

**PROYECTO DE MEJORA EMPRESARIAL: RESTRUCTURACION DE GESTION
DE INVENTARIO Y ESTRATEGIA DIGITAL PARA LA EMPRESA D'COLORS.**

ANDREA NATALIA MOSQUERA PERDOMO

DANIEL CAMILO BENITO BERNAL

MODALIDAD: SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN

DIRECTOR: HECTOR MANUEL ÁVILA SIERRA

CO-DIRECTOR: CARLOS ANDRÉS MARENCO PORTO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SEDE VILLAVICENCIO

INGENIERÍA INDUSTRIAL

VILLAVICENCIO - META

2023-1

Contenido

Introducción	4
Planteamiento del problema.....	5
Pregunta problema:	8
Justificación:	8
Estado del arte.....	9
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos.....	17
Estudio metodológico	17
Tipo de investigación:	17
Población:.....	18
Muestra.....	18
Tipo de muestreo:.....	18
Consideraciones éticas:	18
Técnicas de instrumentos:	19
Redes sociales:.....	19
Anuncios publicitarios con creadores de contenido digital:	19
Matriz DOFA.....	19
Entrevistas:	20
5 S:.....	20

	3
Kardex:	21
Sistema ABC:	21
Cronograma de actividades.....	22
Redes sociales: Estrategia publicitaria.....	22
Sistema ABC:	32
Descripción del conocimiento adquirido	35
Éxitos	35
Obstáculos.....	36
Conclusión	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

Introducción

D'colors es una reconocida empresa distribuidora de cosméticos que se ha destacado por su innovación, calidad y compromiso con sus clientes. Con el objetivo de seguir creciendo y mantenerse a la vanguardia en el mercado, la empresa ha decidido implementar un proyecto integral que abarque áreas clave como el marketing y la gestión de inventario.

El presente proyecto tiene como finalidad potenciar el posicionamiento de D'colors en el mercado cosmético, optimizar la eficiencia en la gestión del inventario y tener un mayor impacto en las redes sociales. Para ello, se han analizado y estudiado diversos proyectos similares que han demostrado excelentes resultados en estas áreas; teniendo como primera referencia el proyecto Plan de Marketing para la Distribuidora de Productos de Belleza Cositas Fashion que implementa diferentes estrategias de marketing digital ha sido fundamental para el éxito de la empresa cosmética. A través del uso de redes sociales, campañas de correo electrónico y colaboraciones con creadores de contenido digital, se ha logrado aumentar la visibilidad y generar un mayor interés en sus productos." - Proyecto de marketing de una empresa cosmética. (Garavito, K. A., Suarez Romero, L. D., Ruiz Villamil, L. M., Cueva Parra, L. J. ,2017); también tuvimos por referencia el proyecto *Estandarización de procesos en el área logística y financiera para la propuesta de un modelo de negocio empleando la metodología Canvas y de valor agregado para la distribuidora de Cosméticos del Austro en Cuenca-Ecuador* que se basa en la gestión de inventario nos ha permitido tener más claro la optimización de nuestros procesos logísticos y minimizar costos. Utilizando sistemas de gestión de inventario en tiempo real, se logrará reducir las pérdidas por productos vencidos y mantener un stock adecuado para satisfacer la demanda de

nuestros clientes." - Proyecto de gestión de inventario de una empresa de distribución. (Peralta Barbecho, C. A., Toral Pérez, P. R. ,2023).

Estas investigaciones han demostrado la importancia y los beneficios de invertir en áreas como el marketing y la gestión de inventario. D'colors, basándose en estos casos de éxito, busca implementar estrategias y herramientas similares para fortalecer su posición en el mercado, mejorar sus procesos internos y garantizar el bienestar de sus trabajadores; con la ejecución exitosa de este proyecto, D'colors está comprometida en alcanzar nuevos niveles de eficiencia, competitividad y satisfacción tanto para sus clientes como para su equipo de trabajo.

Planteamiento del problema

La empresa D'colors Cosméticos se enfrenta a diversos desafíos en su funcionamiento diario, los cuales requieren de soluciones efectivas para garantizar su crecimiento y competitividad en el mercado. Los principales problemas identificados están relacionados con el marketing ineficiente la empresa carece de estrategias de marketing efectivas para promocionar sus productos y llegar a un público más amplio. La falta de una presencia sólida en las redes sociales, la ausencia de campañas publicitarias y la falta de conocimiento sobre las preferencias de los clientes dificultan el posicionamiento de la marca y la generación de ventas. La empresa presenta altos niveles de inconsistencia debido a que carece de un sistema de gestión de inventario, el cual lleve un seguimiento controlado de las entradas y salidas.

D'colors Cosméticos conduce a problemas como la falta de stock requerido para satisfacer una demanda, la dificultad del mismo pronóstico de demanda lleva a la empresa a tener

un sobre costo de mercancía retenida, lo cual conduce a niveles bajos de flujo de caja. Además, no realiza un seguimiento constante de las fechas de vencimiento de los productos, lo que puede resultar en pérdidas económicas y una imagen negativa para la marca.

Estos problemas impactan directamente en la rentabilidad, la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa. Por lo tanto, es fundamental abordar estos desafíos mediante la implementación de un proyecto integral que mejore el marketing y la gestión de inventario.

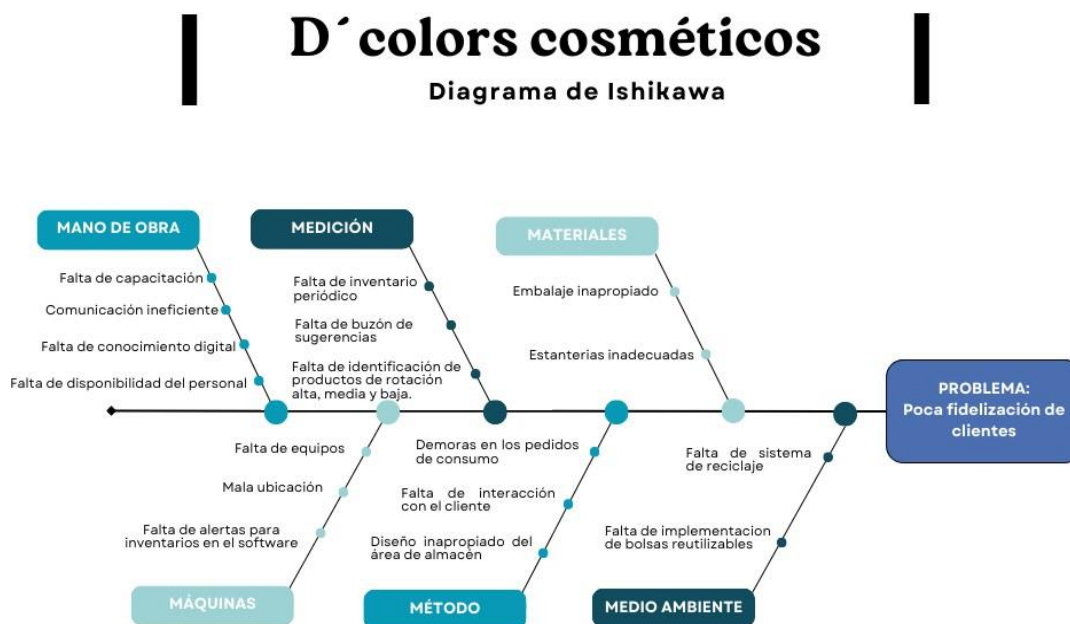


Diagrama 1, causa y efecto.

Fuente: Elaboración propia

En el diagrama causa efecto Ishikawa, se evidencian distintas áreas por mejorar para aumentar la tasa de fidelización de clientes en la empresa.

Una de las mayores causales de la insatisfacción del cliente es el trato del personal hacia el cliente final. cosméticos reconoce que es posible que la falta de capacitación indisponga a sus colaboradores, lo que pueda indisponer a las dos partes y malogre el proceso de comercialización.

Llevar un seguimiento de los niveles de inventarios en productos que tengan un nivel de alta rotación es indispensable para mantener la demanda, la falencia de esto puede causar insatisfacción en los clientes al no encontrar lo que necesitan, lo que conlleva a que el consumidor prefiera adquirir sus productos con la competencia.

Así mismo llevar un constante control del inventario físico, digital asegura disminuir la cantidad de inconsistencias en sobrantes y faltantes. De esta forma será más sencillo tramitar requisiciones para satisfacer al cliente.

El buzón de sugerencias tiene como fin medir el nivel de satisfacción del cliente, en función a este, la empresa debe tomar decisiones y plantear mejoras para sobrellevar las falencias de la empresa. Un cliente vuelve donde se sienta entendido y escuchado.

El cliente debe tener los productos que más consume a la vista, de esta forma será más llamativo el almacén y aumentarán las ventas, pues la empresa debe buscar el menor esfuerzo del consumidor, de esta forma el cliente sabrá que en esta empresa conseguirá de forma fácil y confiable los productos que requiera.

Con fines de llamar la atención del cliente indirectamente y proyectar a la empresa a favor del cuidado del medio ambiente, la implementación de bolsas reusables con el logo y un mensaje original que incite a los consumidores a adquirir productos de D'colors Cosméticos.

Justificación:

D'colors cuenta con un número de clientes insatisfechos debido a la alta pérdida de productos vencidos los cuales tienen un prolongado tiempo de almacenaje. De la misma forma D'colors se encuentra con un nicho de clientes locales, lo cual limita su crecimiento y posible expansión a nivel nacional.

En la actualidad la empresa D'colors Cosméticos cuenta con una visión de crecimiento a largo plazo, para ello debe contar con productos de alto valor, así mismo como un factor diferenciador que fidelice a sus clientes, elaborando estrategias donde sus consumidores se vean identificados con la marca y puedan participar en dinámicas.

Nuestra investigación será viable, ya que se dispone de herramientas y datos reales suministrados por la empresa que nos permitan ejercer mejoras de gestión de inventarios y marketing.

En el aspecto social, buscamos expandir la empresa a un público más joven, que consuman contenido en redes sociales constantemente, buscando mejorar cada día en base a sus sugerencias.

El trabajo tiene una gran utilidad, ya que puede adaptar la investigación a pequeñas empresas comercializadoras de productos que busquen persuadir a sus clientes, mejorar costos, mejorar procesos de almacenamiento y tener una posibilidad de crecer en su industria.

Preguntas de reflexión

¿En qué estado se encuentra la empresa D'colors y hasta que alcance se puede contribuir a la mejora de esta?

¿Las estrategias digitales presentan un incremento significativo en las ventas de la organización?

Pregunta problema:

¿Cómo se puede implementar de manera eficaz la gestión de inventarios y estrategias de contenido en redes sociales para mejorar la eficiencia operativa y la visibilidad de la empresa D'colors cosméticos?

Objetivo general

Desarrollar e implementar estrategias que optimicen la gestión de inventarios y mejoren la calidad del contenido en las redes sociales, con el fin de aumentar la eficiencia operativa y la visibilidad de la empresa D'colors cosméticos.

Objetivos específicos

- Crear un plan de gestión de redes sociales, con el propósito de incrementar la participación de la audiencia y aumentar el conocimiento de la marca.
- Rediseñar la gestión de inventarios para la empresa D'colors cosméticos.
- Medir y comparar los resultados antes y después de las mejoras implementadas.

Estado del arte

Diseño de un sistema de gestión de inventarios para mejorar el servicio al cliente en una empresa dedicada a la venta y distribución de productos de belleza

Se evidencia en esta tesis la importancia de llevar a cabo procesos eficientes en la gestión de almacenes e inventarios para poder suplir la demanda de las organizaciones en los tiempos y la forma efectiva, cabe mencionar que hubo aspectos que impactaron este proyecto fundamentándose en la implementación de sistemas como la reorganización de los artículos, clasificación ABC, ubicación de la mercancía en el sistema, uso de software SICAR, control de inventarios. (Flores miranda, L.F, 2020)

Implementación de un modelo de comercio electrónico de bajo costo para la distribuidora de belleza Lesjoh en Bogotá, Colombia.

Se evidencia en el trabajo investigativo que el comercio electrónico ha sido clave para generar ingresos de manera más rápida y efectiva, así mismo permite que la distribuidora explore un mercado más amplio, donde genere satisfacción al cliente y seguridad para los mismos. La importancia de las redes sociales y plataformas digitales genera una aceptación en estos sistemas donde las empresas, tengan la necesidad de construir perfiles digitales, donde siguen siendo organizaciones competitivas en el mercado. (Muñoz Palacio, J. S., & Ramírez Díaz, L. D, 2022)

Propuesta de mejora en los procesos de distribución para incrementar el indicador O.T.I.F en la gestión de almacén de una empresa comercializadora de productos de belleza capilar

En este trabajo de investigación Propuesta de mejora en los procesos de distribución para incrementar el indicador O.T.I.F. En la gestión de almacén de una empresa comercializadora de productos de belleza capilar, se analizó la gestión del almacén de una empresa de productos de belleza capilar. Se identificó la oportunidad de mejorar el indicador de eficiencia O.T.I.F., pasando del 86.6% al 95%. Se utilizó la metodología PDCA y herramientas de lean management para investigar las causas del problema y proponer mejoras, como una estrategia de fidelización de clientes, estandarización de procesos y adquisición de una herramienta tecnológica. Se esperan beneficios económicos y cualitativos, como ahorro anual y mayor satisfacción del cliente y ambiente laboral. El estudio se realizó antes de la emergencia sanitaria del COVID-19. (Cabrera Aquije, M. A., Guerrero Villanueva, A. J., Yopán Comeca, H. A., & Vivanco Roza, S, 2023)

Modelo de optimización para la planificación de abastecimiento de productos de belleza para una empresa importadora

Esta tesis se enfoca en el área de administración de inventarios dentro de una empresa distribuidora y comercializadora de productos de belleza en Guayaquil, Ecuador (llamada DMSA para fines de confidencialidad). Los inventarios representan una importante inversión de capital en esta empresa, generando costos asociados a su mantenimiento y control. El objetivo de este estudio es diseñar políticas de gestión de inventarios que permitan administrar de manera

eficiente los inventarios, con el fin de minimizar costos y mejorar el nivel de servicio a los clientes.

Se aplicó el método de clasificación ABC para tener un control más preciso sobre los productos. Además, se utilizó la teoría de pronóstico de la demanda e inventarios para proponer un modelo de revisión continua, con el objetivo de abordar los problemas de abastecimiento. Por último, se recomendaron planes de acción que incluyen actividades y recursos para lograr los objetivos establecidos por la empresa a corto y largo plazo. (Vizuite Orozco, P. F, 2016).

La importancia de las estrategias de marketing digital en el comercio electrónico para asegurar el triunfo de las empresas de cosmética: MAC y BENEFIT.

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo en la actualidad y su importancia ha tenido un crecimiento, y las empresas están dedicando esfuerzos y recursos para desarrollar plataformas efectivas que respondan a las demandas de los consumidores. En este contexto, el marketing digital desempeña un papel fundamental para el éxito de las organizaciones y el comercio electrónico es parte esencial para alcanzar ese objetivo. En el sector cosmetológico, donde la competencia es alta, las marcas buscan formas de diferenciarse y llegar al consumidor final. En particular, las empresas MAC y Benefit son ejemplos de compañías exitosas con estrategias digitales distintas pero efectivas. Tanto en sus sitios web como en las redes sociales, estas marcas han desarrollado métodos originales para llegar a sus clientes y mantenerse líderes en el sector cosmético buscando una posición más satisfactoria y vanguardista a la tecnología. (Mato Picardo, M, 2019).

El marketing digital, beneficios y guía rápida para implementarlo en los canales de promoción y venta online para empresas del sector cosmético

En la industria cosmetológica y belleza en Colombia, las grandes empresas son las que tienen una mayor implementación de estrategias de marketing y digitales debido a su capacidad económica y logística. Esta investigación tiene como objetivo analizar el beneficio económico de la implementación del marketing y las iniciativas digitales en este sector industrial cosmetológico. Se utiliza una metodología mixta que incluye la búsqueda de fuentes secundarias en bases de datos académicas y la realización de cuestionarios cuantitativos para evaluar la experiencia de una muestra de canales digitales como lo son Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.

Los resultados de la investigación indican que los casos de éxito en la implementación del marketing digital en empresas cosméticas han sido significativos. Sin embargo, los consumidores consultados no valoran de manera significativa las opciones digitales ofrecidas por las cinco principales empresas del mercado de cosméticos en Colombia. En resumen, aunque las grandes empresas han implementado estrategias exitosas de marketing digital, los consumidores no consideran que estas opciones digitales sean de gran importancia en su experiencia de compra. (Prieto Solano, R. H, 2021)

Marketing de contenidos y posicionamiento de marca de los productos de belleza de una empresa de cosméticos en los consumidores de la ciudad de Trujillo en el 2020

Esta investigación analizó la relación entre el marketing de contenidos y el posicionamiento de marca de una empresa de cosméticos en los consumidores de Trujillo en

2020. Se utilizó un diseño correlacional no experimental y se encuestó a una muestra de 385 mujeres de 18 a 40 años que utilizan productos de belleza de la marca. Los resultados confirmaron una relación directa y significativa entre el marketing de contenidos y el posicionamiento de marca. En resumen, el estudio destacó la importancia del marketing de contenidos para fortalecer el posicionamiento de marca en el mercado de productos de belleza en Trujillo. (Alfaro Cardenas, P. G, 2023).

Propuesta mejoramiento de la confiabilidad del inventario de producto terminado en una empresa de productos cosméticos del Valle de Aburrá

Este trabajo se centra en el Centro de Distribución de una empresa de productos cosméticos en el municipio de Guarne, Antioquia, Colombia. En el año 2020, el CEDI enfrentó el desafío de integrar otro negocio de venta directa de la misma empresa que ya contaba con su propio CEDI en Bogotá. El enfoque metodológico utilizado fue cualitativo, describiendo el proceso de inventarios dentro del CEDI en tres fases:

Identificación de los procesos, clasificación de los procesos críticos y la implementación de un plan de acción con acciones ejecutadas. Durante el análisis de las situaciones presentadas, se identificaron procesos irregulares que afectan los inventarios. Las oportunidades de mejora se basan en establecer procesos correctos para las transacciones y movimientos. Estas propuestas de mejora beneficiaron a todas las personas involucradas en los procesos, mejorando la conciliación entre los dos sistemas y reduciendo los ajustes por irregularidades en un 20%.

En resumen, este trabajo abordó la integración de un negocio adicional en el CEDI de una empresa de productos cosméticos. A través de un enfoque cualitativo, se identificaron y

mejoraron los procesos irregulares que afectan los inventarios, lo que resultó en una disminución significativa de los ajustes y una mejor conciliación entre los sistemas.

(Henao, Á. E., Rojas Vásquez, J. E., & Giraldo Buitrago, C. A, 2022).

Métodos para mejorar la eficiencia y la toma de decisiones en la gestión de inventarios

Este artículo destaca la importancia de un sistema eficiente de control de inventario y presenta dos métodos, el ABC y la política Mini-Máx., para mejorar la gestión de inventarios en la empresa panificadora "Pan Van". Los resultados obtenidos incluyen la clasificación multicriterio ABC y la determinación de normas de inventario para los productos seleccionados. (Navarrete, C. V., & Gutiérrez, O. P, 2017).

Método ABC para mejorar la gestión de los inventarios en la empresa comercializadora Escambray Guantánamo

Se evidencia en esta investigación la importancia de diseñar un procedimiento más eficiente como lo es el método ABC, el cual fue clave para que la empresa lograra atender la demanda, de una forma más rápida, eficiente y disminuyendo los tiempos de acceder a los productos. (Gutiérrez, Y. A., & Alvarez, J. M. W, 2020).

El marketing digital y su influencia en el comportamiento de los consumidores de productos cosméticos del distrito de Miraflores - Lima en el año 2020

El artículo se destaca que la gestión de almacenes donde se desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la administración y organización de inventarios, particularmente en términos de medir los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro. Se verifica que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, requieren del almacenamiento y control de sus productos, lo cual implica mantener un inventario adecuado para gestionar la rotación, pronosticar y evaluar. A través de los operadores logísticos, se lleva a cabo la distribución y se cumple las necesidades del mercado con un buen abastecimiento de los puntos de venta, adaptándose a las demandas cambiantes. (Chamorro Guerra, A. V, 2021)

Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios

El artículo se destaca que la gestión de almacenes donde se desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la administración y organización de inventarios, particularmente en términos de medir los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro. Se verifica que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, requieren del almacenamiento y control de sus productos, lo cual implica mantener un inventario adecuado para gestionar la rotación, pronosticar y evaluar. A través de los operadores logísticos, se lleva a cabo la distribución y se cumple las necesidades del mercado con un buen abastecimiento de los puntos de venta, adaptándose a las demandas cambiantes. (Elizalde-Marín, L, 2018).

Importancia de las técnicas del marketing digital

El artículo expresa los cambios que ha venido llevando la tecnología y las industrias, donde se encuentran técnicas que abarcan la implementación y adaptación del marketing digital con el fin de generar éxito en las empresas, además anuncian que es vital que las empresas tengan

un seguimiento con las nuevas tendencias, ajustándolas a las necesidades de cada compañía. (Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B, 2018).

Análisis diagnósticos y propuesta de mejora para la gestión de almacenes e inventarios para una empresa de coberturas plásticas

La tesis demuestra que la implementación de mejoras en la gestión de almacenes e inventarios en una empresa de plásticos puede generar beneficios bastante grandes. Mediante el análisis y la optimización de los procesos, se logra una distribución más eficiente del espacio, un mejor control de existencias y una priorización adecuada de los stocks de seguridad demostrando así que la rentabilidad y el crecimiento económico de la empresa ha sido bastante significativo debido a la mejora continua del almacén. Estas conclusiones respaldan la importancia de buscar constantemente mejoras en la gestión operativa para ser más eficientes y competitivos en el mercado. (León Chávez, E., & Torre Carrascal, A, 2016).

Propuesta de mejora en la gestión de almacenes utilizando la metodología Lean Warehouse y la herramienta de asignación de mercadería para incrementar la rentabilidad en las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo

Las empresas distribuidoras mayoristas de consumo masivo enfrentan el desafío de ofrecer un buen nivel de servicio a sus clientes, aumentar significativamente su distribución y rentabilidad. La gestión eficiente de los almacenes es crucial para reducir costos y mejorar la productividad. Este estudio implementó técnicas como el lean warehouse y herramientas de asignación en una distribuidora mayorista, logrando reducir distancias y tiempos en el almacén. Como resultado, se incrementaron las ventas significativamente; Estas implementaciones

demuestran la importancia de la gestión de almacenes en la rentabilidad de las empresas distribuidoras de consumo masivo. (Moreno Samanamud, M. A., & Núñez Castañeda, Y. J, 2020).

Estudio metodológico

Tipo de investigación:

El tipo de investigación que se llevará a cabo en este proyecto es de tipo mixto, ya que emplea el análisis y aplicación de métodos cuantitativos y cualitativos con la finalidad de medir variables.

El objetivo principal es potencializar la marca y optimizar los procesos mejorando significativamente a D'colors cosméticos, lo que permite generar una evaluación de la empresa interna y externa.

Población:

La población objetivo de este proyecto de estudio de caso está conformada por los colaboradores de la empresa D'colors cosméticos.

Muestra:

La muestra de nuestro proyecto será dirigida a los seis colaboradores que se encargan de los procesos que requiere la empresa D'colors cosméticos.

Tipo de muestreo:

Se utilizará en el proyecto el tipo de muestreo censal, teniendo en cuenta que la población

es pequeña y se debe incluir a todos los colaboradores de la empresa, con el fin de obtener resultados precisos.

Consideraciones éticas:

En esta investigación se suministrará un documento para los colaboradores, donde se garantice la confidencialidad de los datos proporcionados por ellos, siendo así un proceso que funcione para la investigación enfocado en la ética profesional.

Técnicas de instrumentos:

Para la realización de este proyecto se tomarán distintas herramientas, las cuales serán adaptadas para las necesidades de la empresa y con esto se generarán análisis y resultados para las mejoras propuestas, los instrumentos anteriormente nombrados son:

Redes sociales:

Las redes sociales permiten que la empresa llegue a un mercado más amplio, por esto se utilizara el manejo estratégico de Instagram, Facebook, las cuales son medios en los que actualmente la empresa se quiere dar a conocer, sin embargo, no cuenta con métodos que le permitan generar mayor visualización.

Anuncios publicitarios con creadores de contenido digital:

El objetivo de incorporar esta estrategia es aumentar la visibilidad y el alcance de D'colors cosméticos, permitiendo llegar a un mercado más amplio, generando contenido de valor y lograr aumentar las ventas, fidelizando clientes.

Matriz DOFA:

Esta herramienta será utilizada en el proyecto con el fin de identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la compañía para así mismo realizar un análisis permitiendo potencializar la marca.

Entrevistas:

El objetivo de usar las entrevistas será recolectar información sobre el manejo que llevan los colaboradores de la empresa, para establecer un análisis y determinar mejoras para la organización.

5 S:

El objetivo de usar este método es llevar a cabo una mejora continua para garantizar un ambiente laboral limpio y efectivo, además se minimizan los tiempos de búsqueda de los productos, para esto se deben seguir los siguientes pasos para cumplir con esta herramienta:

Clasificación: Consiste en despejar y apartar los productos necesarios de los innecesarios.

Organizar: Consiste en organizar los productos en un lugar específico, garantizando su fácil acceso, siendo esto clave para la disminución de tiempos y atrasos.

Limpiar: Consiste en mantener el área de trabajo ordenada y limpia para tener un mejor ambiente de trabajo y visualización de los productos.

Estandarización: Consiste en apropiarse de los pasos anteriores, donde se genere una

sistematización y todos los colaboradores hagan del hábito de la limpieza algo cotidiano, así como la nueva organización de los productos.

Disciplina: Consiste en adoptar el cumplimiento de todos los pasos anteriormente mencionados, siendo así una mejora continua creando hábitos que permiten tener impactos positivos en la empresa.

Kardex:

Es un instrumento a utilizar con el fin de administrar de una mejor manera, las entradas y salidas de los productos, permitiendo un control de inventarios eficiente.

Sistema ABC:

Este sistema será clave para realizar un mejoramiento a el área del almacén, donde se clasificarán los productos de la distribuidora de belleza en categorías de alta (A), media (B) y baja (C) rotación, se procede a establecer las estrategias de la gestión de inventarios para lograr priorizar los productos importantes, disminuyendo la acumulación de inventario de productos de baja rotación que no generan mayores ingresos a la empresa.

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES - SEMANAS																																						
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE		
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4			
Recolectar informacion de la empresa.																																							
Hacer un analisis de las problematicas que presentan.																																							
Identificar las problematicas que vamos a abordar.																																							
Analizar posibles estrategias o soluciones.																																							
Establecer objetivos del proyecto.																																							
Busqueda de articulos que contribuyan a las estrategias de mejora.																																							
Definir el tipo de investigación y a quien va dirigida la investigación.																																							
Entrevista a los colaboradores de D'colors																																							
Realizar la matriz DOFA.																																							
Realizar el cruce estrategico FODA																																							
Establecer estrategias de marketing digital.																																							
Crear plan de manejo de redes sociales.																																							
Pautas con creadores de contenido digital.																																							
Realizar el diagrama espagueti.																																							
Implementar el metodologia de las 5 S																																							
Implementar las kardex para entradas y salidas de los productos.																																							
Implementar el sistema ABC.																																							
Analizar el comportamiento de la empresa frente a las mejoras establecidas.																																							
Realizar informe final.																																							

Imagen 1, cronograma de actividades.

Fuente: Autor.

Ejecución del caso

Análisis del contexto específico de la empresa

En este proyecto, iniciamos realizando un diagnostico del estado actual de los procesos ejecutados en la empresa D colors, donde con distintas herramientas logramos identificar las falencias que a continuación son abordadas en el documento.

Aplicación de herramientas metodológicas para la mejora

Con la comprensión de los análisis ejecutados se lleva a cabo la realización e implementación de estrategias ejecutado a continuación:

Redes sociales: Estrategia publicitaria

Mediante un diseño moderno y actualizado y algo vanguardista se dará apertura en el mundo de las redes sociales, con estilo que logre acaparar las personas tanto jóvenes como adultas, permitiendo que D'COLORS COSMETICOS ingrese en el mundo digital.

Para lograr estas estrategias se llevará a cabo mediante diferentes modelos publicitarios como lo son:

1. Semana - publicidad de contenido

Este tipo de publicidad es una estrategia de marketing que busca influir directamente en los consumidores a través de diversos canales. Su mensaje es directo y claro, pues su propósito es llegar al mayor número de personas.

Para este propósito se difundirá la marca mediante historias durante tres días seguidos con un máximo de 3 historias por días que creen expectativa en los consumidores, generando interés por la marca y creando una incógnita de que productos se van a ofrecer.

1 semana - publicidad por medio de reels

En esta semana D'COLORS COSMETICOS, ya dará una idea más clara de que se trata y que se busca ofrecer al público, esto se realizará mediante el pago de influenciadores digitales en donde utilicen los productos y se cree una confianza al público en general.

2 semana - concursos y descuentos

Se espera que para la 3er semana D'COLORS COSMETICOS, ya este nombrada dentro de la comunidad como una empresa de cosméticos en la cual puede encontrar gran variedad de productos de excelente calidad y a muy buenos precios creando una confianza en el consumidor,

para esto se difundirán distintas historias en las redes sociales en las cuales se buscara acaparar muchas más personas mediante la siguiente dinámica:

2.1 Compartir y darle like a la historia

2.2 Seguir todas las redes sociales de D'COLORS COSMETICOS

3.2 Etiquetar a 2 amigos

3 semana - publicidad push

En este tipo de publicidad ya se tendrá definido cuál es el tipo de consumidores entre los rangos de edad y cultura, de esta manera se crearán nuevas pautas publicitarias en las cuales vaya enfocada como lo son el lenguaje, los gestos, los dichos de cada región para dejar claro el mensaje que se desea transmitir a cada consumidor dependiendo su cultura.

Análisis de resultados y evidencias:

La implementación exitosa de la reestructuración y la remodelación en la gestión de inventario y la estrategia digital en D'Colors Cosméticos promete una transformación integral para la organización. La eficiencia operativa mejorada y la reducción de costos reflejarán una gestión más sólida y rentable. Simultáneamente, la mayor visibilidad de la marca y la mejora en la experiencia del cliente posicionan a la empresa para un crecimiento sostenible. Además, la capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado asegurará que D'Colors cosméticos se mantenga a la vanguardia de la industria cosmética que está cambiando constantemente. En conjunto, estos cambios no solo abordan desafíos existentes, sino que también establecen las bases para un futuro más prometedor y competitivo para D'Colors Cosméticos.



Tabla 1, Progreso de perfil de redes sociales.

Fuente: Autor.

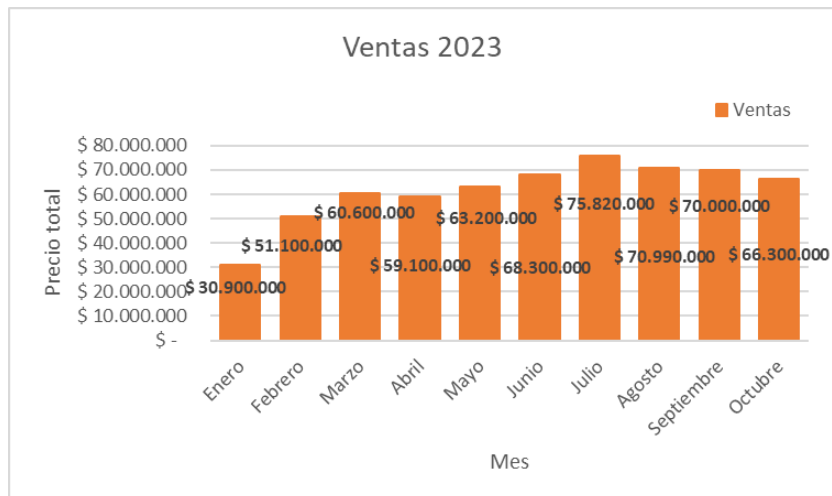


Imagen 2, Ventas 2023.

Fuente: Autor.

Se evidencia un incremento en las ventas a partir del segundo semestre 2023, gracias a la exitosa implementación de la estrategia de marketing orientada a potenciar las ventas en línea.

Matriz DOFA:

Con el propósito de realizar un análisis estratégico que permita comprender la situación actual de la empresa y tomar decisiones orientadas a su evolución y mejora, se ha desarrollado la siguiente matriz DOFA:

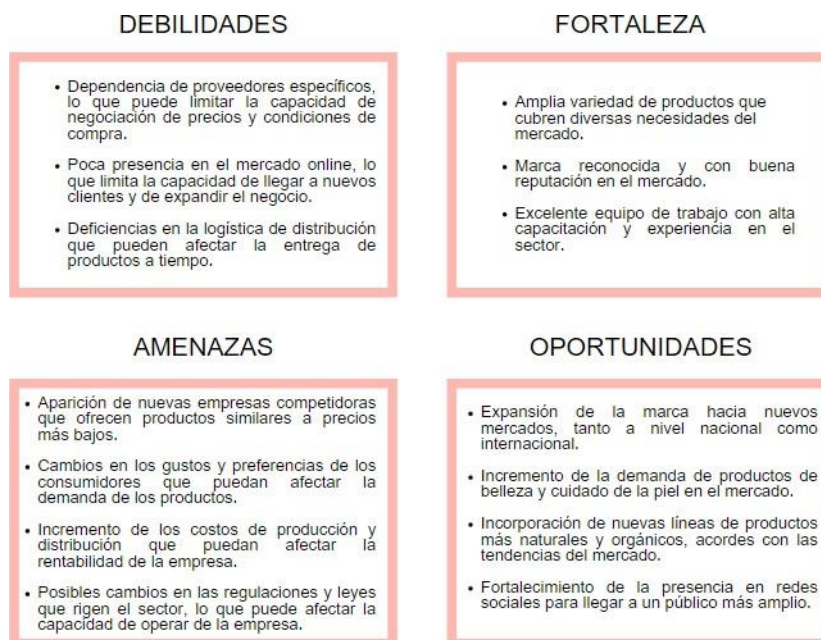


Imagen 3, Matriz DOFA.

Fuente: Autor.

Entrevista: Con el objetivo de evaluar la gestión de la empresa a través de las percepciones de los colaboradores, se ha diseñado esta encuesta (Imagen 4).

Entrevistamos a los colaboradores para realizar un análisis del estado actual y, a partir de sus aportes, identificar las mejoras que puedan ser implementadas

N°	Preguntas	Respuestas		Comentarios
		Si	No	
1	¿Usted en el area del almacén esta debidamente capacitado?			
2	¿Considera que el espacio de almacenamiento es adecuado para los productos de belleza?			
3	¿Ha notado productos vencidos o dañados debido a problemas de almacenamiento?			
4	¿Manejan un sistema adecuado para etiquetar y ubicar los productos de belleza?			
5	¿Utilizan un software para el inventarios? Si es así, ¿Cómo considera que funcione para las necesidades de la empresa?			
6	¿Se realizan controles de calidad regulares en los productos de almacen?			
7	¿Toman medidas cuando se identifican problemas de calidad con alguno de los productos? Si es así, ¿Cuáles son estas medidas?			
8	¿Cree que hay re procesos en el despacho de almacen?			
9	¿Ha notado falta de recursos que afecten el area de almacen?			
10	¿Tiene alguna sugerencia para la mejorar la gestion de inventarios?			

Imagen 4, Encuesta.

Fuente: Autor.

Resultado de la Encuesta de Gestión de Inventarios en D'colors Cosméticos

Tamaño de la Muestra: 6 encuestados

Perfil de los Encuestados: Empleados de D'colors Cosméticos, incluyendo personal de almacén, logística y gerencia.

Satisfacción General:

Promedio de satisfacción: 4.2 en una escala de 1 (muy insatisfecho) a 5 (muy satisfecho).



Gráfico 1, Promedio de satisfacción.

Fuente: Autor.

Problemas de Inventarios Más Comunes:



Gráfico 2, Problemas de inventarios.

Fuente: Autor.

Sugerencias de Mejora:

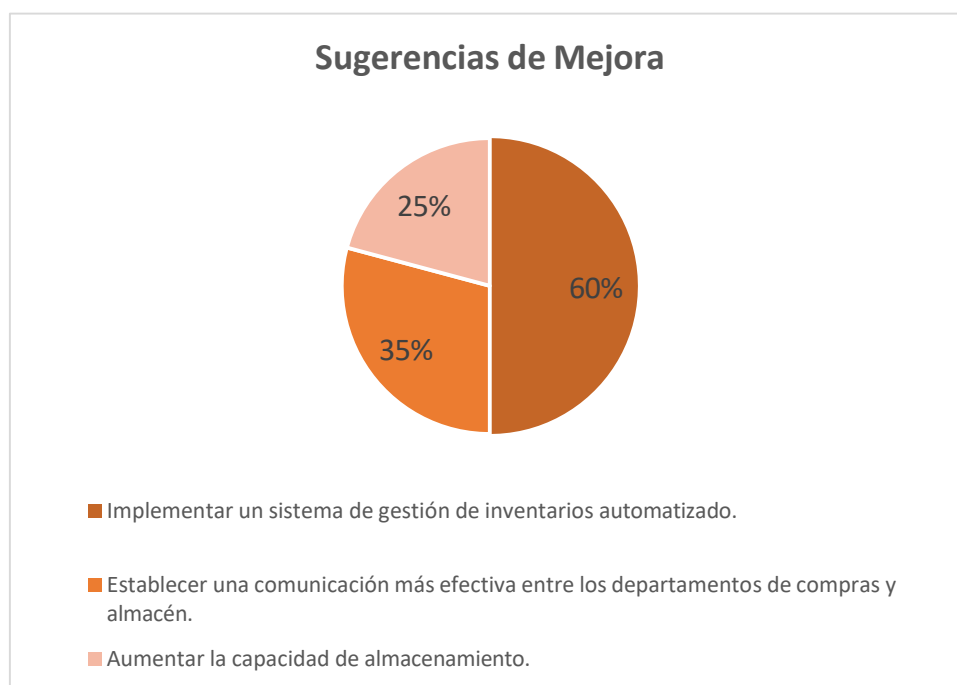


Gráfico 3, Sugerencias de mejora.

Fuente: Autor.

Comparación con Objetivos Empresariales:

Las percepciones de los encuestados se alinearon en gran medida con los objetivos de la empresa de mejorar la eficiencia operativa y reducir costos.

Acciones Posteriores Propuestas:

Implementar un sistema de gestión de inventarios automatizado para mejorar la coordinación y precisión.

Establecer reuniones regulares entre el departamento de compras y el almacén para mejorar la comunicación.

Explorar la posibilidad de expandir las instalaciones de almacenamiento.

4 S:

Con el fin de llevar a cabo una mejora continua para garantizar un ambiente laboral limpio y efectivo, minimizan los tiempos de búsqueda de los productos se ejecutó el siguiente procedimiento:

Clasificación:

- Se identificaron todos los productos de belleza que estaban en el sistema de inventario.
- Se establecieron condiciones de separación en donde se clasificaron los productos según la categoría a la que corresponde.
- Se realizó la separación y eliminación de productos obsoletos.
- Se organizaron los productos finales de manera adecuada, ordenada y según el sistema ABC que se estableció para el área de almacén.

Organizar: Con el objetivo de optimizar el acceso a los productos y reducir los tiempos de espera, se consideró cuidadosamente el estado disponible en las estanterías y se aplicó el método de acomodación ABC.

A continuación, se observan uno de los ajustes finales de la organización de los productos:



Imagen 5, Organización de estanterías.

Fuente: Autor.

Limpiar: Se llevó a cabo una jornada de limpieza que consistió en retirar elementos que obstruían los pasillos de las estanterías, como cajas vacías, seguida de una limpieza minuciosa tanto de las estanterías como de cada uno de los productos, con el propósito de preservar su aspecto agradable.

Estandarización: Considerando los pasos previos y la colaboración constante de los colaboradores de la empresa a lo largo de este proceso, se resalta la relevancia de adoptar prácticas de higiene y, al mismo tiempo, de internalizar la estandarización del procedimiento y la organización

Kardex: Con el fin de mantener un registro físico debido a que la empresa aún no ha completado su transición a sistemas informáticos, se presenta este Kardex minuciosamente elaborado. Su propósito es garantizar un registro preciso y detallado de todas las entradas y

Nombre del material	Demanda	Precio unitario	Inversión	Inversión acumulada	Porcentaje de inversión acumulado	Zona	Porcentaje
Thyms color	8000	\$ 7.800	\$ 62.400.000	\$ 62.400.000	16%	A	77%
Tec Italy	6000	\$ 21.500	\$ 129.000.000	\$ 191.400.000	48%	A	
Tinte igora royal	5000	\$ 16.800	\$ 84.000.000	\$ 275.400.000	69%	A	
Toalla en rollo	1500	\$ 20.500	\$ 30.750.000	\$ 306.150.000	77%	A	
Tratamiento lehit	1200	\$ 15.700	\$ 18.840.000	\$ 324.990.000	82%	B	18%
Esmalte masglo	1800	\$ 6.500	\$ 11.700.000	\$ 336.690.000	85%	B	
Toalla wypall	300	\$ 26.600	\$ 7.980.000	\$ 344.670.000	87%	B	
Kit kerafozze	48	\$ 159.600	\$ 7.660.800	\$ 352.330.800	89%	B	
Agua de rosas	1000	\$ 6.000	\$ 6.000.000	\$ 358.330.800	90%	B	
Keratina Keralizze	48	\$ 80.500	\$ 3.864.000	\$ 362.194.800	91%	B	
Skala	120	\$ 28.400	\$ 3.408.000	\$ 365.602.800	92%	B	
Toalla desmaquillante	500	\$ 6.800	\$ 3.400.000	\$ 369.002.800	93%	B	
Color uno	684	\$ 4.600	\$ 3.146.400	\$ 372.149.200	94%	B	
Crema Ana Maria	100	\$ 28.000	\$ 2.800.000	\$ 374.949.200	94%	B	
Iluminador Samy	500	\$ 5.500	\$ 2.750.000	\$ 377.699.200	95%	B	5%
Decolorante acroma 500gr	48	\$ 50.320	\$ 2.415.360	\$ 380.114.560	96%	C	
Shampoo liss control recamier	60	\$ 34.125	\$ 2.047.500	\$ 382.162.060	96%	C	
Delineador	500	\$ 3.500	\$ 1.750.000	\$ 383.912.060	96%	C	
Suero Ana Maria	80	\$ 19.600	\$ 1.568.000	\$ 385.480.060	97%	C	
Kuul	60	\$ 35.000	\$ 2.100.000	\$ 387.580.060	97%	C	
Acondicionador Natural Hais	800	\$ 12.900	\$ 10.320.000	\$ 397.900.060	100%	C	
Totales			\$ 397.900.060				100%

Imagen 7, Método de inventario ABC.

Fuente: Autor.

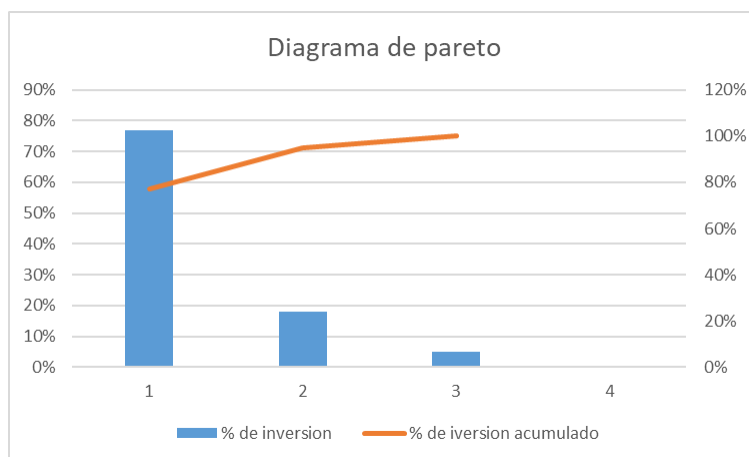


Imagen 8, Diagrama de Pareto.

Fuente: Autor

Logramos observar cómo implementación del sistema ABC nos permite asignar nuestros recursos de manera más estratégica. Enfocamos nuestros esfuerzos en la gestión de los productos

más relevantes para nuestro negocio, lo que mejora nuestra eficiencia operativa y nos ayuda a mantener un equilibrio adecuado entre la disponibilidad de productos y el control de costos.

D'colors Cosméticos no cuenta con el sistema ABC en la gestión de inventarios, esto significa que se está aplicando una metodología que clasifica los productos o artículos de inventario en tres categorías según su importancia relativa para la empresa.

En D'colors Cosméticos, implementamos el sistema ABC en nuestra gestión de inventarios. Esto implica que categorizamos nuestros productos en tres grupos según su relevancia para nuestra operación:

Clase A (Artículos de alta importancia): Estos son los productos que tienen un impacto significativo en nuestras ventas y costos. Dedicamos una atención especial a la gestión de inventario de estos artículos, asegurando que estén disponibles cuando los clientes los requieran y minimizando los riesgos de agotamiento o exceso de inventario. (tintes, esmaltes, maquillaje, entre otras)

Clase B (Artículos de importancia media): Aquí se encuentran los productos que, aunque no son tan críticos como los de clase A, aún tienen un impacto considerable en nuestras operaciones. Gestionamos estos artículos de manera eficiente para evitar situaciones de agotamiento o sobre inventario. Para D colors son las keratinas, Iluminador, Toallas desmaquillantes, entre otras.

Clase C (Artículos de baja importancia): En esta categoría se incluyen productos que, individualmente, no tienen un impacto financiero significativo. La gestión de inventario de estos

artículos se realiza de manera más flexible, permitiendo un enfoque más relajado como para la empresa D'colors son decolorantes, Shampoo, entre otras.

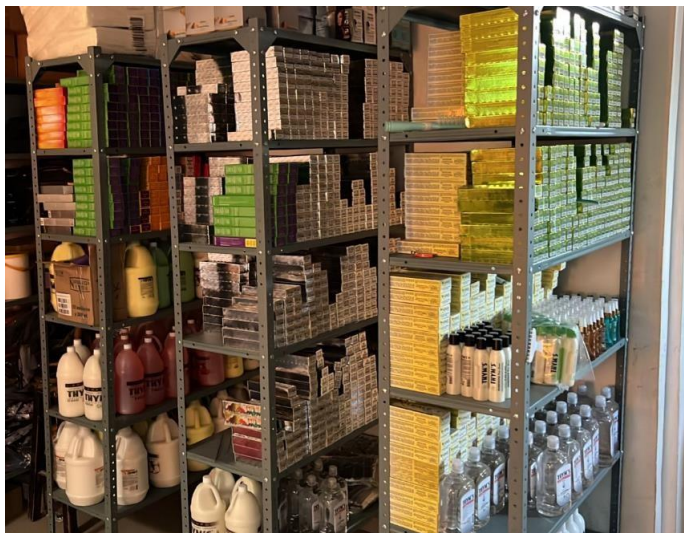


Imagen 9, Distribución ABC.

Fuente: Autor.

Indicadores

- **Reducción de tiempos:**

En el indicador de reducción de tiempos, se busca identificar el porcentaje del tiempo ahorrado con las nuevas herramientas generadas para los procesos de recolección de productos en el almacén de la empresa D colors. Para la tabulación de los datos se generan las siguientes ecuaciones:

T1= tiempo usado para la recolección de productos en el almacén por día con el sistema usado por la empresa= 120 min diarias.

T2= Tiempo usado para la recolección de productos en el almacén por día con la distribución del sistema ABC= 30 min día.

$$\% \text{ del tiempo reducido} = \frac{T1 - T2}{T1} * 100$$

$$\frac{120 - 30}{120} * 100 = 75\%$$

El resultado del indicador nos muestra de manera representativa el avance en cuanto a la adquisición de los productos, donde se evidencia el incremento de productividad y ahorro de tiempo en los procesos, donde pueden ser usados en otros procesos como ventas para la generación de recursos y utilidades para la compañía.

- **Incremento de ventas:**

Gracias a la implementación efectiva de nuestras estrategias de marketing, nos complace informar que hemos evidenciado un notable crecimiento tanto en las ventas en línea como en las ventas generales. La ejecución de estas estrategias ha generado un impacto positivo, aumentando la visibilidad de productos, atrayendo a nuevos clientes y fortaleciendo la lealtad de los existentes. Este éxito refleja el compromiso y la eficacia de nuestras iniciativas de marketing, contribuyendo de manera significativa al desarrollo y expansión de Dcolors.

$V1 = \text{ventas totales de Enero a Mayo} = \$264.900.000$

$V2 = \text{ventas totales de Junio a Octubre} = \$288.410.000$

$$V = \frac{v2 - v1}{v2} * 100 =$$

$$V = \frac{288.410.000 - 264.000.000}{288.410.000} * 100 = 9.2\%$$

Descripción del conocimiento adquirido

Durante la ejecución del proyecto, se adquirieron conocimientos enfocados a la gestión de inventarios en la industria cosmética, así como la formulación de estrategias de marketing efectivas. Para esto se efectuó la comprensión de los procesos internos de la empresa, con el fin de identificar las áreas de mejora para llevar a cabo las estrategias. A continuación, describimos cada una de ellos:

- **Sistema ABC:**

La implementación del sistema ABC en D'Colors ha brindado conocimientos esenciales para la gestión eficiente de inventario, destacando:

Segmentación Prioritaria:

La clasificación ABC ha permitido identificar productos críticos, facilitando la asignación eficiente de recursos y optimizando el espacio de almacenamiento.

Toma de Decisiones Fundamentada:

Con información clara, se ha mejorado la toma de decisiones estratégicas, reduciendo riesgos, pérdidas y mejorando la capacidad de adaptación a cambios en la demanda.

Eficiencia Operativa Mejorada:

La simplificación en la gestión diaria ha mejorado la eficiencia operativa, permitiendo a los equipos concentrarse en tareas críticas.

La implementación exitosa del sistema ABC fortalece la posición de D'Colors para un crecimiento sostenible y una gestión de inventario más eficaz.

- **Gestión de inventarios:**

La gestión de inventarios en D'Colors ha optimizado procesos, brindando conocimientos clave para un control preciso, mejor uso de recursos financieros, toma ágil de decisiones, reducción de costos y adaptación rápida a la demanda del mercado. Estos aprendizajes refuerzan la competitividad y eficiencia de D'Colors.

- **Marketing digital:**

La implementación del marketing digital en D'Colors ha enriquecido nuestra comprensión sobre cómo potenciar las ventas en línea y fortalecer la visibilidad de la marca. Este proceso nos ha brindado conocimientos fundamentales, destacando la importancia de estrategias efectivas para el crecimiento sostenible de las ventas en línea y la retención de clientes. Además, hemos apreciado cómo estas iniciativas digitales tienen un impacto directo en la rentabilidad de la empresa, subrayando la relevancia crítica del marketing digital en nuestro éxito general.

Éxitos

Optimización de Inventarios: Se logró implementar prácticas más eficientes en la gestión de inventario, reduciendo costos operativos y mejorando la disponibilidad de productos.

Incremento de Visibilidad en Línea: A través de la estrategia digital, se aumentaron significativamente la presencia en línea de D'Colors, generando un mayor reconocimiento de la marca y atrayendo nuevos clientes.

Mejora en la Experiencia del Cliente: Implementando iniciativas digitales que mejoraron la interacción con los clientes, fortaleciendo la relación y generando retroalimentación positiva.

Obstáculos

Resistencia al Cambio: Se presentó cierta resistencia interna a la implementación de cambios e inversión, especialmente en lo que respecta a la adopción de nuevas tecnologías y procesos.

Desafíos Tecnológicos: La actualización tecnológica necesaria para la estrategia digital presentó desafíos técnicos que requirieron soluciones creativas y una colaboración estrecha con la propietaria y colaboradores de la empresa.

Gestión del Tiempo: Equilibrar las responsabilidades académicas con las demandas del proyecto y las operaciones diarias de la empresa fue un desafío, pero logramos gestionarlo efectivamente mediante una planificación cuidadosa.

Anexo de certificación



CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN DE OPCIÓN DE GRADO

Este certificado atestigua que **Andrea Mosquera y Daniel Benito**, ha completado con éxito su proyecto de opción de grado titulado "Reestructuración de Gestión de Inventario y Estrategia Digital para D'Colors Cosméticos". Este proyecto fue desarrollado en colaboración con nuestra empresa como parte de los requisitos académicos para la obtención de su grado en **INGENIERIA INDUSTRIAL**.

Durante el período de implementación, **Andrea Mosquera y Daniel Benito** demostraron un compromiso excepcional, habilidades analíticas y una comprensión profunda de los desafíos específicos que enfrenta la gestión de inventario y la estrategia digital en la industria cosmética. Su contribución fue instrumental en el diseño e implementación de cambios significativos que han mejorado la eficiencia operativa y la competitividad de D'Colors Cosméticos que se evidenciaron tanto en la rentabilidad como en la mejora de los procesos.

El proyecto se llevó a cabo bajo la supervisión y orientación de Doris Janeth Bernal Rodríguez dueña y administradora, quien ha elogiado la calidad del trabajo realizado y el impacto positivo de las recomendaciones propuestas.

D'Colors Cosméticos reconoce y valora el arduo trabajo, dedicación y conocimientos aportados por los estudiantes de ingeniería industrial de la Universidad Santo tomas-sede villavicencio Andrea Mosquera y Daniel Benito durante todo el proceso. Este certificado se otorga en reconocimiento a su destacado desempeño y contribución significativa a nuestra empresa.

Fecha de Emisión: 10/11/2023

Firma representante legal D'colors

Doris Janeth Bernal Rodríguez



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Garavito, K. A., Suarez Romero, L. D., Ruiz Villamil, L. M., & Cueva Parra, L. J. (2017). Plan de Marketing para la Distribuidora de Productos de Belleza Cosita's Fashion.

Peralta Barbecho, C. A., & Toral Pérez, P. R. (2023). *Estandarización de procesos en el área logística y financiera para la propuesta de un modelo de negocio empleando la metodología Canvas y de valor agregado para la distribuidora de Cosméticos del Austro en Cuenca-Ecuador* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Gómez Yanquen, N. M., & Vera Arango, D. C. (2019). Diseño de una propuesta de documentación del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, bajo los lineamientos del Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019 para la empresa Dispomed SF del municipio de Dosquebradas.

FLORES MIRANDA, L. F. (2020). *Diseño de un sistema de gestión de inventarios para mejorar el servicio al cliente en una empresa dedicada a la venta y distribución de productos de belleza* (Master's thesis, FLORES MIRANDA, LUIS FERNANDO).

Muñoz Palacio, J. S., & Ramírez Díaz, L. D. (2022). Implementación de un modelo de comercio electrónico de bajo costo para la Distribuidora de Belleza Lesjoh en Bogotá, Colombia.

Cabrera Aquije, M. A., Guerrero Villanueva, A. J., Yopán Comeca, H. A., & Vivanco Roza, S. Propuesta de mejora en los procesos de distribución para incrementar el indicador OTIF en la gestión de almacén de una empresa comercializadora de productos de belleza capilar.

Vizuite Orozco, P. F. (2016). *Modelo de Optimización para la Planificación de Abastecimiento de Productos de Belleza para una Empresa Importadora* (Bachelor's thesis, Espol).

Mato Picardo, M. (2019). La importancia de las estrategias de marketing digital en el comercio electrónico para asegurar el triunfo de las empresas de cosmética: MAC y BENEFIT.

Prieto Solano, R. H. (2021). El marketing digital, beneficios y guía rápida para implementarlo en los canales de promoción y venta online para empresas del sector cosmético.

Alfaro Cardenas, P. G. (2023). Marketing de contenidos y posicionamiento de marca de los productos de belleza de una empresa de cosméticos en los consumidores de la ciudad de Trujillo en el 2020.

Henao, Á. E., Rojas Vásquez, J. E., & Giraldo Buitrago, C. A. (2022). Propuesta mejoramiento de la confiabilidad del inventario de producto terminado en una empresa de productos cosméticos del Valle de Aburrá.

Navarrete, C. V., & Gutiérrez, O. P. (2017). Métodos para mejorar la eficiencia y la toma de decisiones en la gestión de inventarios//Methods to improve efficiency and decisions in inventory management. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(22), 29-38.

Gutiérrez, Y. A., & Alvarez, J. M. W. (2020). Método ABC para mejorar la gestión de los inventarios en la Empresa Comercializadora Escambray Guantánamo. *Revista Cubana de finanzas y precios*, 4(3), 19-28.

Chamorro Guerra, A. V. (2021). El marketing digital y su influencia en el comportamiento de los consumidores de productos cosméticos del distrito de Miraflores-Lima en el año 2020.

Elizalde-Marín, L. (2018). Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios. *Observatorio de la economía Latinoamericana*, (noviembre).

Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B. (2018). Importancia de las técnicas del marketing digital. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783.

León Chávez, E., & Torre Carrascal, A. (2016). Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora para la gestión de almacenes e inventarios para una empresa de coberturas plásticas.

Moreno Samanamud, M. A., & Núñez Castañeda, Y. J. (2020). Propuesta de mejora en la gestión de almacenes utilizando la metodología Lean Warehouse y la herramienta de asignación de mercadería para incrementar la rentabilidad en las empresas distribuidoras de productos de consumo masivos.