de planeación de la demanda, ya que, la planificación de las actividades estaba enfocadas a el ciclo de SOP y SOE.

El proceso de desarrollo de la pasantía inicia cuando se llevan a cabo las sesiones del ciclo de Sales Operation Planing (SOP), Sales Operation Executive (SOE), revisiones de KPI's como fill rate y coberturas en días de inventario. En la primera fase es el (SOP) donde se desarrolla una planificación a largo plazo considerando un escenario de 6 meses de proyección, estas revisiones se dan mediante sesiones mensuales:

Product Management Review (PMR): donde se revisan las diferentes dinámicas comerciales que tienen en mentes los equipos funcionales para garantizar tener la cantidad de producto optima en el momento preciso y cuantificar el aporte de esas dinámicas al negocio.

Demand Management Review (DMR): En esta sesión se revisa el consensus

forecast del ciclo, compuesto por el estadístico y las iniciativas del equipo, para llegar a un acuerdo y poder finiquitar el volumen requerido.

Supply Management Review (SMR): Una vez el equipo cierra volumen requerido la DMR, los líderes de supply evalúan capacidades de producción, materiales e insumos, capacidad de línea entre otros y aplican las restricciones de ser necesario.

Integret Reconciliation (IR): Una vez el equipo de supply aprueba el forecast restringido se procede a socializar el número con el equipo financiero para tener una 360 de la estimación en dinero que el negocio requiere.

Management Bussines Review (MBR): Esta es la etapa final del ciclo donde una vez aprobado el número por todas las partes se procede a reportar al gerente general para buscar aprobación y ejecutar el plan. Ver figura 3.

Este escenario se evaluar a un largo plazo 6 meses, mientras que en el SOE pueden realizar ajustes de la demanda en un escenario de 2 meses, tomando en consideración la demanda semanal de cada producto y pudiendo afectar 3 semanas hacia adelante. En el tiempo empleado participé en 2 ciclos: el primero en el mes de noviembre donde observé el volumen aprobado de diciembre a mayo y el segundo fue diciembre donde observé, ajusté y aprobé el volumen de enero a junio.

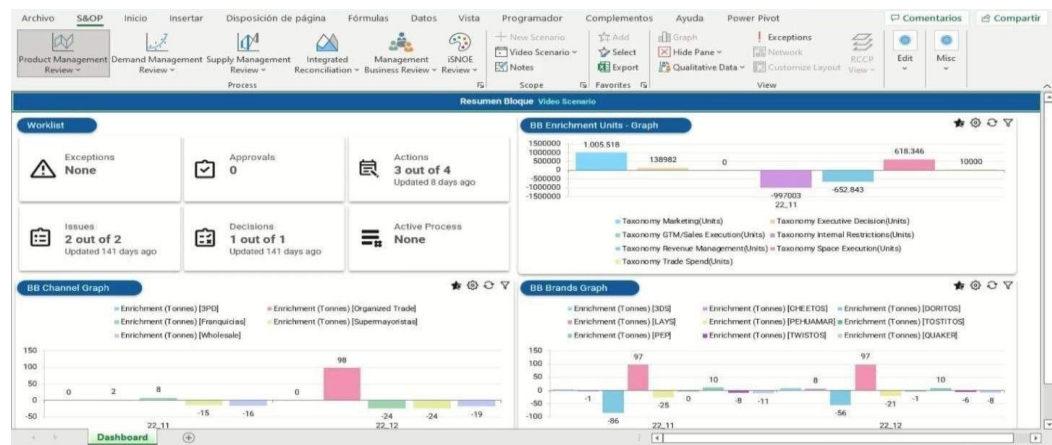
Cabe mencionar, que en todos los ciclos existen la venta de poder ajustar volúmenes de los meses hacia adelante. Ver figura 4.

Figura 3: Ciclo de S&OP- S&OE



Nota: Adaptado de esquema del proceso de S&OP-S&OE, por PepsiCo Digital value chain, 2025

Figura 4: Building Block Input



Nota: La gráfica muestra el comportamiento Building block colocados por los equipos funcionales.

Asimismo, se realizaron sesiones con el cliente para revisar la cobertura de inventario en días y evaluar posibles impactos en la cadena con el propósito de mitigarlos.

2. Análisis de Desempeño.

2.1 Limitaciones y Dificultades Presentadas

Para el desarrollo de la pasantía no presenté ninguna dificultad relevante, ya que, la relación con equipo de trabajo se dio de manera fluida, permitiendo llevar las sesiones de manera óptima.

2.2 Aportes y Conocimientos de la Experiencia a la Formación Profesional.

La planificación de la demanda es un componente clave en la gestión contemporánea de la cadena de suministro, lo que convierte esta pasantía en una experiencia muy valiosa gracias a su estrecha relación con las logística y comercio internacional. En un mundo globalizado, donde los mercados son cambiantes y la competencia se torna más intensa, entender y anticipar lo que los consumidores requieren se vuelve crucial para lograr una operación eficaz y la perdurabilidad de la empresa. De este modo, la práctica en planificación de la demanda complementa directamente la educación académica, brindando la oportunidad de aplicar conocimientos teóricos a situaciones reales y complejas en el ámbito logístico. En primer lugar, la planificación de la demanda es fundamental para asegurar un flujo operativo adecuado en la cadena de suministro. Su función principal es anticipar cómo se comportará el mercado para así determinar las cantidades óptimas de inventario, evitando situaciones de falta de productos o acumulación excesiva. Esta disciplina influye directamente en sectores como el almacenamiento, la distribución y el transporte, que son esenciales en la carrera logística. A través de esta pasantía, se desarrolla habilidades analíticas para analizar datos, proyectar patrones de consumo y formular estrategias que mejoren el uso de los recursos disponibles. Estas habilidades son esenciales para optimizar procesos internos, disminuir gastos y elevar la competitividad de la organización.

Entre los conocimientos aprendidos se obtuvieron que la relación entre la planeación de la demanda y el comercio internacional es un proceso interdependiente.

En este contexto, prever con exactitud las necesidades del mercado permite gestionar adecuadamente las importaciones y exportaciones, definiendo cantidades, plazos y rutas de abastecimiento. Los movimientos internacionales de mercancías no solo implican tiempos de entrega más prolongados, sino también riesgos adicionales asociados a regulaciones, aranceles, disponibilidad de transporte y fluctuaciones económicas. La planeación de la demanda actúa entonces como una herramienta estratégica que facilita la toma de decisiones más acertadas en torno a compras internacionales, negociación con proveedores extranjeros y coordinación logística a escala global.

2.3 Relación de la Pasantía con la Carrera Estudiada.

La integración del conocimiento teórico con la práctica profesional constituye un proceso fundamental para el desarrollo de competencias en el área de Administración de Empresas con énfasis en Logística y Comercio Internacional. En este contexto, resulta clave adoptar una visión integral del negocio, con especial atención al área de Supply Chain, particularmente en la planificación de la demanda. Este proceso es esencial, ya que el pronóstico de ventas y producción se configura como la base para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo proyectar resultados tanto a corto como a largo plazo.

De igual manera, el área de atención al cliente (Customer Service) desempeña un papel relevante al facilitar una gestión más cercana y eficiente con los clientes, promoviendo una visión colaborativa a través del modelo CPFR (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment). Este enfoque permite alinear la planeación de la demanda con las necesidades del cliente, optimizando la cadena de suministro.

De acuerdo con el Digital Value Chain, manual de referencia de roles dentro de PepsiCo, el CPFR es responsable de garantizar el abastecimiento eficiente en los centros de distribución del cliente, gestionando el portafolio completo y asegurando altos niveles de servicio, como un Fill Rate del 95%. Esto se logra mediante el análisis de tendencias

de consumo, la gestión de inventarios, el seguimiento del desempeño de la cadena de suministro y la articulación de estrategias comerciales y de marketing.

Entre sus principales funciones se destaca asegurar el flujo adecuado de información crítica, como el catálogo de productos, los pronósticos de venta (sell-out) y las estrategias de abastecimiento, contribuyendo al cumplimiento del plan anual del negocio. de sus funciones destaca:

Asegurar el abasto eficiente: El CPFR es responsable de asegurar que la información de las variables (catálogo de productos, forecast de sell out, históricos de venta, mínimos en anaquel, temporalidades, dispersiones, promociones) en el algoritmo del resurtido sean correctas para asegurar los inventarios óptimos en los clientes.

Monitorear dispersiones: Monitorear el desempeño de la venta a nivel articulo tienda para evitar agotados y excedentes en los inventarios de nuestros clientes.

Dar visibilidad y seguimiento a inventarios en el cliente: Generar el análisis de comportamiento de inventarios y comunicar a los equipos comerciales de los ajustes necesarios a realizar por inventarios virtuales, negativos y triple cero.

2.4 Cronograma de Actividades (Fechas, Tipos de Gráficos

y Especificaciones).

En la siguiente tabla visualizaremos la planificación de las diferentes actividades realizadas durante la semana 1 Y 2 de la práctica profesional según orden cronológico.

Tabla 1.

Cronograma de actividades (semanas 1 y 2).

Semana	Área	Actividad	Rol
Semana 1	Planeación de la Demanda	Actualización de Estadísticos	Demand planner
	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source	CPFR

03 al 08		clientes	
	Customer Service	Revisión de Fill rate semanal	CPFR
	Planeación de la Demanda	Sesión de SOE: revisión de FA semanal	supply chain
	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP PMR (Revisión de iniciativas comerciales)	Demand planner
	Equipo funcional	Revisión de DRP con clientes	Equipo supply chain.
Semana 10 15 al	Planeación de la Demanda	Validación de la data de iniciativas comerciales ajustadas	Demand planner
	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP DMR (escenario irrestricto)	Demand planner
	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source clientes	CPFR
	Customer Service	Revisión de Fill rate semanal	CPFR
	Planeación de la Demanda	sesión de SOE: revisión de FA	Equipo supply chain y comercial

Nota: Elaboración propia

En la siguiente tabla visualizaremos la planificación de las diferentes actividades realizadas durante la semana 3 Y 4 de la práctica profesional según orden cronológico.

Tabla 2.

Cronograma de actividades (semanas 3 y 4).

Semana	Área	Actividad	Rol
Semana 3	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP SMR (Escenario irrestricto)	Demand planner/Demand Supply
17 al 22	Customer Service	Revisión de venta Inventarios por Source clientes	CPFR
	Customer Service	Revisión de Fill rate semanal	CPFR
	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos	Demand planner
	Planeación de la Demanda	Sesión de SOE: revisión de FA	Equipo supply chain y comercial
	Equipo funcional	Revisión de DRP con clientes	Equipo supply chain, comercial y clientes
Semana 4	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP IR Consensus forecast equipo financiero	Demand planner, equipo de finanzas y areas funcionales
24 al 29	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP MBR Consensus forecast con Gerentes de Ventas	Demand planner, equipo áreas funcionales,

Nota: Elaboración propia

En la siguiente tabla visualizaremos la planificación de las diferentes actividades realizadas durante la semana 5 Y 6 de la práctica profesional según orden cronológico.

Tabla 3.

Cronograma de actividades (semanas 5 y 6).

Semana	Área	Actividad	Rol
Semana 5	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos con venta sell out	Demand planner
01 al 06 dic	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source clientes	CPFR
	Customer Service	Revisión de Fill rate semanal	CPFR
	Planeación de la Demanda	Sesión de SOE: revisión de FA semanal	Equipo supplychain y comercial
	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP PMR (Revisión de iniciativas comerciales)	Demand planner
Semana 6	Planeación de la Demanda	Validación de la data de iniciativas comerciales ajustadas	Demand planner
08 al 13 dic	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos con venta sell out	Demand planner
	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP DMR (escenario irrestricto)	Demand planner
	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source clientes	CPFR
	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos con venta sell out	Demand planner
	Planeación de la Demanda	Sesión de SOE: revisión de FA	Equipos funcionales

Nota: Elaboración propia

En la siguiente tabla visualizaremos la planificación de las diferentes actividades realizadas durante la semana 7 Y 8 de la práctica profesional según orden cronológico.

Tabla 4. Cronograma de actividades (semanas 7 y 8).

Semana	Área	Actividad	Rol
Semana 7	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP SMR (Escenario irrestricto)	Demand planner/Demand Supply
15 al 20 dic	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source clientes	CPFR
	Customer Service	Revisión de Fill rate semanal	CPFR
	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos	Demand planner
	Planeación de la Demanda	sesión de SOE: revisión de FA	Equipo supply chain y comercial
	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP IR Consensus forecast equipo financiero	Demand planner, equipo de finanzas y areas funcionales
Semana 8	Planeación de la Demanda	Reuniones del ciclo de SOP MBR Consensus forecast con Gerentes de Ventas	Demand planner, equipo de finanzas, áreas funcionales
22 al 27 dic	Customer Service	Revisión de ventas e Inventarios por Source clientes	CPFR
	Planeación de la Demanda	Actualización de estadísticos	Demand planner
	Planeación de la Demanda	Sesión de SOE: revisión de FA	Equipo funcional

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO OBSERVACIONAL

1. Descripción de la Problemática Observada.

Durante el desarrollo de la práctica profesional en la empresa Alimentos del Istmo S.A. (PepsiCo), se evidenció la necesidad de automatizar los reportes de Sales and Operations Planning (SOP) y Sales Operations Executive. La información utilizada para dichos reportes se obtiene a partir de la herramienta interna de planeación DS&OP, en la cual se realizan los ajustes correspondientes a nivel estadístico y de iniciativas estratégicas. No obstante, al momento de llevar a cabo las sesiones de análisis con los equipos funcionales, la información es presentada mediante hojas de cálculo en Excel, lo que, debido al elevado volumen de datos, ocasiona que las tablas dinámicas presenten limitaciones en términos de agilidad, eficiencia y dinamismo. De igual manera, en las sesiones ejecutivas con los niveles gerenciales, los resultados se exponen a través de presentaciones en PowerPoint, las cuales resultan ser altamente resumidas y con escasa interactividad, lo que dificulta un análisis integral y oportuno de la información para la toma de decisiones.

2. Alternativas de Solución a la Problemática Planteada.

La alternativa viable consiste en la implementación de un dashboard dinámico, el cual se alimente de la información descargada desde la herramienta DS&OP. Dicho tablero permitiría estructurar un layout detallado del componente estadístico, segmentado por categoría, marca, SKU, canal y taxonomía de las distintas iniciativas comerciales desarrolladas por los equipos a lo largo del año. Asimismo, la información se presentaría en las diferentes unidades de medida empleadas por la organización, tales como unidades, valor bruto (Gross), cajas y toneladas.

La implementación de este dashboard facilitaría una visualización más detallada y oportuna, permitiendo el análisis específico de iniciativas comerciales o del volumen de un SKU determinado por región o canal. De igual manera, el tablero integraría información histórica de ventas, lo que permitiría realizar mediciones de Forecast

Accuracy y efectuar los ajustes necesarios en el forecast (FC) de corto plazo durante las sesiones de Sales and Operations Executive (SOE), contribuyendo así a una mejora en la toma de decisiones operativas y estratégicas.

CONCLUSIONES

A lo largo de esta práctica profesional pudimos observar que los procesos de Sales and Operations Planning (SOP) y Sales Operations Executive (SOE) contribuyen significativamente al logro de los objetivos empresariales de Alimentos de Istmo, al permitir una planificación estratégica y operativa alineada entre las áreas comerciales, operativas y financieras. El SOP facilita la proyección de la demanda a mediano plazo mediante un proceso estructurado y colaborativo, asegurando planes viables en volumen y rentabilidad. Por su parte, el SOE fortalece el cumplimiento de objetivos al permitir ajustes tácticos de corto plazo frente a cambios del mercado, manteniendo la coherencia con la estrategia definida. La integración de ambos procesos mejora la toma de decisiones, optimiza la coordinación interfuncional y permite una gestión más eficiente y adaptable de la cadena de suministro. Asimismo, la identificación de oportunidades de mejora en el manejo de información nos evidencio la necesidad de herramientas más avanzadas. Se logró la implementación de un dashboard automatizado que permitió una visualización más detallada y oportuna de la información, facilitando el análisis específico de iniciativas comerciales y del volumen por SKU a nivel de región y canal. Asimismo, se integró información histórica de ventas, lo que hizo posible medir el Forecast Accuracy y realizar ajustes efectivos en el forecast de corto plazo durante las sesiones de Sales and Operations Executive (SOE). Como resultado, se fortaleció la toma de decisiones operativas y estratégicas, mejorando la precisión en la planificación y la capacidad de respuesta ante variaciones del mercado.

RECOMENDACIONES

Es conveniente estandarizar la estructura de los datos y la taxonomía de las iniciativas comerciales, asegurando consistencia en las categorías, marcas, SKU, canales y unidades de medida, lo que permitirá mejorar la calidad de la información y facilitar su análisis transversal.

Se sugiere definir roles y responsables para la actualización, validación y mantenimiento del dashboard, garantizando la confiabilidad de los datos y la continuidad operativa de la herramienta a lo largo del tiempo.

Se recomienda capacitar a los equipos funcionales y gerenciales en el uso e interpretación del dashboard, con el propósito de fomentar su adopción y maximizar su utilidad durante las sesiones de análisis y toma de decisiones.

Es pertinente integrar métricas clave de desempeño, como el Forecast Accuracy, sesgo de pronóstico y variaciones frente al plan, que permitan evaluar de manera continua la efectividad de las iniciativas comerciales y los ajustes de corto plazo en el forecast.

Se sugiere evaluar la escalabilidad del dashboard, considerando su posible integración con otras fuentes de información y su adaptación a futuras necesidades del negocio, a fin de fortalecer los procesos de planeación y ejecución comercial.

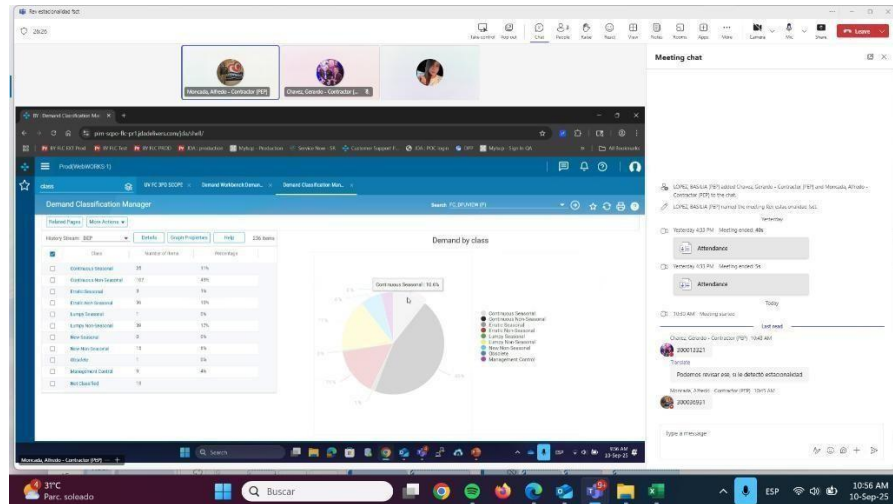
REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN

- Chopra, S., & Meindl, P.** (2019). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (7th ed.). Pearson.
- Christopher, M.** (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C.** (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K.** (2008). *Administración de operaciones: Procesos y cadenas de valor* (8.^a ed.). Pearson.
- Lapide, L.** (2006). *Demand forecasting, accuracy, and inventory management. Journal of Business Forecasting.* [Demand forecasting.](#)
- PepsiCo.** (2022). *Historia de Pepsi.* <https://pepsibrattleboro.com/the-history-of-pepsi/>
- PepsiCo.** (2025). *Digital value chain: Aspectos fundamentales del proceso de S&OP y SOE.* (Documento interno).
- PepsiCo.** (2025). *Nuestra misión.* <https://www.pepsico.com/about/mission>
- Serra, M.** (2005). *Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica.* <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- Severn, W.** (2025, julio 30). *Planificación de la demanda: La guía definitiva.* <https://www.slimstock.com/es/blog/guia-planificacion-demanda/>

ANEXOS

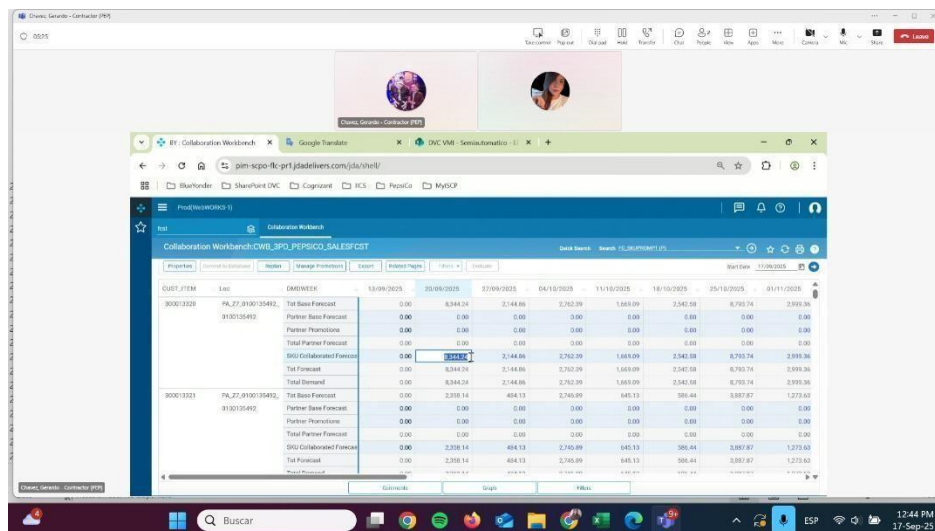
Anexo A.

Revisión de la Herramienta digital (SOP)



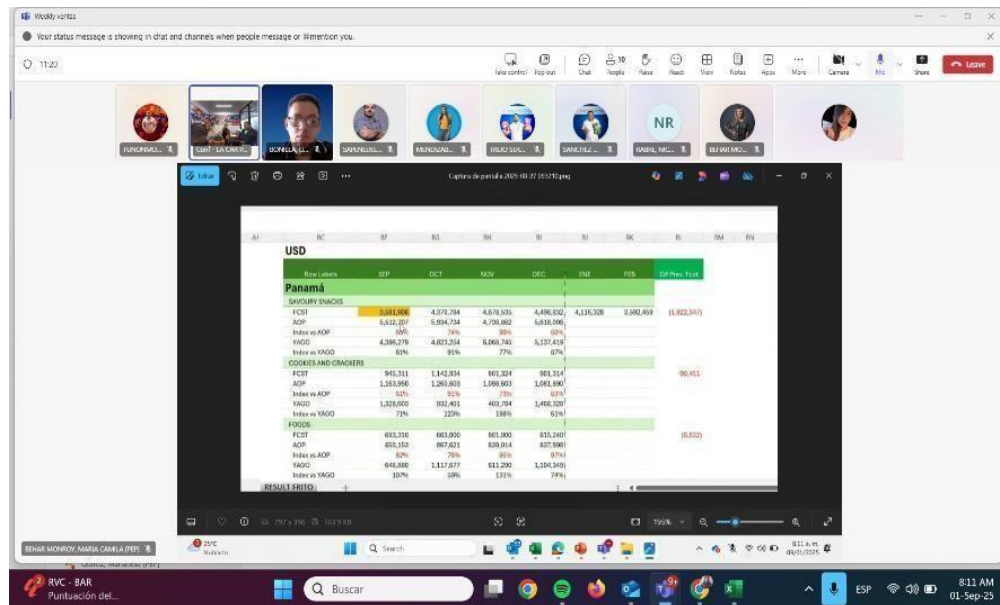
Anexo B.

Revisión de estadístico



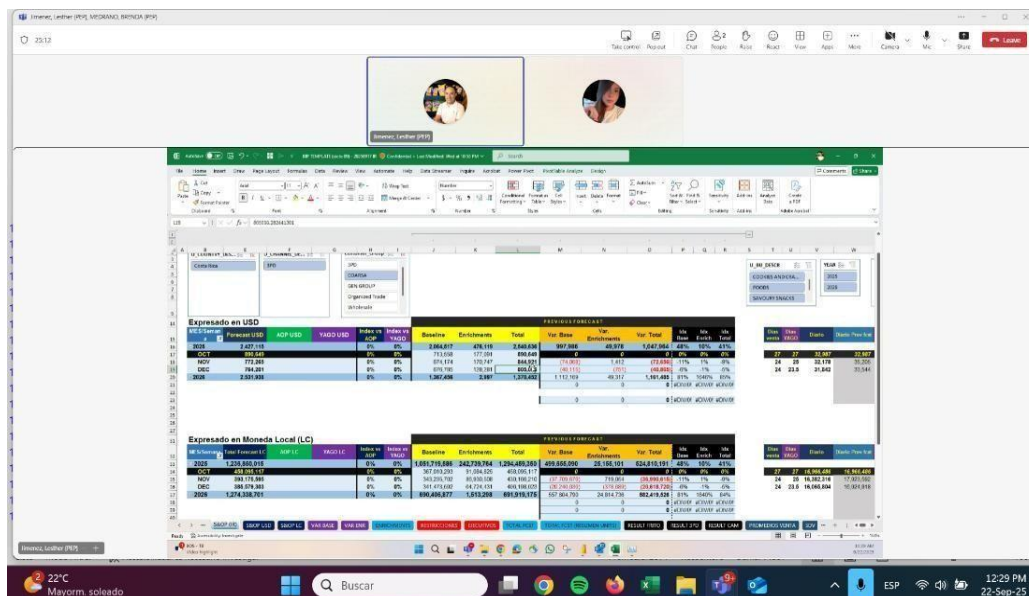
Anexo C.

Presentación al equipo de la sesión Product Management Review PMR



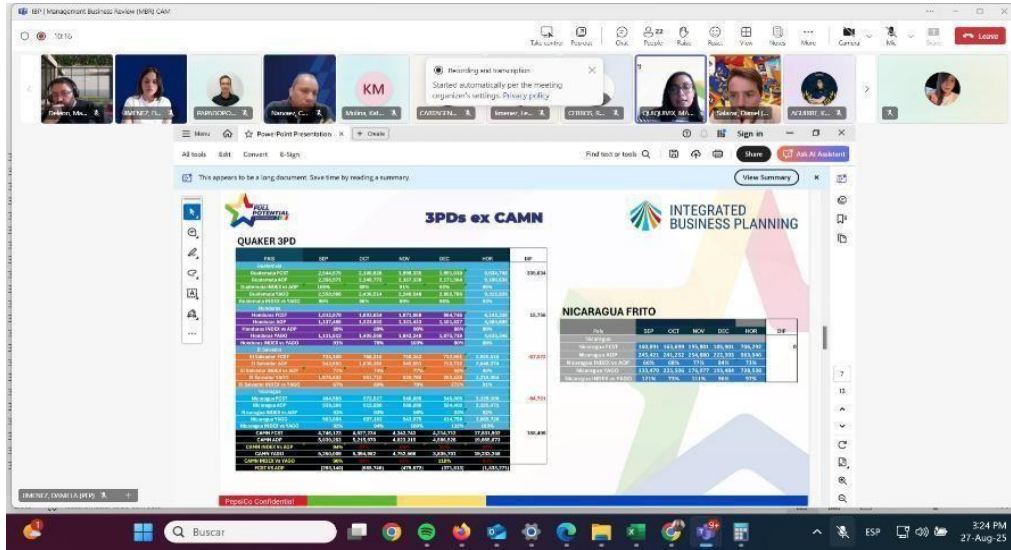
Anexo D.

Reunión para revisión de Restricciones Supply Management Review SMR



Anexo E

Presentación del target final al Gerente de País



Anexo F

Socialización con el Equipo



Anexo G

GLOSARIO DE TÉRMINOS DE SUPPLY CHAIN

CPFR (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment): Proceso colaborativo entre empresas para planificar, pronosticar y reabastecer productos de forma conjunta.

Customer Service (Servicio al Cliente): Nivel de atención y satisfacción que recibe el cliente, incluyendo entregas oportunas y solución de incidencias.

Demand Planner: Profesional encargado de analizar la demanda y elaborar pronósticos para asegurar la disponibilidad de productos.

DOH (Days on Hand): Indicador que muestra la cantidad de días que el inventario actual puede cubrir la demanda.

Fill Rate: Porcentaje de pedidos que se entregan completos en el primer envío, sin faltantes.

Forecast (FC): Pronóstico de la demanda futura de un producto basado en datos históricos y análisis de tendencias.

Forecast Accuracy (FA): Medida que indica qué tan preciso fue el pronóstico en comparación con la demanda real.

Inventario: Cantidad de productos disponibles en almacén para su venta

KPI (Key Performance Indicator): Indicador clave utilizado para medir el desempeño y la eficiencia de un proceso o área.

Sell In: Ventas realizadas del fabricante o proveedor hacia el distribuidor o punto de venta.

Sell Out: Ventas realizadas desde el punto de venta hacia el consumidor.

Supply Chain (Cadena de Suministro): Conjunto de procesos que abarcan desde la producción hasta la entrega del producto al consumidor final.



ACTA DE EVALUACIÓN DEL TUTOR INDUSTRIAL DE LA PASANTÍA DE EXTENSIÓN OCUPACIONAL PROFESIONAL

Estimado Licenciado: Agradecemos que evalúe el rendimiento del estudiante asesorado por Usted en la Pasantía de Extensión Ocupacional Profesional.

Nombre del estudiante asesorado: Basilía López

Cohorte del estudiante: **022022**

Carrera de Licenciatura: Lic en Administración con énfasis Logística y Comercio Internacional

Título del Proyecto de la Pasantía: **INFORME DE PASANTÍA REALIZADA EN LA EMPRESA ALIMENTOS DEL ISTMO “PepsiCo”**

Nombre del Tutor(a) Industrial: Johanna Henríquez Evaluación:

Aspecto a evaluar del estudiante	Valoración (del 1 al 100)
<i>Durante el desarrollo de la pasantía</i>	
Puntualidad en la entrega de los productos	95
Calidad de los productos entregados	98
Capacidad de trabajo independiente	92
Trato respetuoso del estudiante con los otros trabajadores	98
<i>Informe de la pasantía</i>	
Puntualidad en la entrega del informe para su corrección	96
Calidad del contenido técnico del informe	94
Presentación del informe	97
Calificación final (promedio simple de las evaluaciones anteriores)	96

Firma del Tutor Industrial:

Fecha 14/01/2026