

Propuesta de mejora para la empresa PriceSmart en el área de Receiving

Ana Sofia Lara Alvarez

Trabajo final de Grado

Para lograr el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor:

Alexander Carvajal

Universidad Santo Tomas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

Resumen

Durante las prácticas profesionales en el área de Recibo de Pricesmart, se identificó una oportunidad crítica de mejora en el proceso de programación de recepción de proveedores. Inicialmente, la asignación de citas se realizaba basándose en el uso del sistema AS400, orden de solicitudes y experiencia del personal, sin considerar la urgencia real de todas las órdenes de compra que tenían productos en Out Stock. Esto generaba que proveedores con productos agotados en el club (Cero Ventas) no fueran priorizados, prolongando el desabastecimiento y afectando potencialmente la experiencia de compra de los socios. Con el objetivo de optimizar la agenda de recibo y garantizar la reposición oportuna de productos críticos, se implementó un sistema de priorización basado en el análisis de datos, utilizando las Cards de Domo y Excel. La metodología empleada consistió en extraer reportes desde Domo, cruzar la información en Excel para identificar los proveedores con mercancía en estado "Cero Ventas" y aquellos con alto volumen de recepción, y finalmente generar una agenda priorizada que fue comunicada diariamente a las áreas de Fresh, Merchandaising y Food Services. Los resultados fueron significativos: se eliminó la subjetividad en la programación, se redujo la saturación en el muelle de carga y, lo más importante, se aseguró que los productos agotados fueran recibidos y despachados al piso de ventas con mayor celeridad. En conclusión, la implementación de este sistema transformó la gestión del área de Recibo en un proceso basado en datos, mejorando la eficiencia operativa y contribuyendo directamente a la disponibilidad de producto y la satisfacción del socio.

Palabras Clave: Recibo, Cero Ventas, Priorización, Domo, Excel, Desabasto.

Key Words: Receiving, Zero Sales, Prioritization, Domo, Excel, Stockout.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a mi familia, por su amor, paciencia y apoyo incondicional en cada paso de este camino. Este logro también es de ustedes. A Pricesmart y al equipo de Recibo, por su guía, su tiempo y por hacer de esta experiencia un verdadero aprendizaje. También a los profesores de la universidad, por su enseñanza y dedicación.

Introducción

PriceSmart, multinacional de retail con presencia en Colombia, se caracteriza por operar bajo el modelo de club de ventas por membresía, ofreciendo a sus socios un portafolio compuesto mayoritariamente por productos importados de alta calidad. La compañía atiende tanto a clientes empresariales (B2B) como a consumidores individuales (B2C), lo que exige una gestión logística precisa y coordinada que garantice la disponibilidad oportuna de mercancía en el piso de venta. En un entorno de alta demanda y constante movimiento, los procesos de recepción de mercancía requieren un monitoreo continuo y una programación eficiente para evitar desabastos y garantizar la satisfacción de los socios.

En el desarrollo de las prácticas profesionales en el área de Recibo del club ubicado en la localidad de Usaquén en Bogotá, se identifica una problemática clave en el proceso de asignación de citas para recepción de proveedores. El sistema AS400, herramienta transaccional principal del área, presenta limitaciones significativas como la imprecisión de las semanas de inventario en contextos de ruptura de stock, la imposibilidad de visualizar de manera consolidada todas las órdenes de compra cargadas y la ausencia de información sobre la cantidad de pallets que trae cada pedido. Estas deficiencias generaban que la priorización se realizara de forma manual y subjetiva, revisando orden

por orden durante aproximadamente dos horas diarias, lo que provocaba que los productos agotados (Cero Ventas) no fueran atendidos con la celeridad requerida, prolongando el desabasto en góndola.

Al inicio de la práctica, el monitoreo y la programación se realizaban mediante métodos manuales y segmentados. La propuesta de mejora consiste en implementar un sistema de priorización basado en el cruce de información de dos Cards de Domo con Excel, utilizando el club y el código de producto (ítem) como campos comunes para generar una tabla dinámica que permita identificar rápidamente los proveedores prioritarios. La meta es reducir significativamente el tiempo invertido en la elaboración de la agenda diaria y ofrecer una visión más clara del estado de los productos para facilitar la reposición oportuna. Los objetivos incluyen identificar los productos en estado Cero Ventas mediante el cruce de información, priorizar la asignación de citas a proveedores con mercancía agotada y establecer un flujo de comunicación diario con las áreas de Frescos, Merchandising y Food Services.

La importancia de esta práctica radica en su capacidad para transformar un proceso manual y disperso en una gestión fundamentada en datos, aportando directamente a la mejora de las operaciones logísticas de PriceSmart. En el presente trabajo se presenta un análisis del desarrollo del proyecto, iniciando con la contextualización de la empresa y un análisis DOFA específico para el área de Recibo. Posteriormente, se expone la metodología utilizada para la implementación de la mejora y, finalmente, se muestran los resultados obtenidos en términos de ahorro de tiempo y mejora en la disponibilidad de producto, concluyendo con las principales aportaciones de esta experiencia al fortalecimiento de la eficiencia operativa en el sector retail.

Tabla de Contenido (Lara, 2026)

Tabla de Contenido (Lara, 2026).....	5
1. Empresa.....	6
1.1. Aspectos generales	6
1.2. Misión, visión y valores	6
1.2.1. Misión.....	6
1.2.2. Visión	6
1.2.3. Valores.....	7
1.3. Ubicación Geográfica	7
1.4. Estructura Organizativa	8
1.5. Unidad o Departamento en el que desarrollaba la practica	9
1.6. Análisis DOFA	10
1.6.1. Oportunidades.....	10
1.6.2. Amenazas.....	10
1.6.3. Fortalezas.....	10
1.6.4. Debilidades	10
2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	11
2.1. Planteamiento Central.....	11
2.2. Importancia, limitaciones y alcances.....	11
2.2.1. Importancia.....	12
2.2.2. Limitaciones	12
2.2.3. Alcance	13
2.3. Objetivo General.....	13
2.4. Objetivos específicos	14
3. Contenido plan de mejora	15
4 Conclusiones.....	15
5. Bibliografía.....	16
6. Anexos.....	16
6.1. Seguimiento de las practicas	17
6.1.2. Resumen de actividades realizadas	17

1. Empresa

1.1 Aspectos generales

Pricesmart es una empresa multinacional del sector retail que inició sus operaciones en Estados Unidos, consolidándose como un referente en el modelo de club de ventas por membresía. Con el paso de los años, expandió su presencia a Centroamérica y, en Latinoamérica, actualmente opera en Colombia, con proyección de apertura próximamente en Chile.

La compañía se distingue por ofrecer un portafolio de productos conformado por un 80% de mercancía importada y un 20% de mercancía local, lo que le permite brindar a sus socios una amplia variedad de artículos con estándares internacionales de calidad. Su modelo de negocio está orientado tanto a la venta al por mayor para empresas y negocios (B2B), como a la venta al detal para consumidores individuales (B2C), atendiendo así las necesidades de un público diverso. En todo momento, Pricesmart mantiene como propósito fundamental ofrecer productos y servicios de alta calidad que generen valor y satisfacción a sus socios. (Pricesmart, 2025)

1.2 Misión, visión y valores

1.2.1 Misión

La misión de Pricesmart es ofrecer a cada socio una experiencia de compra excepcional, donde encuentre productos y servicios pensados realmente para él, con la más alta calidad y al precio más bajo posible. Porque detrás de cada socio hay una familia o un negocio que confía en la compañía para su bienestar y crecimiento. (Pricesmart, 2025)

Visión 1.2.3

La visión de Pricesmart es convertirse en el aliado más confiable para las familias y negocios en cada mercado donde opera, ofreciendo siempre mercancía y

servicios de alta calidad que superen sus expectativas y hagan la diferencia en su día a día. (Pricesmart, 2025)

1.2.4 Valores

Los valores de Pricesmart, se centran en tres pilares que reúnen cada uno de sus enfoques: (Pricesmart, 2025)

Integridad

La integridad significa ser auténticos en cada acción. La compañía cree firmemente que lo que se muestra hacia afuera debe ser el reflejo fiel de lo que se es por dentro. Por eso, en cada decisión, en cada trato con socios, proveedores y colaboradores, se mantiene una conducta coherente en todo momento. (Pricesmart, 2025)

Excelencia

En Pricesmart, la excelencia es la búsqueda constante de ser sobresalientes en todo lo que hace. La compañía se esfuerza día a día por superar las expectativas de sus socios, ofreciendo calidad y servicio que marcan la diferencia en cada detalle. (Pricesmart, 2025)

Comunidad

Para Pricesmart, la comunidad es el corazón de todo lo que hace. La compañía reconoce el valor único de cada persona y trabaja por formar individuos íntegros, promoviendo un entorno positivo donde todos puedan crecer y sentirse parte de algo más grande. (Pricesmart, 2025)

1.3 Ubicación Geográfica

Pricesmart cuenta actualmente con 10 clubes a nivel nacional, estratégicamente ubicados en las principales ciudades del país. La compañía tiene presencia en Medellín, Cali, Pereira, Bogotá, Chía, Barranquilla y Bucaramanga, llevando su modelo de negocio a miles de socios en diferentes regiones de Colombia.

Las prácticas profesionales fueron desarrolladas en la ciudad de Bogotá, específicamente en el club ubicado en la localidad de Usaquén, en la Carrera 8 # 167 D - 88. Esta sede atiende a una importante comunidad de socios en el norte de la capital.

Figura 1: Ubicación PriceSmart Carrera 8 # 167 D – 88/ Google Maps

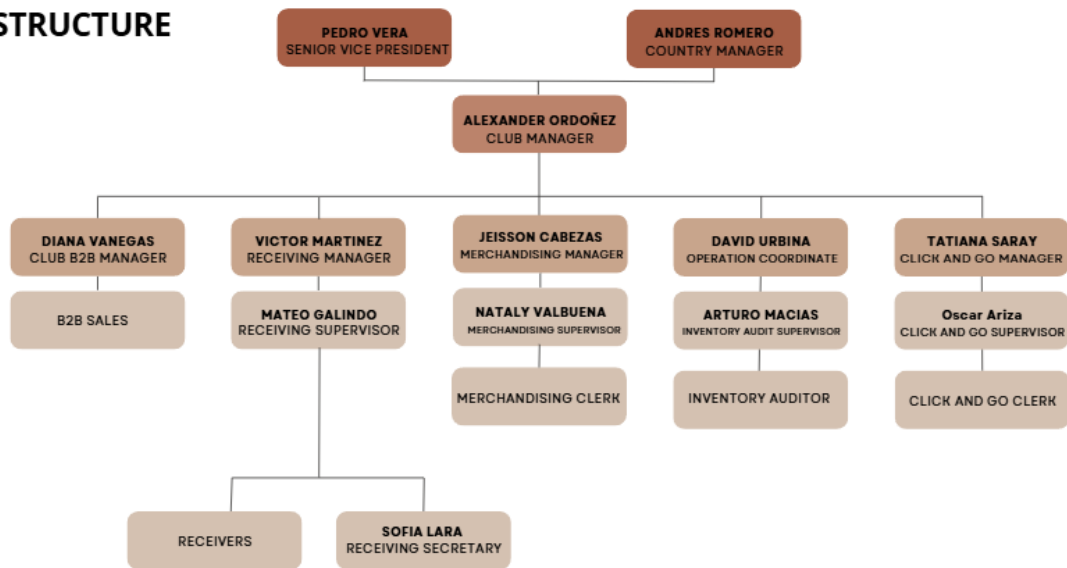


Tomado de: [Pricesmart, Bogotá] (2026) (Google Maps, 2026)

1.4 Estructura Organizativa

A continuación, se presenta la estructura organizacional de Pricesmart, señalando mi ubicación dentro del área de Recibo. Desde esta posición, participó activamente en la parte administrativa y en la gestión de los procesos operativos del área, contribuyendo a la optimización de la recepción de mercancía y a la coordinación con las demás áreas del club.

ORGANIZATIONAL STRUCTURE



Tomado de: Elaboración propia con información de Organigrama en Teams de Pricesmart (Lara, 2026)

1.5 Unidad o Departamento en el que desarrollaba la practica

Las prácticas profesionales se desarrollaron en el área de Recibo de Pricesmart, un departamento estratégico encargado de controlar todo el flujo de mercancía que ingresa y sale del club. Esta área es responsable de recepcionar y verificar que cada producto proveniente de proveedores o transferencias entre clubs coincida exactamente con la factura correspondiente en cantidad y calidad.

Sus funciones principales abarcan la programación y priorización de citas para proveedores. También gestiona las transferencias de mercancía entre clubs a nivel nacional, controla el inventario de estibas y canastillas IFCO, mantiene actualizados los formatos de sanidad exigidos por las autoridades y elabora summary reports para el seguimiento de indicadores, los cuales son fundamentales para prevenir fallos SOX,

dado que la empresa cotiza en bolsa y cualquier incumplimiento puede afectar su puntuación y reputación financiera.

1.6 Análisis DOFA

Tabla propia elaboración DOFA (Ariza, 2025)

Tabla DOFA		Oportunidades	Amenazas
		1. Posibilidad de automatizar el cruce de información entre Domo y AS400. 2. Implementación de indicadores de productividad para el personal de recibo. 3. Digitalización de formatos de sanidad y control para diligenciamiento en tiempo real. 4. Optimización del espacio en cavas mediante mejor programación de recepciones.	1. Riesgo de fallos SOX por errores en la documentación o trazabilidad de mercancía. 2. Rotación del personal del área que maneja los procesos críticos. 3. Proveedores que no respetan los horarios asignados en la agenda. 4. Problemas de espacio en cavas de refrigerado y congelado por mercancía no planificada.
Fortalezas		Estrategias FO	Estrategias FA
1. Manejo del sistema AS400 para gestión de inventario y programación de recepciones. 2. Acceso a Cards de Domo para extracción y visualización de datos en tiempo real. 3. Buen manejo de inventarios para evitar sobre stock en bodega. 4. Conocimiento de la frecuencia de recepción de proveedores habituales.		1. Utilizar el acceso a Domo (fortaleza) y el conocimiento de frecuencias de proveedores (fortaleza) para desarrollar un sistema de programación que optimice el espacio en cavas (oportunidad) y priorice productos Cero Ventas. 2. Aprovechar el buen manejo de inventarios (fortaleza) y la automatización del cruce de información entre Domo y AS400 (oportunidad) para agilizar la identificación de proveedores prioritarios. 3. Implementar indicadores de productividad (oportunidad) basados en los datos del AS400 (fortaleza) para medir la eficiencia del personal en recepción.	1. Establecer controles cruzados entre AS400 y Domo (fortalezas) para garantizar la trazabilidad de mercancía y prevenir cero stocks 2. Documentar los procedimientos clave del área (fortalezas) para minimizar el impacto de la rotación de personal (amenaza) en la programación de citas. 3. Usar el conocimiento de frecuencias de proveedores (fortaleza) para negociar horarios y reducir incumplimientos (amenaza) que saturan el muelle.
Debilidades		Estrategias DO	Estrategias DA
1. Imprecisión en el AS400 respecto a semanas de inventario cuando hay ruptura de stock (semanas rotas). 2. Proceso de priorización de proveedores dependía inicialmente de criterios subjetivos.		1. Implementar la digitalización de formatos (oportunidad) para resolver el atraso en el diligenciamiento de documentos de sanidad (debilidad) y fortalecer el cumplimiento normativo. 2. Desarrollar una herramienta en Excel con base en datos de Domo (oportunidad) que compense la	1. Establecer un cronograma semanal para la revisión y diligenciamiento de formatos (debilidad) que prevenga hallazgos en auditorías SOX (amenaza). 2. Capacitar a múltiples personas en el manejo de Domo (debilidad) para

3.	Formatos de sanidad y control no se diligencian el mismo día por la dinámica de la operación.	imprecisión del AS400 en rupturas de inventario (debilidad) y permita identificar Cero Ventas reales para la priorización.	reducir la dependencia de personal clave ante rotación (amenaza).
4.	Los encargados del área no tienen capacitaciones necesarias para el manejo de la plataforma DOMO	3. Crear un registro de frecuencias de proveedores (oportunidad) que elimine la subjetividad en la agenda (debilidad) y facilite la programación diaria.	3. Diseñar un procedimiento de programación de citas (debilidad) que contemple la capacidad real de las cavas (amenaza) y asigne horarios estratégicos para mercancía refrigerada y congelada.
		4. Gestionar capacitaciones en Domo para los encargados del área (debilidad) aprovechando la oportunidad de automatización (oportunidad) para optimizar los procesos.	

2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento Central

Las prácticas profesionales se llevaron a cabo en el área de Recibo de Pricesmart, un departamento estratégico encargado de la programación y recepción de proveedores, así como del control de toda la mercancía que ingresa y sale del club. Durante esta experiencia, se identificó una oportunidad de mejora en el proceso de asignación de citas para recepción, derivada de las limitaciones que presenta el sistema AS400. Dichas limitaciones incluyen la imprecisión de las semanas de inventario en contextos de ruptura de stock, la visibilidad reducida de las órdenes de compra cargadas y la ausencia de información sobre la cantidad de pallets que trae cada pedido. Esta situación generaba que la priorización se realizara sin criterios objetivos, afectando la reposición oportuna de productos agotados (Cero Ventas) y la planificación del espacio en el muelle de carga.

Frente a esta problemática, se implementó una mejora que consistió en utilizar las Cards de Domo para extraer y cruzar información clave en Excel. Este proceso permitió identificar con mayor precisión los proveedores prioritarios, conocer los volúmenes de

recepción y generar una agenda diaria alineada con las necesidades comerciales del club. Adicionalmente, se estableció un flujo de comunicación diario con áreas clave como Frescos, Merchandising y Food Services, informando con anticipación sobre los productos agotados que serían recibidos al día siguiente. Esto facilitó la preparación de dichas áreas y aseguró una reposición más ágil en el piso de venta.

Esta iniciativa encuentra fundamento en los principios de la administración científica planteados por Taylor (1911), quien sostiene que la eficiencia operativa se logra mediante el análisis metódico de los procesos y la sustitución de criterios empíricos por decisiones basadas en datos objetivos. La implementación del cruce de información entre las Cards en Excel constituye una aplicación práctica de este enfoque, al transformar un proceso de programación subjetivo en una gestión fundamentada en información confiable, mejorando así la coordinación interdepartamental y la disponibilidad de productos para los socios.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1 Importancia

El desarrollo de este plan permitió optimizar el proceso de programación de recepción de proveedores en Pricesmart, mediante el uso de herramientas como Domo y Excel para identificar y priorizar productos agotados (Cero Ventas), agilizando su reposición en góndola. La comunicación diaria con áreas como Frescos, Merchandising y Food Services sobre las recepciones programadas fortaleció la coordinación interdepartamental y mejoró la disponibilidad de producto para los socios.

Esta experiencia integró conocimientos académicos con la realidad operativa del retail, desarrollando competencias en análisis de datos, trabajo en equipo y comunicación asertiva. Asimismo, permitió comprender la importancia de la trazabilidad y la gestión

eficiente de la cadena de suministro como factores clave para la competitividad y satisfacción del socio.

2.2.2 Limitaciones

Durante el desarrollo de las prácticas en el área, se presentaron diversas limitaciones que enmarcaron el alcance del plan de mejora. Inicialmente, el acceso a las Cards de Domo requirió solicitar permisos a las personas ubicadas en Estados Unidos, lo que retrasó la disponibilidad de la herramienta para el análisis de datos. Adicionalmente, las capacitaciones recibidas para el manejo de Domo fueron bastante ambiguas y no profundizaron en las funcionalidades clave, limitando el aprovechamiento de la plataforma. Por otra parte, la programación de la agenda de recepciones era una tarea exclusiva de los encargados del área, quienes tampoco contaban con el conocimiento suficiente sobre Domo, lo que dificultó la transferencia del proceso y la estandarización de la mejora implementada.

2.2.3 Alcance

El alcance comprendió el apoyo en el área de Recibo de Pricesmart, participando en la optimización de la programación de recepción de proveedores mediante el cruce de información entre Domo y Excel para priorizar productos Cero Ventas. Se estableció comunicación diaria con Frescos, Merchandising y Food Services sobre las recepciones programadas, se definieron frecuencias más claras con proveedores de mercancía refrigerada y congelada para optimizar el espacio en cavas, y se exploraron otras funcionalidades de Domo. La mejora se implementó en el último mes de las prácticas, optimizando tiempos de recepción y fortaleciendo la coordinación interdepartamental.

2.3 Objetivo general

Optimizar la programación de recepción de proveedores en el área de Recibo, mejorando la reposición oportuna de productos Out stock y fortaleciendo la comunicación con las áreas internas involucradas, mediante el cruce de datos de Domo en Excel.

2.4 Objetivo específico

- Determinar los proveedores que requieren prioridad en la programación de recepción.
- Mejorar el sistema de reposición de inventarios en góndola y reducir el desabasto en el club.
- Facilitar la planificación de las áreas internas y asegurar la reposición oportuna de productos agotados, mediante un flujo de comunicación diario basado en la consolidación de una agenda priorizada.

3. Contenido plan de mejora

Durante las prácticas en el área de Recibo de Pricesmart, la programación de citas para recepción de proveedores se realizaba de forma manual con el sistema AS400. Cada orden de compra debía consultarse individualmente para verificar semanas de inventario (información imprecisa en rupturas de stock), identificar pallets y decidir su agendamiento. Este proceso demandaba cerca de dos horas diarias.

Frente a ello, se aprovecharon las Cards de Domo para optimizar el proceso.

Inicialmente, el cruce de información no era exacto por falta de familiaridad con la plataforma. Mediante exploración autónoma, se identificó que el club y el ítem (código único del producto) eran los campos comunes para relacionar ambas Cards. Con esta

clave, se consolidó en Excel la información de órdenes de compra vigentes, semanas de inventario, configuración de pallets e inventario actual.

Se generó una tabla dinámica que permitía filtrar productos con bajo stock o en estado Cero Ventas, identificando rápidamente las órdenes prioritarias. El tiempo de programación se redujo de dos horas a 20-30 minutos diarios, eliminando la subjetividad en la asignación de citas.

Una vez definida la agenda, se enviaba diariamente un consolidado a las áreas de Frescos, Merchandising y Food Services, informando los productos agotados a recibir al día siguiente para facilitar su reposición en góndola.

Las últimas semanas se realizaron pruebas, corrigiendo discrepancias en unidades consolidadas mediante ajustes en los filtros de la tabla dinámica. Finalmente, se estandarizó el formato en Excel con una estructura clara y filtros intuitivos, asegurando su uso diario y su transferencia al equipo.

4. Conclusión

El plan de mejora permitió optimizar la programación de recepción de proveedores en el área de Recibo de Pricesmart, atendiendo la debilidad identificada en el DOFA relacionada con la imprecisión del AS400 en contextos de ruptura de stock y la falta de criterios objetivos para priorizar productos Cero Ventas. Mediante el cruce de dos Cards de Domo y Excel, utilizando el club y el ítem como campos comunes, se logró reducir el tiempo de elaboración de la agenda diaria de dos horas a 20-30 minutos, mejorando la eficiencia en aproximadamente un 75%. Además, la comunicación anticipada con las áreas de Frescos, Merchandising y Food Services sobre los productos agotados a recibir permitió agilizar su reposición en góndola, impactando directamente en la disponibilidad de producto y la satisfacción de los socios.

5. Bibliografía

Frazelle, E. (2012). *Inventory Strategy: Maximizing Financial, Service, and Operational Performance with Inventory Strategy*. Logistics Resources International.

Google Maps. (2026). [Ubicación PriceSmart Carrera 8 # 167 D – 88, Bogotá].

Recuperado el [fecha de consulta] de <https://www.google.com/maps>

Pricesmart. (2025). *Información corporativa y valores institucionales*. Documentos internos de la compañía.

Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. Harper & Brothers.

6. Anexos

6.1 Anexo A. Seguimiento de las prácticas profesionales

6.1.2. Anexo B. Resumen de las actividades realizadas

Durante las prácticas profesionales en el equipo de Homecenter Colombia, se realizaron las labores de gestión de operaciones y despacho para diversas regiones de atención, al igual que el seguimiento de estas órdenes de despacho, debido a que algunas presentaban errores ya sean del solicitante o por parte del cliente. También se realiza el envío de los productos y su respectiva documentación a los diferentes clientes por los medios solicitados. Para el proceso de despacho, se utilizan plataformas como lo son SAP, sistemas de gestión de almacén y SharePoint. Adicionalmente, se colaboró estrechamente con distintos equipos de trabajo del área logística, lo que me permitió tener una visión más integral de los procesos internos y esto facilitó el desarrollo de habilidades clave como una comunicación efectiva, solución ágil de problemas en general y una buena toma de decisiones bajo presión. también se fortalecieron

competencias digitales, tales como el uso de herramientas tecnológicas y plataformas empresariales. Todo esto contribuyó al cumplimiento de los indicadores de gestión y a la mejora continua de los tiempos de respuesta en el área de despacho, generando un impacto positivo en la satisfacción del cliente final.

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
14-30 Julio	Días de inducción.	Entrenamiento y cursos básicos sobre los departamentos y apps de la empresa.	Ninguna.
01-31 Agosto	Asignación de órdenes de compra en AS400 a los recibidores, elaboración de summary reports y archivo de documentos físicos.	Ejecución autónoma de tareas administrativas básicas y organización documental.	Lentitud en el manejo del sistema y dependencia para validar información.
01-30 <u>Sept.</u>	Gestión de transferencias entre clubs, coordinación de transporte para envíos y registro de entradas y salidas en el sistema.	Autonomía en la gestión logística de transferencias y mejora en coordinación con transportadores.	Autonomía en la gestión logística de transferencias y mejora en coordinación con transportadores.
01-31 Octubre	Gestión y grabación de devoluciones pendientes a proveedores, y seguimiento exhaustivo a los formatos exigidos por la secretaría de salud.	Control riguroso de devoluciones y cumplimiento de requisitos sanitarios.	Control riguroso de devoluciones y cumplimiento de requisitos sanitarios.
01-30 Nov.	Elaboración de formatos necesarios para realizar ajustes en sistema después de recibir contenedores refrigerados y congelados, adicional trazabilidad del mismo.	Identificar los ajustes que correspondían en cada ingreso de los contenedores, puesto que, de eso dependía la elaboración del formato.	Ninguna.
01-31 Dic.	Apoyo en la programación de la agenda (appointment) y exploración inicial de la plataforma Domo y sus Cards.	Identificación de las limitaciones del AS400 y de la oportunidad de mejora con Domo	Capacitación ambigua sobre Domo y curva de aprendizaje de la nueva herramienta.
01-31 Enero	Entrega de reportes finales, documentación del proceso de mejora, cierre de actividades y retroalimentación con supervisores.	Proceso estandarizado y transferido al equipo.	Tiempo limitado para asegurar la adopción completa del nuevo método.

Tabla Cumplimiento de objetivos mes a mes (Lara)