

Diseño e implementación de inventarios y rutas de distribución en Representaciones y Distribuciones TLC Ltda.

Presentado por:

Juan Esteban Ortegón Sánchez

Trabajo presentado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Leidy Viviana Quintín Lizcano

Mg, Finanzas

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá DC,

2022

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, por su apoyo incondicional, por la manera en que fui guiado en mi carrera profesional, por ser el pilar de mi vida y por no dejarme perder el foco de lo que realmente es importante, por su gran esfuerzo para que todos los semestres pudiera estudiar, por cada uno de sus consejos y principalmente por darme la confianza necesaria para poder afrontar esta etapa de mi vida de la mejor manera.

A los docentes comprometidos en la labor ardua de la educación, comprometidos a brindar los mejores conocimientos y experiencias no solo académicas, sino también de vida; a Jorge García por enseñarme que siempre hay que tener tacto y amabilidad a la hora de hablar por inculcar y resaltar desde el primer momento el valor de la honestidad; a la docente Gisette por enseñarme a confiar en mis cualidades y poder explotarlas sin miedo a lo que pueda pasar; a Jorge Silva por darme a conocer la importancia de ser aplicado, que muchas veces el talento sin esfuerzo no sirve y por haber sido un docente transparente el cual le aprendí el significado de la frase “uno recibe lo que cosecha”, y por último y no menos importante a la docente Viviana Quintín, quien en mi último semestre me enseñó que siempre hay que ir más allá de lo común, por siempre querer ir más allá a la hora de enseñar y principalmente por tratarnos como sus hijos y cobijarnos en todo momento, con mucha confianza y calidad humana.

Y finalmente quiero darles las gracias a todos mis amigos de la universidad, los buenos amigos que realmente me aportaron durante mi carrera y me pudieron enseñar que el trabajo en equipo es tan importante como las cualidades individuales, fue así con esta gran enseñanza que me pude apoyar en ellos para cursar con éxito muchas de las materias cursadas.

Resumen

Este trabajo presenta el desarrollo de la práctica empresarial en Representaciones y Distribuciones TLC Ltda, frente al diseño e implementación en el procesos de inventarios y rutas de distribución, ya que estos han generado problemas en la manera de como se ha venido realizando las actividades diarias y pérdida de tiempos por la desorganización.

Se identificaron procesos no adecuados en la planificación de compras e inventarios, por tal motivo se plantearon soluciones que le permitiera a la compañía un mejor control de sus inventarios, lo cual puede incrementar la rentabilidad y competitividad en el mercado.

Como apoyo a lo anterior, se revisó el sistema de inventarios con que cuenta la empresa detectando que no está parametrizado y no se cuenta con un inventario real, evitando con esto vender lo que no se tiene.

En ese mismo sentido, se rediseñó el procedimiento de compras de la compañía, mejorando la planeación de los requerimientos de los insumos y se revisaron los métodos de control de almacenamiento en la bodega .

Del mismo modo se implementó las rutas de distribución de los productos, ya que no se contaba con una planeación adecuada, evitando pérdida de tiempos y falla en las entregas.

Introducción

Para Representaciones y Distribuciones TLC LTDA, es un reto mantener un inventario óptimo , un almacenamiento adecuado y una logística eficaz para el desarrollo y crecimiento a nivel nacional, por lo que parece obvio que un buen control de los inventarios

es de suma importancia, ya que desempeña una función vital en las empresas y es la de proveer a sus clientes productos con estándares de calidad, entregas oportunas y servicio al cliente oportuna.

Para Chopra y Meindl, el reto de administrar un inventario está en decidir cuánto se necesita para cumplir con los requerimientos del mercado, lo que implica decidir qué cantidad se necesita, cuándo debemos colocar los pedidos, y recibir, almacenar y llevar el registro de dicho inventario, ya que el objetivo primordial será mantener los costos bajos y los suficientes productos terminados para las ventas (Chopra & Meindl, 2008, págs. 50-51).

Dada esta situación, se considera necesario intervenir estos procesos mediante una investigación exhaustiva para poder realizar cambios que puedan organizar las falencias que al momento presenta la organización.

Teniendo en cuenta lo anterior en este plan de mejora, se tratará el desarrollo de las prácticas empresariales en el área de inventarios, logística, marketing y comercial de la empresa, con un desarrollo de implementación gestión de inventario EOQ y proceso B2C, que puedan ser eficientes para la organización .

Tabla de Contenido

1..LA EMPRESA	5
1.1. Razón social de la empresa	5
1.2. Objeto Social de la empresa	6
1.3. Misión	6
1.4. Visión:	6
1.5. Objetivos:	7
1.6. Valores:	7

1.7 Localización geográfica	Error! Bookmark not defined.
1.8 Organigrama	9
2. CARGO Y FUNCIONES A DESEMPEÑAR	10
2.1 Funciones asignadas:	10
3. ANALISIS DOFA	11
3.1. Matriz DOFA	Error! Bookmark not defined.
3.2 Estrategias FODA	13
4. PROPUESTA PLAN DE MEJORA	15
4.1. Propuesta central.	15
4.2 Importancia, limitaciones y alcance.	15
5. OBJETIVO GENERAL	17
5.1. Objetivos específicos	17
6. Contenido del plan de mejora	18
6.1 PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA	18
7. CONCLUSIONES	Error! Bookmark not defined.
9. SEGUIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS	21

1..LA EMPRESA

1.1. Razón social de la empresa

Nombre: Representaciones y Distribuciones TLC Ltda.

NIT: 900.052.592-6

Dirección: Calle 2 G 39 A 82

Constituida por escritura pública No. 0004051 de la Notaria 23 de Bogotá el 11 de octubre de 2005”Recuperado del Certificado de Cámara de comercio de la organización”

1.2. Objeto Social de la empresa

Es una empresa dedicada al comercio al por mayor y detal de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador, comercio al por mayor de prendas de vestir, comercio al por mayor de productos textiles, productos confeccionados para uso doméstico y hospitalario y comercio al por mayor no especializado (entre ellos dotación, ventas de elementos de protección individual).”Recuperado del Certificado de Cámara de comercio de la organización”

1.3. Misión

Representaciones y Distribuciones TLC Ltda REDITLC LTDA, tiene como misión brindar a las personas involucradas en el sector salud y comercial, productos y servicios que satisfagan las necesidades de sus grupos de interés y que contribuya al mejoramiento de su calidad de vida. “Recuperado del documento D-SST-001, SST”

1.4. Visión:

Representaciones y Distribuciones TLC Ltda, REDITLC LTDA, involucrada directamente en los programas y proceso de la salud en Colombia, a través del suministro de insumos necesarios para el excelente desarrollo de la actividad profesional, ha visionado ser en los próximos años la empresa líder en esta materia en Colombia, implementando nuevas estrategias de mercado y la apertura de nuevos mercados tanto a nivel local como Nacional en diferentes actividades reguladas por los organismos de control en la salud pública.

Nuestras proyecciones apuntan a consolidarnos como un distribuidor importante de aquellas empresas que se encuentran en proceso de crecimiento, con unos parámetros

exigentes de calidad, oportunidad, cumplimiento, responsabilidad y honestidad.

“Recuperado del documento D-SST-001, SST”

1.5. Objetivos:

- Tener un modelo sostenible que nos permita generar rentabilidad, ofreciendo servicios de calidad con garantía a nuestros clientes.
- Lograr satisfacción y fidelidad de los clientes
- Asegurar la calidad de nuestros productos
- Brindar al personal capacitaciones que fortalezcan la atención y servicio al cliente.

1.6. Valores:

- Transparencia
- Comunicación clara y honesta, en toda la organización, con los clientes y proveedores
- Orientación al cliente
- Calidad
- Respeto
- Compromiso
- Responsabilidad laboral
- Competitividad e innovación
- Evaluación autocrítica
- Integridad laboral
- Constancia y disciplina

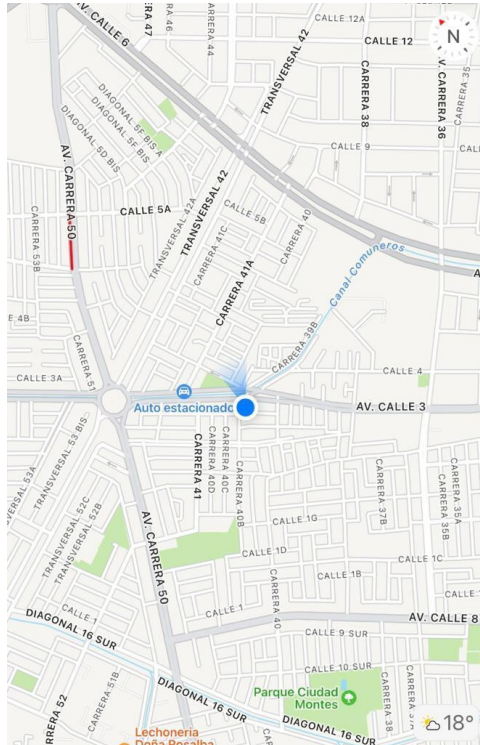
- Responsabilidad Social

La información expuesta anteriormente se obtuvo de los documentos legales de la empresa Representaciones y Distribuciones TLC (REDI TLC LTDA). “Recuperado del documento D-SST-001, SST”

1.7 Localización geográfica

Representaciones y Distribuciones TLC Ltda, está ubicada en la ciudad de Bogotá, con planta de manejo de distribución localizada exactamente en la localidad de Puente Aranda en el barrio korkidi, con direccion Calle 2 G 39 A 82, única planta de distribución, con planes a obtención de una segunda bodega de distribución logística para inicios del año 2022, planeando suplir su expansión la cual va en auge.

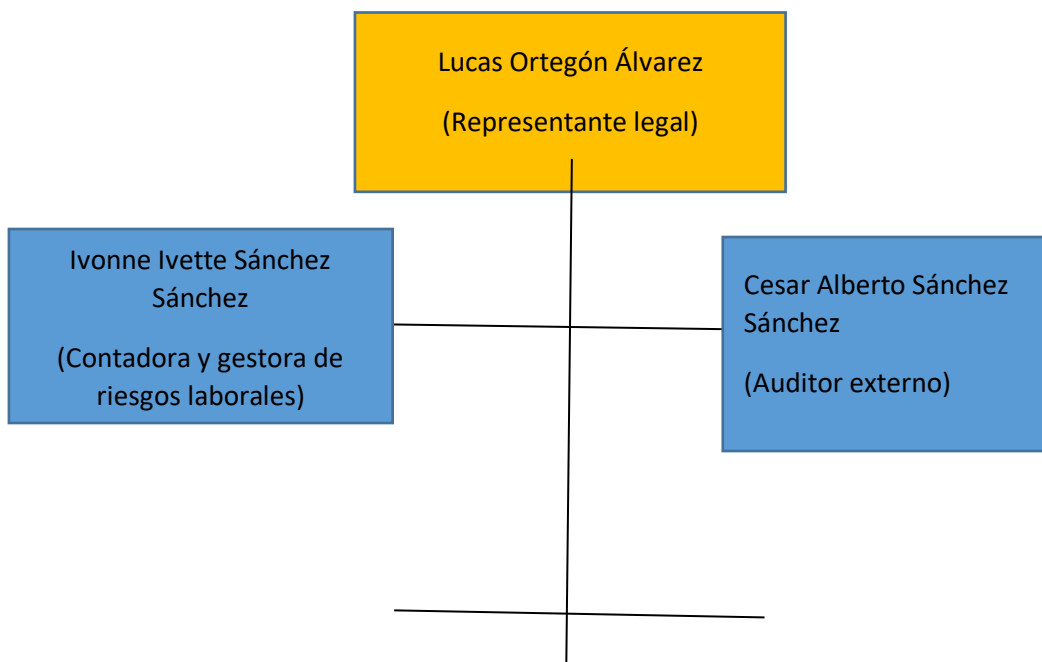
Figura 1. Mapa referente a localización geográfica.



Nota: Figura 1. Mapa obtenido en google maps Recuperado de: Google. (s.f.). [Calle 2 G 39 A 82 Puente Aranda]. Recuperado el 03 de marzo de 2021 de <https://goo.gl/maps/mxDspDP1DNjLVtJB8> (Google, s.f.)

1.8 Organigrama

Figura 2. Organigrama de Representaciones y Distribuciones TLC



Juan Esteban Ortegaón Sánchez
(Practicante en el área logística y
de marketing)

Liany Segovia
(Jefe de bodega)

Nota: Elaboración propia.

2. Cargo y Funciones a Desempeñar

2.1 Funciones asignadas:

Funciones relacionadas con el área de:

Compras:

- Planificación de compras
- Selección de proveedores (dependiendo el volumen de compra estipulado semanalmente)
- Realización de pedido
- Control de compras

Servicio al cliente:

- Orden de pedido
- Coordinación de rutas

Inventarios:

- Revisión del programa y parametrización.
- Inventario físico para alimentar el programa.
- Kardex
- Capacitación en inventarios a la persona encargada.
- Implementación modelo EOQ

Almacenamiento:

- Implementación gestión de inventario EOQ, para un adecuado almacenamiento.

Transporte:

- Coordinar con el departamento comercial los despachos a los clientes.

3. Análisis DOFA

3.1. Matriz DOFA

Fortalezas

- Posicionamiento en el mercado.
- Precios competitivos.
- Personal con experiencia en el campo.
- Venta de productos confiables y de calidad.

- Contacto directo con los regentes de farmacia de los clientes
- Vehículos con capacidad adecuada para carga de mercancía
- Proveedores con facilidades de pago.

Oportunidades

- Posibilidades de expansión y crecimiento.
- Mercados por explorar.
- Diversidad de productos para ampliar su portafolio de productos
- Inversión en tecnología que facilite en gran manera la gestión de inventarios
- Expansión de plantas de almacenamiento para aumento en la oferta
- Ampliación de inventario para suplir la demanda

Debilidades

- Falta de planeación.
- Falta de establecimiento de objetivos a mediano y largo plazo.
- No hay estudio del mercado, desconocimiento de este.
- No hay programas de motivación, desarrollo y evaluación del personal.
- Aunque se posee un buen portafolio de productos, éste podría ser más amplio.
- No se realizan promociones.
- No existe una planeación adecuada para el despacho de los productos
- Falta organización en la recepción de órdenes de compra
- Falta planeación de compra de insumos para realizar entregas
- Falta desarrollar un Sistema de Gestión de calidad.

Amenazas

- Aumento de la competencia.
- La llegada de grandes superficies especializadas en la venta de medicamentos y productos farmacéuticos.
- Dependencia de proveedores para la venta rápida
- Falta de inventario extenso

- Control de manejo de mercancía

3.2 Estrategias FODA

3.2.1 Estrategias DO

- Realizar planes de crecimiento y captación de nuevos mercados, mediante el establecimiento de objetivos a mediano y largo plazo.
- Realizar una investigación de mercados para obtener información acerca de las preferencias de los clientes, con el fin de ampliar exitosamente el portafolio de producto y realizar acertadas promociones.
- Realizar un programa de motivación, desarrollo y crecimiento del personal, por medio de lo cual los empleados tendrán sentido de pertenencia y aumentarán su eficiencia, logrando que la empresa aumente su competitividad y crecimiento.

3.2.2 Estrategias FO

- Ampliar el portafolio de productos, siendo éstos confiables y de calidad para aumentar el número de clientes y captar nuevos mercados.
- Gracias a la trayectoria de la empresa, sus precios competitivos y la confiabilidad que brinda a los clientes, abrir un punto de distribución distribuidor en la ciudad, la

localización de las sucursales se debe sustentar en los resultados de la investigación de mercados que se debe realizar.

- Debido al buen manejo de cargas y al tiempo de entrega, seguir brindando una gestión rápida de entrega hacia nuestros clientes directos

3.2.3 Estrategias DA

- Realizar un plan a mediano y largo plazo que incluya objetivos referentes a mantener los clientes actuales, mediante programas que los fidelicen, como por ejemplo promociones y campañas publicitarias sobre la calidad y confiabilidad de los productos que ofrece la droguería.
- Realizar una proyección de la demanda, con el fin de disminuir al máximo las pérdidas y la acumulación de inventarios.
- Al realizar programas de motivación personal, los empleados aumentarán su eficiencia y la calidad de la prestación del servicio, y así lograr satisfacer al cliente en la prestación de un servicio con amabilidad y eficiencia; ayudando así a su fidelización.
- Aumentar el portafolio de productos para que los clientes no se vean obligados a recurrir a las grandes superficies especializadas en la venta de medicamentos y productos farmacéuticos.

3.2.4 Estrategias FA

- Mantener los precios competitivos y ofrecer productos económicos y confiables.

- Capacitar aún más al personal para que le brinde confiabilidad al cliente sobre la prestación de su servicio.
- Hacer que el tiempo de entrega sea efectiva.
- Utilizar la comunicación directa con los encargados de los pedidos para así llegar a despachar productos de nuestro manejo sin necesidad de perder órdenes de compra.
- Hacer que el tiempo rápido de entrega haga que nuestros clientes nos tengan como opción directa.

4. Propuesta Plan de Mejora

4.1. Propuesta central.

¿Cuáles son los procedimientos adecuados para el manejo de inventarios, almacenamiento y logística, para generar mayor eficiencia en compras, entregas y servicio al cliente?

4.2 Importancia, limitaciones y alcance.

Actualmente en Representaciones y Distribuciones TLC Ltda, no se tiene asignado un procedimiento adecuado de manejo de inventarios, compras y logística, la empresa va direccionado en base al servicio al cliente, en donde se tiene como punto de referencia los despachos rápidos y la diversidad de productos, así como también la obtención de productos confiables con sus registros Invima, regidos por normas Ansi y estatutos de la Superintendencia de Industria y Comercio, es decir productos regulados.

La empresa al tener la facilidad de compra directa a fabricantes de medicamentos controlados, tiene como propuesta central la facilidad al cliente de poder realizar un

proceso de delegar la función de ordenar este tipo de productos mediante nuestra empresa, y es por esto que la empresa les propone 3 maneras de realizar sus pedidos.

La primera en donde el cliente necesita un producto controlado y la empresa mediante una orden de compra expedida por el cliente , realiza un proceso de legalización de compra con el fabricante y logra obtener el producto, en estos casos es necesario un pedido con anticipación y con orden de compra.

La segunda donde el área comercial de la empresa le informa al cliente disponibilidad, tiempo estimado de entrega , solicitando orden de compra vía telefónica y entrega en sus instalaciones..

Y la tercera , para poder cubrir las necesidades de los clientes del sector salud, la empresa cuenta con un valor agregado de entregas inmediatas, por tal razón es necesario contar con un inventario organizado para poder cubrir estos requerimientos a la mayor brevedad posible, por esto la empresa tiene que contar con una estrategia adecuada y acertada.

La importancia de contar con una empresa y un recurso humano que ponen a su alcance los medios y recursos necesarios para el aprendizaje de su practicante, es un punto muy importante, debido a que, a pesar de ser una mediana empresa, tienen claros sus objetivos y saben la importancia de crecer en ámbitos logísticos adecuados para el cambio, poder poner a disposición los conocimientos y cambios en los procesos que se encuentran implementados en la empresa.

Las limitaciones dentro de la empresa, fueron netamente de que no es fácil implementar procesos logísticos en una empresa, esto debido a que aunque la empresa ya contaba con las bases logísticas como control de inventario y almacenamiento así como también contaba con rutas de transporte, manejan procesos erróneos que entorpecen la

logística de la empresa, y fue muy bueno saber que se dio la confianza a un practicante de poder implementar sus conocimientos, después de haberle proporcionado los recursos mencionados anteriormente, estas limitaciones fueron solo de desorden, es decir que no fue fácil lograr organizar logísticamente una empresa y aplicar conceptos de manera nueva.

El alcance que tuvo mi organización dentro de la empresa fue muy satisfactorio debido a que se obtuvo nuevos clientes, que se vieron atraídos por nuestro modelo de despachos así como también se logró empezar a gestionar el crédito directo con proveedores para optimizar costos logísticos y poder realizar optimización en costos de transporte para clientes a nivel nacional, el alcance obtenido ha sido muy satisfactorio debido a que se ha visto un gran cambio en cuanto a entregas, y solo por el hecho de realizar una aplicación de conceptos y de procesos logísticos.

5. Objetivo General

Evaluar los procesos logísticos, de inventarios y de almacenamiento al interior de la compañía, para implementar mejoras continuas en sus procesos.

5.1. Objetivos específicos

- Analizar las actividades logísticas y de almacenamiento que realiza la empresa a través de recolección de datos.
- Implementar modelos de inventario EOQ por medio de la optimización de recursos.
- Mejorar la cadena de valor prestando un buen servicio al cliente y una promesa de entrega exitosa.
- Optimizar al máximo los espacios de almacenamiento

6. Contenido del plan de mejora

6.1 Propuesta del Plan de Mejora

La propuesta de mejora, está enfocada en atacar directamente el problema del inventario y el almacenamiento, esto debido a que muchas veces, es la falta de inventario y almacenamiento la cual retrasa los procesos logísticos para que nuestros productos lleguen al cliente.

A la empresa se le propone el siguiente desarrollo lógico y adecuado:

- Lo primero que se debe recibir vía email, whatsapp es la orden de compra por parte del cliente al departamento comercial.
- Una vez recibida la orden de compra, el departamento comercial deberá solicitar al área de inventarios verificar existencias.
- Si existe el producto se deberá alistar el pedido y ser entregado al cliente, lo más pronto posible.
- Si no existe el producto se deberá avisar al departamento de compras, para que se realicen los pedidos correspondientes y se dará al cliente la fecha de entrega del producto.
- Cada semana se debe realizar un inventario físico y presentarlo a Gerencia con un informe de los productos con mayor rotación, esto con el fin de mantener stock adecuado.
- Con este proceso tratamos de perfeccionar el modelo de gestión de inventarios EOQ basado en la salida rápida de mercancía y punto de reorden constante.

- Se propone una ampliación en el personal de bodega para así realizar una gestión más rápida, organizada y adecuada para cuando se realicen los despachos.
- Realizar con los cliente un desarrollo lógico, organizado para el despacho de sus productos, sin embargo dentro de los servicios al cliente un valor agregado son las entregas que se necesite con urgencia.
- Realizar dentro de los procesos tecnológicos, un desarrollo en el cual se conecte para todos los departamentos una trazabilidad desde que se recibe la orden de compra hasta el momento en que se despacha y entrega este producto, esto dará a la empresa un estudio de tiempos para mejorar o continuar aplicando como se está realizando.

La propuesta que se presenta está basada en mejorar los procesos basados en mejorar el proceso B2C para poder llevar a cabo de forma directa la compra final al consumidor, en este caso nuestros clientes hospitalarios, estéticos, y de prestación de servicios de salud.

7. Conclusiones

- Los procesos de logística, almacenamiento e inventarios deben ser evaluados y tomados en cuenta por los directivos de la empresa, ya que más que los trabajadores son los que detectan los inconvenientes que se presentan en cada proceso.
- La constante innovación en tecnología, capacitación, desarrollo de procesos lógicos y adecuados.
- Comunicación constante con el cliente, realización de encuestas de satisfacción de clientes y calificación.

- Seguimiento de las propuestas y planes de mejoras.

8. Referencias

Chopra & Meindl, 2008, págs. 50-51

Google. (s.f.). [Calle 2 G 39 A 82 Puente Aranda]. Recuperado el 03 de marzo de 2021 de <https://goo.gl/maps/mxDspdP1DNjLVtJB8> (Google, s.f.)

Documentos recuperados de la empresa

9. Seguimiento de las Prácticas

9.1. Resumen de las prácticas profesionales

Durante el desarrollo de la práctica profesional en REDI TLC LTDA, se identificaron posibles mejoras que podrían agregar un valor significativo al desarrollo de las actividades de la empresa, mejoramiento de tiempos de entrega y tomará la decisión de enfocarme en la implementación del departamento logístico se realizó un proceso de seguimiento dividido en 4 ciclos, cada ciclo era acorde a un objetivo completado y cada mes tenía diferentes objetivos por mes para la implementación logística dentro de la empresa

Ciclo 1

La empresa me puso en contexto de capacitación, me enseñaron cuáles eran los clientes, cuáles eran los proveedores principales y me dieron las bases para poder contactarme con los proveedores y los clientes, este proceso fue muy satisfactorio debido a que estuvo lleno de reuniones, es decir la empresa me hizo partícipe de sus procesos internos y se encargó de relacionarse directamente con sus principales contactos.

Ciclo 2

La empresa, da la oportunidad de empezar a implementar los modelos logísticos en la empresa, basado en las visitas a los proveedores y a los procesos logísticos que manejaban, en este mes pude evidenciar los procesos que realizaban los proveedores y pude tomar la decisión de cuál era el proceso logístico adecuado para implementar en el modelo de negocio de nuestra empresa

Ciclo 3

Seguimiento a la implementación del modelo logístico elegido, que fue el EOQ basado en un modelo de negocio de B2C este ciclo fue el más complejo debido a las limitaciones mencionadas anteriormente, tales como espacios de almacenamientos y demás, y fue un ciclo de bastante aprendizaje debido a que fue el que más aprendí y el más guiado.

Ciclo 4

Realización de los ajustes finales en materia de darle estatus al proceso logístico de la empresa, personalizando los empaques y modos de entrega de los pedidos para que el proceso de transporte fuera más rápido y eficiente, es por esto que este ciclo es la conclusión de un buen trabajo de aplicación logística en una mediana empresa

9.2 Objetivos realizados mes a mes

En el siguiente cuadro se verán proyectados los principales objetivos realizados a lo largo de las prácticas profesionales detallado y con fechas específicas

Ciclo	Fecha de inicio	Actividad	Nivel	Dificultades
Ciclo 1 (septiembre 1- septiembre 15)	1/9/2021	Capacitación y relación con proveedores y clientes	Completado	Algunos clientes eran displicentes a la hora de entablar la relación y proporcionar la información
Ciclo 2(septiembre 15 - octubre 31)	15/9/2021	Visita a proveedores y evaluación de modelo logístico adecuado para la empresa	Completado	La dificultad más grande en este proceso fue poder coordinar las visitas debido a que la disponibilidad de jefes logísticos en las distintas empresas era escaso

	1/10/2021	Análisis del modelo logístico del proveedor #1	Completado	Ninguno
	7/10/2021	Análisis del modelo logístico del proveedor #2	Completado	El jefe logístico no tenía claro su proceso y fueron claras sus explicaciones.
	8/10/2021	Análisis del modelo logístico del proveedor #3	Completado	Ninguna
	15/10/2021	Implementación de un modelo logístico basado en el B2C y con enfoque en inventario EOQ	Completado	La única dificultad fue la toma de decisión para poder elegir si estos modelos eran los más adecuados
Ciclo3 (noviembre 1-diciembre 3)	1/11/2021	Conteo de inventario y disponibilidad	Completado	Falta de personal para realizar este proceso
	5/11/2021	Reorganización de repisas para aplicación de modelo EOQ	Completado	Espacio de almacenamiento un poco reducido
	8/11/2021	Ingreso de mercancía a bodega basado en modelo EOQ	Completado y en constante actualización	Ninguno
	13/11/2021	Creación de base de datos adaptada al Sistema EOQ	Completado	Limitaciones en excel, me toco pedir ayuda de mi jefe directo y del auditor para culminar de buena manera la creación
	16/11/2021	Ingreso de datos a la base de datos	Completado	Ninguna
	18/11/2021	Negociación con proveedor para plazo de pago	Completado	Agenda la cita con el proveedor fue difícil
	23/11/2021	Cálculo del punto de reorden basado	Completado	Ninguno

		en la salida de productos en inventario		
	27/11/2021	Explicación de nuevo modelo de inventario a empleados de bodega	Completado	Falta de conocimiento de conceptos
Ciclo 4 (diciembre 3 - diciembre 21)	3/12/2021	Creación de formato y formato para ruta de transporte diario	Completado	Análisis de volúmenes de pedido según cada cliente
	6/12/2021	Pedido de fabricación de empaques personalizados de la empresa	En proceso	Las medidas de los empaques estén siendo evaluadas según los productos con salida frecuente
	9/5/2021	Despachos masivos para abastecimiento de clientes en fechas navideñas	En proceso	Escasez de mercancía por parte de proveedores
	15/5/2021	Cierre de inventario y conteo de número de despachos en el 2 semestre del 2021	En proceso	Questions related to other catalogs where the knowledge was limited
	20/12/2021	Cálculo para abastecimiento de inventario primer periodo del 2022	En proceso	Desconocimiento de nuevos clientes

Nota: Elaboración propia