

## Proyecto No. 4

# ELABORACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE CERVEZA

La empresa mexicana "GRUPO MODELO" líder en elaboración, distribución y venta de cerveza, ha implementado distintas formas de atención personalizada a sus diversos clientes que venden al público en general. Se hacen cargo específicamente de sus modeloramas.

Sin embargo, de manera constante tienen dificultades en la organización de los pedidos, se tienen problemas cuando la oferta y demanda no se alinean, hemos luchado para responder a los puntos repentinos en demanda o a una superabundancia de inventario inesperada. No podemos tener excesos en inventarios debido a que los clientes en cualquier momento recibirán los productos con rebajas o remates provocando pérdidas a la empresa.

En el área de PVI (preventiva interna) se contacta al cliente vía telefónica, teniendo como resultado mal entendido entre nuestros trabajadores y clientes empresarios, esto debido a que, al hacer la llamada, regularmente el empresario no tiene un inventario que le facilite ver los productos que requiere y perdemos tiempo en esperar y volver a llamar para corroborar su demanda.

Después de llamar al empresario y obtener su encargo tenemos que revisar existencias y faltantes lo que culmina en descontrol si no contamos con el producto requerido, tenemos que volver a llamar para cambiar el pedido.

Se utilizan programas ofimáticos, teniendo como resultado, pérdida de información importante por falta de soporte y plataformas que guarden la información de cada uno de nuestros clientes, dificultando la organización y control de los productos que cada empresario requiere para su establecimiento.

Contamos con plataformas digitales, pero no cumplen con nuestras necesidades, ya que lo que requerimos es tener la opción de que se registre cada producto que se vende para agilizar la estructura de pedidos y otros factores que faciliten la comunicación satisfactoria, así como las herramientas necesarias para nuestros trabajadores como para nuestros clientes, evitando áreas de trabajo inconformes, fugas de dinero y pérdida de tiempo.

Se busca lograr una optimización en toda la cadena de suministro de forma que se logre que los productos salgan del umbral de los minoristas, de los distribuidores y de los consumidores exactamente en el momento adecuado y en el volumen correcto, se deben desarrollar un sistema que permita construir relaciones con el cliente para detectar, planear, y ejecutar de acuerdo a la demanda, en tiempo real mediante una red de socios, surtidores, minoristas, y clientes. Poder tolerar los déficits y no perder beneficios cuando la oferta y la demanda no se alinean.